

# Una agenda compartida para la sostenibilidad

JAVIER MILLÁN-ASTRAY  
DIRECTOR GENERAL DE ANGED

La sostenibilidad se ha convertido en un pilar fundamental para la distribución comercial por dos motivos. El primero, porque como empresas tenemos que responder a las demandas crecientes de un consumidor cada vez más sensibilizado con los problemas de su entorno y que busca opciones de compra responsables. Y, en segundo lugar, porque ser sostenibles tiene un impacto directo sobre la rentabilidad de nuestro negocio y su viabilidad en el medio y largo plazo.

En otros términos, una mayor eficiencia en el uso de los recursos, el ahorro energético, la protección del entorno, la economía circular, la gestión de los residuos, la lucha contra el desperdicio o la inclusión social son indispensables para hacer nuestro sector más competitivo, impulsar la innovación en toda la cadena de valor y buscar soluciones prácticas a problemas que requieren el esfuerzo de todos.

Desde hace diez años, ANGED es socio de la Red Española de Pacto Mundial, la iniciativa creada por Naciones Unidas para el impulso de los Objetivos de Desarrollo del Milenio. En la Cumbre de Desarrollo Sostenible de 2015 se renovó este compromiso con la Agenda 2030, que otorga a las empresas y organizaciones privadas un papel protagonista en la puesta en marcha de 169 metas que se recogen en los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

La experiencia de estos años indica que el factor más determinante para poder avanzar en la Agenda 2030 es la colaboración entre empresas, sectores, Administraciones y consumidores. Un marco de trabajo conjunto que tiene largo recorrido en el caso de la cadena alimentaria.

ANGED participa junto a varias empresas asociadas en el grupo de trabajo agroalimentario de Pacto Mundial, una iniciativa con vocación de sumar más organiza-



ciones a la difusión y aplicación de buenas prácticas en materia de ODS y que, entre otras cuestiones, lanzó en 2018 la primera Guía sectorial en ODS del Sector Agroalimentario en España.

En el ámbito de la lucha contra el desperdicio, ANGED forma parte de la Comisión de Seguimiento de la Estrategia Mas Alimento, menos desperdicio, coordinada por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Pesca, así como en campañas de sensibilización a los consumidores, como la Semana contra el desperdicio alimentario, impulsada por AECOC.

De la fuerza de la colaboración entre los eslabones de la cadena alimentaria han surgido otras iniciativas potentes como el plan de la AESAN para reducir las cantidades de sal, grasas y azúcares de 13 grupos de alimentos y 57 subcategorías. Un plan que recoge también un compromiso por parte de la distribución para la promoción de alimentos frescos, la formación en hábitos saludables o el apoyo a la investigación nutricional.

Precisamente, la situación nutricional en España, la evolución de la obesidad y la promoción de políticas son los objetivos del Observatorio de Nutrición y Obesidad de la Estrategia NAOS, del que forma parte ANGED, así como la Comisión de Seguimiento del Código PAOS de autorregulación de la publicidad a menores.

Nuestra Asociación está trabajando igualmente en el impulso de la producción y comercialización de productos orgánicos. Según datos del Ministerio de Agricultura, el hipermercado es el formato comercial que más ha favorecido la entrada de nuevos productos orgánicos y ecológicos en el mercado español. Desde ANGED participamos en el Foro Sectorial de Producción Ecológica que coordina el Ministerio de Agricultura.

## COHERENCIA CON LA POLÍTICA EUROPEA

Esta voluntad de trabajo coordinado que ya están desarrollando empresas y Administraciones debe también plasmarse en una coordinación entre Estados.

La nueva Comisión Europea ha propuesto como objetivo prioritario la reducción de emisiones para adelantar la neutralidad de carbono en el continente lo antes posible. Sin duda, se trata de un objetivo ambicioso que requiere de medidas drásticas, mucha innovación y fuertes inversiones público-privadas en las próximas décadas.

De forma paralela, la UE ha lanzado importantes reformas los últimos años, como el paquete europeo de medidas sobre el plástico o los residuos que van a transformar la forma en la que producimos, vendemos y consumimos.

Como hemos defendido recientemente en nuestra Asamblea, desde ANGED entendemos que España tiene que ser coherentes con este marco comunitario de acción y reclamar que Administraciones y empresas coordinen la política medioambiental.



Fundamentalmente porque estamos ante un problema global. Actuar de forma independiente o ser más rigurosos que nuestros socios comunitarios puede perjudicar la competitividad de sectores estratégicos para España como el textil, el turismo, el agroalimentario o la automoción.

