Supermercados, eliminad vuestro maldito plástico

Evaluación de supermercados según sus compromisos contra el plástico

Diciembre 2019

GREENPEACE

Contenidos

Introducción 3

Métodos 3

Ranking total 5

Eroski 7

Lidl 9

Alcampo 11

Aldi 13

El corte inglés 15

Dia 17

Mercadona 19

Carrefour 21

Conclusiones 23

Introducción

A pesar de que cada vez son más los datos científicos que señalan el daño irreversible que puede ocasionar el plástico al medioambiente y a nuestras comunidades, está previsto que aumente su producción. De hecho, el plástico podría constituir el 20% del consumo total mundial de petróleo durante la próxima década[1], contribuyendo además a la crisis climática. Mientras tanto, empresas y supermercados caminan demasiado despacio hacia lo que podrían ser soluciones al problema. Al mismo tiempo, aunque el cambio de mentalidades se empieza a vislumbrar en la sociedad que demanda alternativas, figuras políticas y gobiernos siguen inmóviles ante esta avalancha plástica, quedándose atrapados en el reciclaje y las falsas soluciones.

Greenpeace ha estado reuniéndose con los ocho supermercados con mayor cuota de mercado del país a lo largo de 2018 y 2019 para trasladarles diez demandas para frenar la contaminación por plásticos. Sin embargo, ningún supermercado ha cumplido a día de hoy todas esas demandas, y siguen alimentando este problema de una u otra forma. En este documento presentamos los resultados de la evaluación de los compromisos de los supermercados analizados en 2019, en forma de ránking.

Es curioso observar el compromiso de la ciudadanía en su compra diaria, al mismo tiempo que la lentitud de los supermercados ante la emergencia. En múltiples ocasiones, los supermercados, en vez de escuchar e intentar implementar nuestras demandas, han anunciado un nuevo envase o forma de reducir el plástico con la intención de ganarse la confianza de la ciudadanía, y hacer creer que están liderando la búsqueda de soluciones a esta crisis plástica. Pero no todas las “soluciones” propuestas son iguales o equitativas[2]. Sustituir el plástico por otros materiales desechables desplaza esos impactos a otros sectores de nuestro medioambiente, y sigue alimentando la cultura del usar y tirar, generando millones de toneladas de residuos cada año[3]. Por otra parte, el reciclaje no es un sistema circular y no puede solucionar esta crisis de generación de basura masiva y contaminación por plásticos.

A estas falsas soluciones, hemos tenido que sumar las excusas que ponen los supermercados para no cambiar, para no contribuir a frenar este problema. Estas han pasado por problemas de higiene, barreras sanitarias, incapacidad de cambiar el envasado de proveedores, y rocambolescas historias que no permitían ningún avance. Excusas que ellos mismos olvidaban haber dicho al implementar nuevas falsas medidas. A la vista está que algunos supermercados ya han empezado a dar pasos, y que esas excusas se han quedado en eso, excusas. Especialmente teniendo en cuenta que los envases plásticos están asociados con cientos de substancias tóxicas, que en algunos casos se sabe que son perjudiciales para el medioambiente y/o la salud humana[5].

En un contexto de emergencia climática donde pedimos medidas para eliminar las emisiones para 2040, no podemos permitir que la eliminación de los plásticos se retrase 10 años más. Greenpeace seguirá luchando para erradicar la cultura del usar y tirar y los modelos que atentan contra el medio ambiente y contra nuestra salud. Esperamos que tanto empresas como figuras políticas estén a la altura, y asuman la responsabilidad que les corresponde, implementando medidas que nos permitan alejarnos de la contaminación por plásticos y de la cultura del usar y tirar.

Metodología

En 2017 Greenpeace identificó que los mayores supermercados de España presentaban un punto de inflexión significativo para conseguir frenar la contaminación por plásticos de forma efectiva. Los supermercados son grandes centros de consumo donde prácticamente todos los productos están sobreenvasados, generando posteriormente grandes cantidades de residuos en los hogares de sus clientes.

En 2018 se identificó a los supermercados con más cuota de mercado, nivel de sobreenvasado, y valoración por parte de los clientes. Los elegidos fueron: Mercadona, Carrefour, Día, Eroski, Lidl, Alcampo, El Corte Inglés, y Aldi. Las demandas presentadas para conseguir una reducción de plásticos fueron diez en total.

1 Fundación Ellen MacArthur (2016). ‘New Plastics Economy’. Página 18.
2 Greenpeace (2019) Tirando el futuro: Las empresas ofrecen falsas soluciones a la contaminación por plásticos.
3 Ministerio para la Transición Ecológica.Memoria anual de generación y gestión de residuos. Consultado en Noviembre 2019.
4 Greenpeace España (2019) Reciclar no es suficiente: La gestión de residuos de envases plásticos en España.
5 Groh, K.J. et al. (2019) Descripción general de los productos químicos conocidos relacionados con los envases de plástico y sus peligros. Science of the Total Environment. Volume 651, Part 2, (3253-3268).

Según la importancia que cada demanda tuviese para frenar la contaminación por plásticos, se le otorgó una relevancia para que, a la hora de evaluar los compromisos de los supermercados, contribuyese más o menos a la nota final. Por ejemplo, tener una estrategia clara para reducir sus envases contribuye de una forma mayor que asegurar la reciclabilidad de envases. Por lo tanto, tener una estrategia clara contribuye un 18% a la nota final, mientras que la reciclabilidad de los envases contribuye un 2% (Tabla 1).

Tras empezar las negociaciones con supermercados para conseguir cambios, los compromisos presentados se evaluaron de 1 a 10 con respecto a cada demanda (criterio de evaluación). Para puntuar los compromisos con respecto a cada criterio, la eliminación completa del envase, la reutilización y la eliminación son las actuaciones que se consideraron como las mayores prioridades debido a que son las que pueden cambiar de raíz la problemática de la cultura del usar y tirar, y por lo tanto, frenar la contaminación por plásticos.

Posteriormente se ponderaron esas valoraciones para conseguir una nota final entre el 1 y el 10. Como se puede deducir, la nota final no es la media aritmética sino la ponderada, puesto que todas las demandas no tenían el mismo peso. .

Además, cada demanda y cada compromiso presentado se analiza in situ en los diferentes supermercados. Uno de los factores clave en esta evaluación es la transparencia en su huella plástica, es decir, queremos que los supermercados hagan pública la información sobre todos los plásticos que usan cada año y todos los que reducen para que podamos saber qué significan sus compromisos y sean transparentes con las personas consumidoras. Este ejercicio se realizó tanto en 2018 como en 2019. Los resultados proporcionados en este documento pertenecen a las valoraciones realizadas en noviembre de 2019.

Demandas / Criterios de evaluación	Relevancia	Justificación
1. Tiene hoja de ruta con fechas y acciones concretas para reducir los plásticos de un solo uso de sus productos y establecimientos mediante la eliminación progresiva de los mismos. 2. Tiene planes para invertir en envases reutilizables y en nuevos sistemas de distribución de productos que permitan reducir la cantidad en envases de un solo uso empleados para sus productos. 3. No fomenta las falsas soluciones basadas en la cultura del usar y tirar.	18%	Clave para una reducción efectiva
4. Tiene planes concretos para eliminar los envases de un solo uso en fruta y verdura de forma progresiva. 5. Tiene planes concretos para aumentar su venta a granel. 6. Tiene planes concretos para eliminar las bolsas de un solo uso de sus establecimientos, tanto en caja como en sección. 7. Tiene planes para eliminar objetos de un solo uso no reciclables como cubiertos, platos, o pajitas. 8. Hace públicos los datos de consumo de plástico en sus productos y establecimientos para ser transparente sobre su huella plástica.	7.8%	Medidas concretas de eliminación que los dirigen hacia la dirección adecuada de reducción.
9. Tiene planes para trabajar con los proveedores de productos que no son de marca propia con el objetivo de reducir los plásticos de un solo uso de la cadena de distribución	5%	Extra a todo el trabajo realizado.
10. Tiene planes para eliminar todos los envases que no sean 100% reciclables	2%	Todos los envases deberían ya ser 100% reciclables.

Tabla 1. Demandas presentadas a los supermercados y criterios de evaluación, con su relevancia (%) sobre la nota final y la justificación para su elección.

6 García, F. (2019) Cuota de mercado de Gran Consumo en España (%). Kantar Insights España.
7 OCU (2019) ¿Satisfecho con tu súper?

Ranking total

Ranking de supermercados según sus compromisos para frenar la contaminación por plásticos en 2019

#	Marca	Puntuación final sobre 10	Plan para eliminar plásticos de un solo uso (2025)	Fomenta los envases reutilizables	No fomenta las falsas soluciones	Fruta y verdura a granel	Fomenta la venta a granel en otros productos	Elimina bolsas de un solo uso	Elimina otros plásticos de un solo uso (no envases)	Transparente sobre su huella plástica	Trabaja con proveedores para eliminar plásticos	Fomenta envases 100% reciclables
1	EROSKI	7,0	7,0	6,7	5,5	7,0	7,0	6,6	4,5	7,5	6,8	8,5
2	LIDL	6,5	7,0	5,8	6,0	5,8	5,9	6,6	9,0	5,5	7,5	8,5
3	Alcampo	6,2	7,5	6,2	6,1	4,8	6,0	6,6	6,0	4,9	5,0	7,5
4	ALDI	6,1	6,9	5,0	5,9	4,8	5,0	6,5	9,0	4,9	7,5	8,5
5	El Corte Inglés	4,6	4,5	5,5	3,0	3,0	5,5	6,5	3,5	4,9	5,0	7,0
6	DIA	4,0	4,0	3,0	5,0	7,0	1,0	5,0	3,5	4,9	5,0	7,0
7	MERCADONA	3,2	4,5	3,0	1,0	3,9	1,0	3,0	3,5	4,9	6,0	7,0
8	Carrefour	2,3	5,0	5,5	4,0	4,5	5,5	6,5	3,5	0,0	0,0	7,0

- 0-2 → Muy malo
- 2-4 → Insuficiente
- 4-5 → Necesita mejorar
- 5-6,5 → Avanza
- 6,5-8 → Bueno
- 8-10 → Muy bueno