En esta transición hacia una economía baja en carbono, vamos a tener que resolver otro de los talones de Aquiles para la actividad de las empresas: el coste energético. Nuestras empresas asociadas han sido pioneras en impulsar medidas de eficiencia. Las inversiones en luminarias de LED, climatización inteligente, aislamiento de tiendas, aprovechamiento de la luz natural y mejora de todos los sistemas de refrigeración y logística han permitido a las firmas de ANGED reducir de media un 16% su consumo energético en tan sólo cinco años, seis puntos más que la media del sector.

No obstante, este esfuerzo choca con otra realidad: España es uno de los países europeos con un precio de la electricidad más alto, lo cual penaliza la competitividad. Es por ello que, más allá del esfuerzo de ahorro que

están llevando a cabo las empresas, es necesario que la próxima reforma energética garantice unos precios eléctricos similares a la media europea.

## **EL COMPROMISO DE TODA LA CADENA CON EL PLÁSTICO**

El plástico y sus consecuencias sobre el medio ambiente y los ecosistemas marinos se ha convertido en otro gran desafío de trascendencia social y política. Nuevamente, tanto sus consecuencias como las posibles soluciones son globales, por eso, desde la propia Comisión Europea se está impulsando una extensa producción normativa que va a marcar las directrices de los Estados Miembros, empresas y consumidores en el futuro inmediato.

Desde el sector de la distribución, nuestras empresas asociadas han sido en muchos casos pioneras en asumir compromisos y soluciones para la reducción y prevención del consumo de plásticos, involucrando a todos los eslabones de la cadena de valor agroalimentaria en la mejora de la eficiencia, desde el sector primario hasta el consumidor.

Destaca la reducción del consumo de bolsas de plástico, que a través de iniciativas voluntarias y la participación de los clientes se pudo disminuir en más de un 96% su uso en los hipermercados antes de que entrara en vigor de la Ley de 2017.

En colaboración con los proveedores se ha impulsado el ecodiseño de los envases y embalajes, para prevenir el uso de materias primas, optimizar el tamaño de los envases, ahorrar espacio en la logística y fomentar el uso de materiales con menos impacto ambiental en su ciclo de vida, reciclados y reciclables.

En otras cuestiones que suscitan preocupación entre los consumidores como la del sobre-embalado, las empresas están procediendo a un análisis minucioso con los fabricantes de plástico para reducir su cantidad y buscar alternativas. De forma paralela, se está dando un impulso de la venta a granel de los productos frescos, que ayuda al consumidor a optimizar su volumen de compra; y en la medida en que otras normativas como la sanitaria o la agroalimentaria lo permitan, se están

**Desde el sector de la distribución, nuestras empresas asociadas han sido en muchos casos pioneras en asumir compromisos y soluciones para la reducción y prevención del consumo de plásticos, involucrando a todos los eslabones de la cadena de valor agroalimentaria en la mejora de la eficiencia, desde el sector primario hasta el consumidor**

buscando fórmulas como la reutilización de envases.

Desde ANGED, siempre hemos insistido en que el plástico, como el resto de alternativas y sustitutivos en los que se está trabajando juegan, en determinadas ocasiones, un rol necesario en la cadena alimentaria y son imprescindibles para la seguridad e información de los consumidores en muchas categorías de productos. Por eso es tan importante el trabajo coordinado que se está llevando a cabo desde los sectores implicados, las Administraciones y los consumidores para conseguir una cadena de valor más eficiente y sostenible.

## **ANGED Y SUS EMPRESAS EN EL DEBATE DE LA COP25**

El pasado diciembre, desde ANGED tuvimos el honor de poder participar, de la mano de varias de nuestras empresas asociadas, en el debate de la Cumbre del Clima COP25 celebrada en Madrid y ver acciones concretas que ya están llevando a cabo para revertir el impacto de su actividad sobre el clima.

Entre otras iniciativas, presentaron los proyectos de economía circular y residuo cero que están transformando por completo la operativa y gestión de grandes almacenes e hipermercados: ya se han conseguido valorizar de media en sector el 88% de los residuos de cartón, papel, plástico y madera, pero hay empresas que han conseguido implantar el residuo cero en varias comunidades.

También se debatió sobre el trabajo coordinado con la cadena de valor para introducir el ecodiseño en productos y reducir el uso de materias primas. La eficiencia logística, clave en la movilidad urbana del futuro. O la sensibilización a empleados y consumidores, como principales actores del cambio.

En definitiva, las empresas de distribución compartimos de pleno los objetivos de la economía sostenible. Por tanto, debemos ser agentes que colaboren de forma activa con las Administraciones Públicas para diseñar, de manera flexible, las medidas más eficaces para alcanzar el propósito que todos compartimos. ■