7 EROSKI

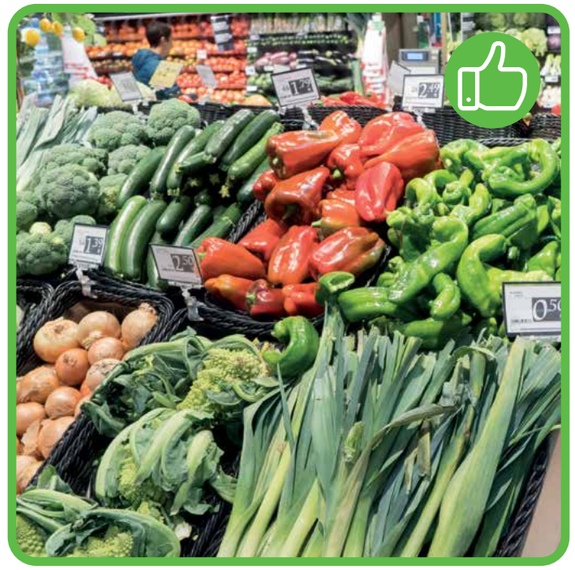
Transparentes y apostando por la reducción, pero necesita más eliminación

Lo mejor: están apostando por el granel y las alternativas reutilizables.
Lo peor: su reducción de plásticos implica, en muchos casos, seguir alimentando la cultura del usar y tirar con otros materiales.

Bonus: +0,5 (por ser el supermercado con mayor oferta de fruta y verdura a granel).

Bolsa reutilizable para fruta y verdura.

Eroski podría vender muchos más productos a granel pero los vende en envases de usar y tirar.



Eroski sigue aumentando su fruta y verdura a granel.

¿QUÉ HA HECHO EROSKI CON NUESTRAS DEMANDAS EN 2019?

HOJA DE RUTA Tienen una estrategia con acciones y fechas muy detalladas para conseguir un 20% de reducción antes de 2025. Siguen probando opciones nuevas para aumentar los reutilizables y los productos a granel.

REUTILIZACIÓN Venden mallas reutilizables en fruta y verdura, permiten que el cliente lleve su propio envase para comprar productos frescos y están desarrollando opciones para otros productos.

FALSAS SOLUCIONES Están sustituyendo el plástico por papel en algunos casos. Su objetivo es que todos sus envases estén ecodiseñados para 2025: 100% reciclables, sin sobreenvasado, minimizando su tamaño y sustituyendo el plástico por otros materiales.

FRUTA Y VERDURA Son el supermercado que más fruta y verdura tiene a granel, aunque todavía hay muchos productos con envase desechable. Este año han aumentado sus referencias a granel un 5% más.

GRANEL/DISPENSADOR Además de permitir que cada cliente pueda llevar su envase reusable, tienen planes para poner a la venta otros productos a granel.

BOLSAS Tienen varias bolsas desechables en caja, aunque se están planteando reducir las opciones desechables. Están también trabajando en reducir el número de bolsas en sección. Presentan opciones reusables tanto en caja como en fruta y verdura.

CUBIERTOS, PLATOS Algunas tiendas eliminarán algunos productos pero en otras se sustituirán por otros materiales desechables.

TRANSPARENCIA Eroski es el único supermercado que hará pública la huella plástica de sus productos de marca propia en 2020, incluyéndola en su memoria de sostenibilidad. Seguirán trabajando para conseguir los datos de su huella plástica al completo.

"EXISTE PUBLICIDAD EN LA FRUTERÍA DE BOLSAS DE MALLA Y EN SECCIÓN DE FRESCOS NO PONEN PROBLEMA EN LLEVAR TU PROPIO ENVASE PERO TAMPOCO LO INCENTIVAN. APARENTEMENTE TIENEN MÁS ELEMENTOS A GRANEL EN LA SECCIÓN DE FRUTA Y VERDURA, PERO, EN EL RESTO DEL SUPERMERCADO, NO HAY NADA SIN ENVASE PLÁSTICO".
Álvaro Resúa, voluntario en Vigo.

Estimado Eroski,

Si queréis contribuir al verdadero cambio, tendréis que eliminar los envases desechables para que vuestro plan no se limite a aumentar la venta a granel en fruta y verdura y a sustituir el plástico por otros materiales. Queremos que sigáis ofreciendo alternativas reutilizables, retornables y rellenables.

¡ACTÚA! ¡Díselo tú también!*

(gratuíto) - 944 943 444 | @eroskioficial | Eroski
www.eroski.es/contacto | @EROSKI

*Todos los contactos proporcionados son públicos

FRUTA Y VERDURA A GRANEL

6,5 LIDL

Avanzan dando pasos pero les quedan muchos envases que eliminar

Lo mejor: con una estrategia clara desde 2018, han ido cumpliendo sus compromisos hasta ahora.
Lo peor: las opciones reutilizables son, por ahora, anecdóticas y la mayoría de sus productos siguen sobreenvasados.

Lidl ha eliminado el envase de algunos productos de fruta y verdura.

Mantienen envases ridículos en fruta y verdura.

Lidl sigue generando residuos innecesarios envasando la mayoría de sus productos.

¿QUÉ HA HECHO LIDL CON NUESTRAS DEMANDAS EN 2019?

HOJA DE RUTA Tienen un plan con fechas y medidas concretas para reducir sus plásticos como mínimo un 20% antes de 2025. Sin embargo, se basa mayoritariamente en el reciclaje y la disminución del tamaño y grosor de sus envases. En algunos casos, también apuestan por la eliminación completa de envases y productos.

REUTILIZACIÓN Se plantean tener alternativas reutilizables para productos concretos, aunque demandamos un compromiso más concreto y mayor eliminación de envases desechables.

FALSAS SOLUCIONES Han sustituido algunos plásticos por materiales biodegradables y compostables, como sus bolsas de frutería o sus envases de fruta y verdura ecológica. Reconocen que no es la solución pero la seguirán ofreciendo de momento.

FRUTA Y VERDURA Han aumentado el surtido de fruta y verdura a granel un 13%, aunque sigue sin ser suficiente. Todavía hay mucho sobreenvasado.

GRANEL/DISPENSADOR Aparte de fruta y verdura, por ahora no tienen planes para proporcionar otros productos a granel aunque ya venden algunos frutos secos sin envase.

BOLSAS Son el único supermercado que eliminó las bolsas de plástico de caja aunque ahora son de papel, que sigue siendo desechable. Dentro del supermercado siguen ofreciendo varias bolsas desechables.

CUBIERTOS, PLATOS Lidl ha eliminado estos productos de todos sus supermercados y no los sustituirán por otras alternativas desechables.

TRANSPARENCIA Lidl comunica sus medidas y el plástico que ahorran con ellas. Pero, sin conocer cuánto plástico usan en total, no podemos saber lo que significan esas reducciones exactamente. Afirman que publicarán su huella plástica pero no tienen una fecha concreta aún.

"LIDL HA ELIMINADO ALGUNOS ENVASES EN FRUTA Y VERDURA PERO SE SIGUE VIENDO UN ABUSO DE PLÁSTICO EXAGERADO EN EL RESTO DEL SUPERMERCADO". Elia González, coordinadora de movilización en Madrid.

Estimado Lidl,
Para frenar la contaminación por plásticos no basta con eliminar el envase de plástico de un par de productos, buscar alternativas para otros pocos y asegurar que el resto son 100% reciclables. Sin alternativas reutilizables ampliamente extendidas, la cultura del usar y tirar seguirá dominando vuestros establecimientos y posteriormente nuestras casas y el planeta. Si Lidl quiere de verdad frenar la contaminación por plásticos tendrá que crear planes para aumentar la venta a granel en productos como legumbres, congelados, bebidas, etc. y deberá continuar desplastificando frutas y verduras. Lidl tendrá que instalar dispensadores y/o implementar envases retornables que eviten llenar nuestro cubo de basura de envases desechables.

¡ACTÚA! ¡Díselo tú también!*

(gratuíto) - 900 958 311 @lidlespana Lidl España
atencion.cliente@lidl.es @lidlespana

*Todos los contactos proporcionados son públicos

FRUTA Y VERDURA A GRANEL

LIDL SOLO TIENE EL 37% DE SUS REFERENCIAS DE FRUTA Y VERDURA A GRANEL.

6,2 Alcampo

Presenta el compromiso más ambicioso pero no asegura la eliminación completa

Lo mejor: se comprometen a eliminar la mitad de sus envases plásticos para 2030
Lo peor: se centran en sustituir por otros materiales, reducir el tamaño y/o el grosor de sus envases

Alcampo tiene bolsas reutilizables para poder comprar fruta y verdura sin envases desechables.

Sobreenvasado. Ejemplo de pomelo: bandeja no reciclable de poliestireno expandido + film.

Teniendo carnicería propia pueden ofrecer estos productos a granel o con envase retornable y no lo hacen.

¿QUÉ HA HECHO ALCAMPO CON NUESTRAS DEMANDAS EN 2019?

HOJA DE RUTA Actualmente tienen la estrategia de reducción más ambiciosa. Se han comprometido a reducir sus envases plásticos en un 30% para 2025 y un 50% para 2030. Algunas de sus medidas sí implican una eliminación completa de envases.

REUTILIZACIÓN Tienen planes para invertir en modelos reutilizables que nos alejen de la cultura del usar y tirar. Ya venden bolsas de malla reusables para comprar fruta y verdura y permiten que cada cliente lleve su propio envase reutilizable.

FALSAS SOLUCIONES Alcampo no apuesta por los biodegradables. Sin embargo, en muchos casos, sí sustituirán por papel o plástico reciclado los envases de un solo uso.

FRUTA Y VERDURA Se han comprometido a seguir potenciando la venta a granel, pero no tienen planes concretos para eliminar envases. Van a sustituir las bandejas de plástico por plástico reciclado u otros materiales.

GRANEL/DISPENSADOR Todavía no tienen planes concretos para eliminar envases en el resto de sus productos plastificados, aunque disponen de varias secciones a granel.

BOLSAS Aunque mantienen bolsas de un solo uso en sección, ofrecen malla reusable para fruta y verdura (al 100% de sus establecimientos en 2020). Aún hay bolsas desechables en caja, pero contemplan reducirlas.

CUBIERTOS, PLATOS Se han comprometido a eliminarlos progresivamente para 2020, aunque los seguiremos encontrando de otros materiales desechables.

TRANSPARENCIA Han proporcionado datos de reducción concretos pero todavía no queda claro si harán su huella plástica total pública, ni cuándo.

"SIMPLEMENTE OFRECEN LA OPCIÓN DE COMPRAR EN LA FRUTERÍA LA BOLSA DE MALLA PERO POR LO DEMÁS NI OFRECEN NI PERMITEN OTRO TIPO DE FACILIDADES".
Nerea Dávila, voluntaria en Santiago de Compostela

Estimado Alcampo,

Queremos que sigas apostando por la reutilización, mucho más allá de que el cliente traiga su propio envase y más allá de la malla reutilizable. A pesar de tener el compromiso más ambicioso, todavía encontramos la mayoría de vuestros productos de fruta y verdura envasados. Si Alcampo quiere verdaderamente contribuir a frenar la contaminación por plásticos, tendrá que continuar eliminando envases, y no sólo reduciendo el tamaño y sustituyéndolo por otros materiales desechables.

¡ACTÚA! ¡Díselo tú también!*

(gratuíto) - 917 30 44 44 @alcampo.es Alcampo
vaguada@alcampo.es @alcampo

*Todos los contactos proporcionados son públicos

FRUTA Y VERDURA A GRANEL

ALCAMPO SOLO TIENE EL 36% DE SUS REFERENCIAS DE FRUTA Y VERDURA A GRANEL.

6,1 ALDI

Avanzan tímidamente hacia la reducción de plásticos

Lo mejor: estrategia bien desarrollada
Lo peor: les falta apostar por modelos reutilizables, que permitan la eliminación real de envases, y por un surtido mayoritariamente a granel

Envases absurdos: mandarinas en madera + plástico, ¡todo desechable!

Las alternativas recargables no pueden ser de plástico de un solo uso.

Aldi elimina cubiertos, pajitas, vasos y platos desechables y no los sustituye por falsas soluciones.

¿QUÉ HA HECHO ALDI CON NUESTRAS DEMANDAS EN 2019?

HOJA DE RUTA Tienen un plan con fechas y medidas concretas para reducir sus plásticos un 20% antes de 2025. Sin embargo, por ahora la eliminación de envases sólo ha ocurrido en algunos productos de fruta y verdura. El resto de medidas se centran en la reciclabilidad, reducción del envase o sustitución por otros materiales.

REUTILIZACIÓN Las opciones reutilizables se centran en las mallas reutilizables para fruta y verdura, y las bolsas reusables de caja. Por ahora Aldi no ha implementado modelos de reutilización que permitan alejarnos de la cultura del usar y tirar de forma amplia.

FALSAS SOLUCIONES Priorizan la reducción de los envases y consideran la sustitución por otros materiales. Tienen como objetivo que todos sus envases sean 100% reciclables, pero no reutilizables, antes de 2025.

FRUTA Y VERDURA Se han comprometido a reducir el plástico en sus envases y a aumentar el granel aunque no sabemos cuánto. Por ahora sólo han eliminado el envase de dos productos, mientras que en otros han cambiado el envase por papel o cartón. En comparación con 2018 solo tienen un 1.6% más a granel.

GRANEL/DISPENSADOR Se han comprometido a aumentar el granel en otros productos además de en fruta y verdura. Actualmente lo están estudiando.

BOLSAS Han estado probando planes para reducir sus bolsas pero por ahora mantendrán su bolsa desechable tanto en caja como en frutería y panadería. Se han comprometido a implementar la bolsa de malla reutilizable para fruta y verdura en 2020.

CUBIERTOS, PLATOS Aldi ha eliminado estos productos de todos sus supermercados y no los sustituirán por otras alternativas desechables.

TRANSPARENCIA Aunque trabajan este aspecto aún se desconoce si se publicará o no su huella plástica ni cuándo.

"A PRIMERA VISTA PARECE QUE SÍ HA REDUCIDO SUS PLÁSTICOS, PERO ANALIZANDO EN DETALLE NO VEMOS ESA REDUCCIÓN. ESTO PUEDE DEBERSE A PEQUEÑOS GESTOS QUE REALMENTE NO REPERCUTEN LO SUFICIENTE EN UN CAMBIO ESTRUCTURAL". Julieta Pereira, voluntaria en Tarragona.

Estimado Aldi,

En vuestro supermercado sigue dominando el sobreenvasado. Solo se puede comprar sin envase algunas frutas y verduras pero sigue habiendo plástico en todo el resto de productos. Si Aldi quiere realmente contribuir a frenar la contaminación por plásticos tendrá que eliminar completamente muchos más envases y optar por modelos de venta que fomenten la reutilización. Sustituir los envases de plástico por otros materiales o aligerarlos no es suficiente para reducir los residuos que se generan.

¡ACTÚA! ¡Díselo tú también!*

(gratuíto) - 900 902 466
@aldi.es
Aldi Supermercados
contigo@aldi.es
@Aldi_es

*Todos los contactos proporcionados son públicos

FRUTA Y VERDURA A GRANEL

ALDI SOLO TIENE EL 36% DE SUS REFERENCIAS DE FRUTA Y VERDURA A GRANEL.

4,6 El Corte Inglés

Sustituir el plástico por papel o compostables y usar plástico reciclado no es suficiente

Lo mejor: ha avanzado y tiene planes concretos.
Lo peor: faltan alternativas reutilizables y profundizar en la eliminación completa de envases.

A pesar de tener frutería a granel presenta hasta más de 300 productos de fruta y verdura envasada.

Cientos de envases desechables siguen llenando sus establecimientos.

Aunque tienen muchas secciones a granel, hay que comprarlos con envase desechable.

¿QUÉ HA HECHO EL CORTE INGLÉS CON NUESTRAS DEMANDAS EN 2019?

HOJA DE RUTA Tienen planes para reducir sus plásticos y se han comprometido a que sus envases sean 100% reciclables, compostables o reutilizables para 2025. Sin embargo, no sabemos cuánto apostarán por los reutilizables que son la verdadera solución.

REUTILIZACIÓN Se han comprometido a permitir que las personas consumidoras lleven su propio envase para comprar productos frescos si su prueba piloto es positiva, y venderán una malla reusable para comprar fruta y verdura a granel en 2020.

FALSAS SOLUCIONES La mayoría de sus medidas se centran en sustituir el plástico por otros materiales. Han comunicado que su packaging es más sostenible, pero aunque sus envases tengan papel FSC y plástico reciclado, muchos siguen sin ser 100% reciclables y todos son desechables.

FRUTA Y VERDURA Es, con diferencia, el supermercado con más fruta y verdura envasada de este ranking. Actualmente no tienen planes para aumentar la venta a granel. Están sustituyendo las bandejas de plástico por cartón de un solo uso.

GRANEL/DISPENSADOR Tienen muchos productos frescos que se pueden comprar a granel pero obligan a usar sus envases desechables. No tienen planes concretos para aumentar la venta a granel en otros productos.

BOLSAS Seguirán teniendo bolsas de un solo uso tanto en caja como dentro del super y las siguen promocionando erróneamente como reusables. En 2020 tendrán mallas reutilizables para fruta y verdura.

CUBIERTOS, PLATOS No tienen planes concretos para estos objetos aunque en algunos establecimientos ya cuentan con alternativas de otros materiales, que siguen siendo de un solo uso.

TRANSPARENCIA No tienen planes para publicar su huella plástica aunque se han comprometido, sin fecha, a proporcionar datos de reducción relativos.

"SE NOTAN CIERTOS GESTOS PERO LA IMAGEN GENERAL SIGUE SIENDO ATROZ".
Carlos Taberna, voluntario en Zaragoza.

Estimado El Corte Inglés,

Para frenar la contaminación por plásticos necesitamos una reducción drástica y urgente de envases desechables. Solo podemos conseguirlo si apostáis por la eliminación de forma mayoritaria, y por envases reutilizables que no se conviertan en residuos después de usarlos. Aunque sabemos que estáis avanzando de forma progresiva, la sustitución por otros materiales, al igual que el reciclaje, tendría que ser la última opción, y no la primera. El Corte Inglés tendrá que plantearse aumentar el granel y modelos de venta que no alimenten la cultura del usar y tirar de forma transversal.

¡ACTÚA! ¡Díselo tú también!*

(no gratuito pero sin tarificación adicional) - 915 404 700
servicio_clientes@elcorteingles.es
*Todos los contactos proporcionados son públicos

@elcorteingles
El Corte Inglés
@elcorteingles

FRUTA Y VERDURA A GRANEL

4 DIA

Sin estrategia clara pero apostando por el granel en fruta y verdura

Lo mejor: han ido dando algunos pasos de reducción en el último año.
Lo peor: Parece que no apostarán por las alternativas reutilizables en 2020.

Penalización: -0.2 (Se comprometieron a eliminar sus bandejas de corcho blanco de fruta y verdura para 2019 pero siguen teniendo 1-2 referencias en el 67% de los establecimientos analizados).

Aumenta su oferta de fruta y verdura a granel

Sobreenvasado absurdo

Incumplen su compromiso de eliminar todas las bandejas de corcho blanco para 2019

¿QUÉ HA HECHO DIA CON NUESTRAS DEMANDAS EN 2019?

HOJA DE RUTA Se está planteando una estrategia de forma interna pero no hay un compromiso firme por parte de la dirección. El mayor avance ha sido el realizado en la sección de fruta y verdura.

REUTILIZACIÓN Afirman no tener planes para implementar medidas de reutilización que permitan la venta de productos frescos sin envase desechable por motivos de higiene y sanidad. Se plantean hacer una prueba piloto con las mallas reutilizables para fruta y verdura.

FALSAS SOLUCIONES Sus objetivos eran reducir el plástico de sus envases y tenerlos 100% reciclables para 2025 pero no está aún aprobado. No descartan la sustitución por biodegradables u otros materiales, o reducir solo el tamaño del envase.

FRUTA Y VERDURA Han implementado medidas de eliminación de envases para fruta y verdura permitiéndoles incrementar sus ventas a granel en un 35% con respecto a 2018. Además, quieren fomentar el consumo de productos a granel con ofertas en tienda frente a los productos envasados.

GRANEL/DISPENSADOR No tienen planes para aumentar la venta a granel en otros productos que no sean fruta y verdura, aunque ya cuentan con algunas referencias de frutos secos y/o legumbres a granel.

BOLSAS Actualmente no tienen planes para eliminar sus bolsas desechables de caja o sección. Pero tienen planes para reducir sus bolsas de sección y se plantean vender la malla reusable para fruta y verdura.

CUBIERTOS, PLATOS No tienen planes concretos más allá de cumplir la legislación que exige eliminarlos para 2021.

TRANSPARENCIA No tienen planes ni fechas concretas para hacer pública su huella plástica total. Han proporcionado datos parciales (una fracción de su marca propia) en sus memorias de sostenibilidad.

"LO POCO QUE SE HA MEJORADO ES DEBIDO A LA INTRODUCCIÓN DE MÁS REFERENCIAS A GRANEL, PERO NO SE COMPENSA CON LA CANTIDAD DE ENVASES EN LAS DEMÁS SECCIONES DEL SUPERMERCADO". David González y Pilar Vidal, voluntarias en Valladolid.

Estimado DÍA,

Agradecemos que te sigas reuniendo con Greenpeace para mejorar tu huella plástica, pero necesitas definir y aprobar una estrategia de forma urgente. Esta estrategia debería tener como eje vertebrador la eliminación de envases y la reutilización como medida más eficiente para reducir vuestros envases desechables. Si otros establecimientos ya utilizan alternativas reutilizables, tanto los motivos sanitarios como de seguridad no pueden seguir siendo vuestra excusa para implementar estas mejoras. Esperamos que igual que DIA ha eliminado el envase de muchas frutas y verduras, ahora lo siga haciendo de forma transversal en el resto de secciones.

¡ACTÚA! ¡Díselo tú también!*

(gratuíto) - 912 170 453
@dia_esp
DIA España
www.supermercadosdia.com
@DIA_Esp

*Todos los contactos proporcionados son públicos

FRUTA Y VERDURA A GRANEL

DÍA SOLO TIENE EL 43% DE SUS REFERENCIAS A GRANEL.

3,2

MERCADONA
SUPERMERCADOS DE CONFIANZA

Caída en picado al aumentar sus envases en vez de eliminarlos

Lo mejor: mínimos pasos en reducción
Lo peor: se centran en reciclaje, reducción del tamaño del envase y falsas soluciones. Cada vez encontramos mayor número de envases de un solo uso

Mercadona lejos de reducir envases, promueve los monodosis para uso doméstico.

Ninguna alternativa rellenable para artículos de limpieza.

Mercadona, con su nuevo modelo de tienda, ofrece cada vez más envases desechables.

¿QUÉ HA HECHO MERCADONA CON NUESTRAS DEMANDAS EN 2019?

HOJA DE RUTA No solo no han avanzado desde 2018 sino que icada vez tienen más envases! Además, siguen anclados en el reciclaje como mejor solución y no tienen planes claros ni de reducción total ni de eliminación de envases.

REUTILIZACIÓN Mercadona no tiene planes para apostar por ninguna alternativa reutilizable. Por ahora ni siquiera permiten que el cliente lleve su propio envase, ni han implementado la malla reutilizable de fruta y verdura.

FALSAS SOLUCIONES Apuestan por la reciclabilidad, por el plástico reciclado y por materiales biodegradables para sus envases. Todos los envases de sus platos preparados son desechables, y en algunos casos, han incorporado hasta madera desechable. Su estrategia se basa mayoritariamente en falsas soluciones.

FRUTA Y VERDURA No tiene planes claros para aumentar su fruta y verdura a granel. De hecho, en un año solo han sido capaces de eliminar la bandeja de plástico en dos productos y de sustituirla por cartón en otros tres.

GRANEL/DISPENSADOR Tienen cero planes para aumentar la venta a granel en cualquier otra sección del supermercado. De hecho, antes tenían la sección de carnicería a granel y ahora ese servicio se ha eliminado.

BOLSAS Comunicaron que eliminaban sus bolsas de plástico pero las sustituyeron por otras de 50-70% plástico reciclado, e incluyeron otra de papel. Ambas desechables puesto que no están diseñadas para un uso a largo plazo aunque se vendan como reutilizables. No tienen planes para eliminar sus bolsas desechables.

CUBIERTOS, PLATOS Se han comprometido a eliminarlos en 2020, pero serán sustituidos por otros materiales desechables.

TRANSPARENCIA Se han comprometido a calcular su huella plástica pero no hay fechas concretas al respecto.

"EN LOS ÚLTIMOS MESES HA DESAPARECIDO LA CARNICERÍA Y AHORA TODA LA CARNE ESTÁ EN BOLSAS, BANDEJAS DE PLÁSTICO Y FILM". Gloria María Delgado y Maite Yécora, voluntarias en Tenerife.

Estimado Mercadona,

Esperábamos muchísimo más de vosotros. No solo no estáis contribuyendo a frenar la contaminación por plásticos sino que cada vez empeoráis aún más la situación aumentando vuestro número de envases. Sabemos que el reciclaje no es la solución y que tenemos que reducir nuestros residuos, pero os seguís empeñando en apostar por falsas soluciones que nos lo impiden. Mercadona, deja de destruir nuestro medioambiente con tu modelo de tienda y apuesta por la eliminación y la reutilización de una vez.

¡ACTÚA! ¡Díselo tú también!*

(gratuíto) - 900 500 103
@mercadona
Mercadona
sugerencias@mercadona.es
@Mercadona

*Todos los contactos proporcionados son públicos

FRUTA Y VERDURA A GRANEL

2,3

Carrefour

Apuestan por otros materiales desechables aunque tengan alternativas reusables

Lo mejor: Algunas alternativas reusables
Lo peor: No presentan sus compromisos e incumplen compromisos de 2018

Penalización: -1 (En 2019 Carrefour no nos ha presentado sus compromisos)
Penalización: -1 (Se comprometieron a que en todas sus tiendas BIO, la fruta y verdura estaría 100% a granel y no lo han cumplido)

Sobreenvasar con materiales biodegradables es igual de ridículo que con plástico, y no reducimos residuos.

Aunque tienen secciones a granel, hay que comprar con envase desechable.

Carrefour sigue envasando en plástico frutas y verduras en tiendas BIO.

¿QUÉ HA HECHO CARREFOUR CON NUESTRAS DEMANDAS EN 2019?

HOJA DE RUTA No tienen un objetivo de reducción concreto, ni muestran sus planes de avance. Han incumplido muchos de sus compromisos de 2018 y, además, este año no nos han enviado sus compromisos. Aunque han dado pasos en la dirección correcta han acabado al final del ranking por las penalizaciones acumuladas.

REUTILIZACIÓN Permiten que los clientes lleven su propio envase, su propia botella para zumo, y venden bolsas de malla reutilizables para comprar fruta y verdura a granel. Sin embargo, no tienen planes de reutilización en los que la responsabilidad no sea, como siempre, del consumidor.

FALSAS SOLUCIONES Su estrategia se centra en sustituir el plástico por otros materiales desechables, en vez de cambiar su sistema de distribución para alejarse de la cultura del usar y tirar. Carrefour apuesta claramente por las falsas soluciones aunque tengan varias alternativas reutilizables.

FRUTA Y VERDURA Han eliminado el plástico de algunos productos pero mayoritariamente se han sustituido por otros materiales desechables cuando podría hacerse venta a granel.

GRANEL/DISPENSADOR No tienen planes para aumentar el granel en otros productos. Además, aunque puedas llevar tu envase, esto no se comunica de ninguna forma en la mayoría de establecimientos. Por otra parte, en secciones a granel como congelados o especias, tienes que usar su envase desechable.

BOLSAS Carrefour sigue teniendo bolsas desechables tanto en caja como dentro del supermercado. También tiene alternativas reutilizables tanto en caja como para fruta y verdura en casi todos sus supermercados.

CUBIERTOS, PLATOS No los han eliminado y ahora mismo tienen tanto de plástico como biodegradables. Por ahora todos son desechables.

TRANSPARENCIA Carrefour se ha negado a hacer pública su huella plástica.

"POSEEN ALTERNATIVAS REUTILIZABLES PERO SIGUEN COMERCIALIZANDO MUCHOS PRODUCTOS ENVASADOS Y NO COMUNICAN ADECUADAMENTE NI FOMENTAN LAS ALTERNATIVAS REUSABLES". Ángela Azahara, voluntaria en Granada.

Estimado Carrefour,

Aunque os comprometáis a implementar medidas concretas, luego no las termináis de cumplir. Además habéis incumplido muchos de vuestros compromisos anteriores y el sobreenvasado (sea en plástico o en otros materiales) sigue inundando vuestras tiendas. Dejáis que el cliente lleve su propio envase, su propia botella y su propia bolsa y eso está genial, pero ¿qué hace Carrefour para eliminar sus envases por completo? Os urgimos a que apostéis por modelos de reutilización que no pongan todo el peso en las personas consumidoras y que la eliminación de los envases de un solo uso sea el eje principal de vuestra estrategia.

FRUTA Y VERDURA A GRANEL

CARREFOUR SOLO TIENE EL 36% DE SUS REFERENCIAS A GRANEL.

¡ACTÚA! ¡Díselo tú también!*

*Todos los contactos proporcionados son públicos

(gratuíto) - 914 908 900
santiago_gutierrez_arroyo@carrefour.com (hipermercados)
icobo@carrefour.com (supermercados)
@CarrefourES Carrefour @carrefoures

Conclusiones

Prácticamente sin cambios por falta de voluntad

Desde que lanzamos esta campaña, hace dos años, los supermercados han estado analizando sus productos y trabajando para ver los envases que tienen actualmente y cómo podrían cambiar sus prácticas. Sin embargo ninguno apuesta por una eliminación real para tratar este problema. En esta búsqueda de alternativas les resulta más fácil reducir el grosor y/o el tamaño de sus envases para usar menos cantidad de plástico (aunque el envase siga existiendo). Prefieren sustituir los plásticos de un solo uso por envases biodegradables o compostables directamente aunque también son de un solo uso y pueden seguir llevando plásticos, con lo cual, estas medidas no serían efectivas para frenar la contaminación.

Está claro que ninguno de los supermercados analizados es lo suficientemente valiente para tomar las riendas del cambio. Alegan procesos costosos o tiempos muy lentos, culpan a los productores, o a las personas consumidoras por no demandar ciertos productos. En definitiva, alargan plazos para seguir contaminando con sus plásticos y objetos de un solo uso. Es curioso que quienes lideran este sector de la distribución de productos, en vez de liderar el cambio, en su mayoría pongan trabas y excusas alargando la eliminación de plásticos de un solo uso con plazos que pueden llegar a los 10 años.

En 2019 hemos visto una diferencia entre los supermercados que han empezado a dar pasos en la dirección correcta (Eroski, Alcampo, Lidl, Aldi), y supermercados a los que, por diferentes motivos, aún les queda muchísimo trabajo por hacer (Mercadona, El Corte Inglés, Día, Carrefour). Ciertamente, ninguno hasta ahora ha establecido todas las medidas necesarias para decir adiós a los plásticos de un solo uso ni a la cultura del usar y tirar. Varios como Eroski o Alcampo ya apuestan por opciones reutilizables que nos permiten comprar generando menos residuos, y tienen planes para seguir fomentando la reutilización. Sin embargo, todos están lejos de parecerse al supermercado ideal para frenar la contaminación por plásticos, y para reducir el cambio climático que generan sus envases al convertirse en residuos.

¡Pasa a la acción!

Si quieres un supermercado ideal, sin envases desechables, ¡pasa a la acción!

Utiliza los contactos públicos de los supermercados y presiónales para que se conviertan en un supermercado ideal. Contamos con vuestra ayuda para generar el cambio necesario que nos permita frenar la contaminación por plásticos.

GREENPEACE

Greenpeace
Calle de Valores, 1, 28007 Madrid

Greenpeace es una organización independiente que usa la acción para exponer las amenazas al medio ambiente y busca soluciones para un futuro verde y en paz.

greenpeace.es