Declaración Ambiental de Producto como herramienta de competitividad frente al consumidor

Caso práctico: leche EROSKI

EROSKI
contigo

El medio ambiente como criterio de compra

↑24%
consumo productos ecológicos entre 2015 y 2016[2]

Marcas certificadas crecieron
9 veces más
durante la crisis[3]

Medio ambiente influye en las decisiones de compra de
8 de cada 10
españoles[1]

6 de cada 10
españoles prefieren pescados ecoetiquetados[4]

85%
españoles preocupados por el medio ambiente[5]

[1]Tiendeo.com; [2]MAPAMA; [3]Nielsen; [4]GlobeScan; [5]ASPAPEL

EROSKI por la compra responsable

Formación y sensibilización

FUNDACIÓN EROSKI contigo

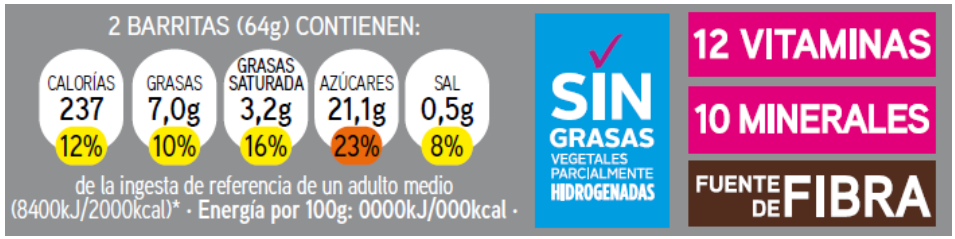
ESCUELA DE ALIMENTACIÓN

ktibatu ctívate BIZKAIA

Información

Salud:

Semáforo nutricional



Ekilibria

EROSKI contigo

Información de sostenibilidad de productos EROSKI

Origen sostenible: etiquetas ecológicas tipo I (ecoetiquetas)

Productos ecodiseñados: etiquetas ecológicas tipo II (autodeclaración)

Información de sostenibilidad de productos EROSKI

Productos locales

2.784
proveedores locales

23.791
productos de producción local

2.787
novedades de productores locales en 2016

2.784
acuerdos con pymes y cooperativas

Declaración Ambiental de Producto en EROSKI

- Apuesta de transparencia objetiva con el aval de la verificación de una tercera parte

- Proyecto piloto con basque ecodesign center

- Objetivos:
  - Desarrollar una EPD de la leche EROSKI conforme al International EPD System®
  - Asegurar una producción sostenible desde la granja a la disposición final
  - Promover la mejora medioambiental en los proveedores
  - Aumentar la información y conciencia medioambiental de los consumidores
  - Estructurar la captación de datos para la futura Huella Ambiental de Producto

Datos técnicos Declaración Ambiental de leche EROSKI

- Unidad funcional: **1 l leche incluido envase**
  - Leche entera
  - Leche semidesnatada
  - Leche desnatada
- Reglas de Categoría de Producto utilizadas:
  - PCR 2013:16 Raw milk (v.2.02)
  - PCR 2013:17 Processed liquid milk and cream (v.2.01)
- Alcance: de la cuna a la tumba

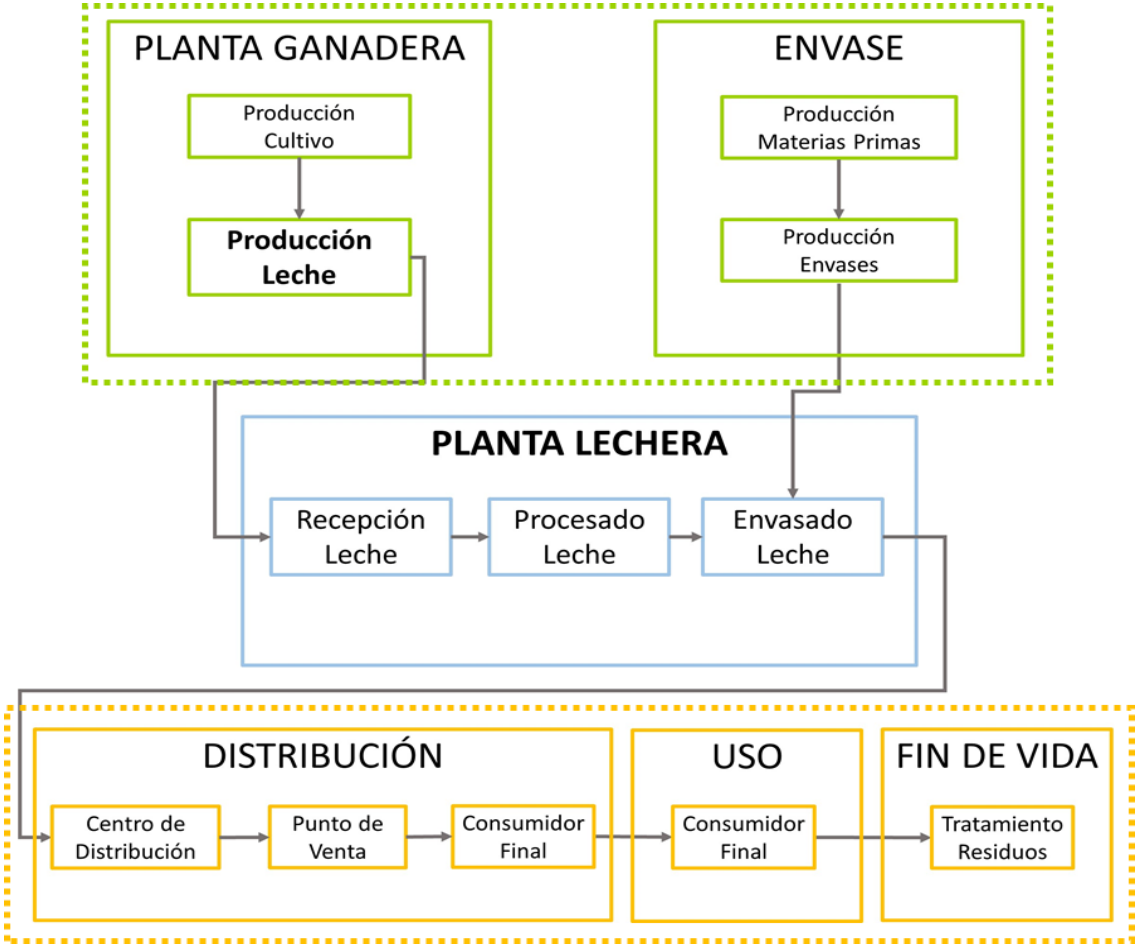
Datos técnicos Declaración Ambiental de leche EROSKI

- Límites del sistema:

Upstream

Core

Downstream



Proceso de elaboración de la DAP

Recopilación Datos Inventario Ciclo de Vida

- Reuniones con equipos de proyecto
- Recopilación de datos
- Recepción y validación de los datos

Modelización y Evaluación Impacto Ciclo de Vida

- Modelización del análisis de ciclo de vida (SimaPro)
- Cálculo e interpretación de resultados de EICV
- Redacción del informe de ACV
- Redacción del informe de EPD

Validación Final y Verificación Externa

- Solicitud de verificación
- Verificación Externa
- Publicación EPD

Proceso de elaboración de la DAP

Recopilación Datos Inventario Ciclo de Vida

- Reuniones con equipos de proyecto
- Recopilación de datos
- Recepción y validación de los datos

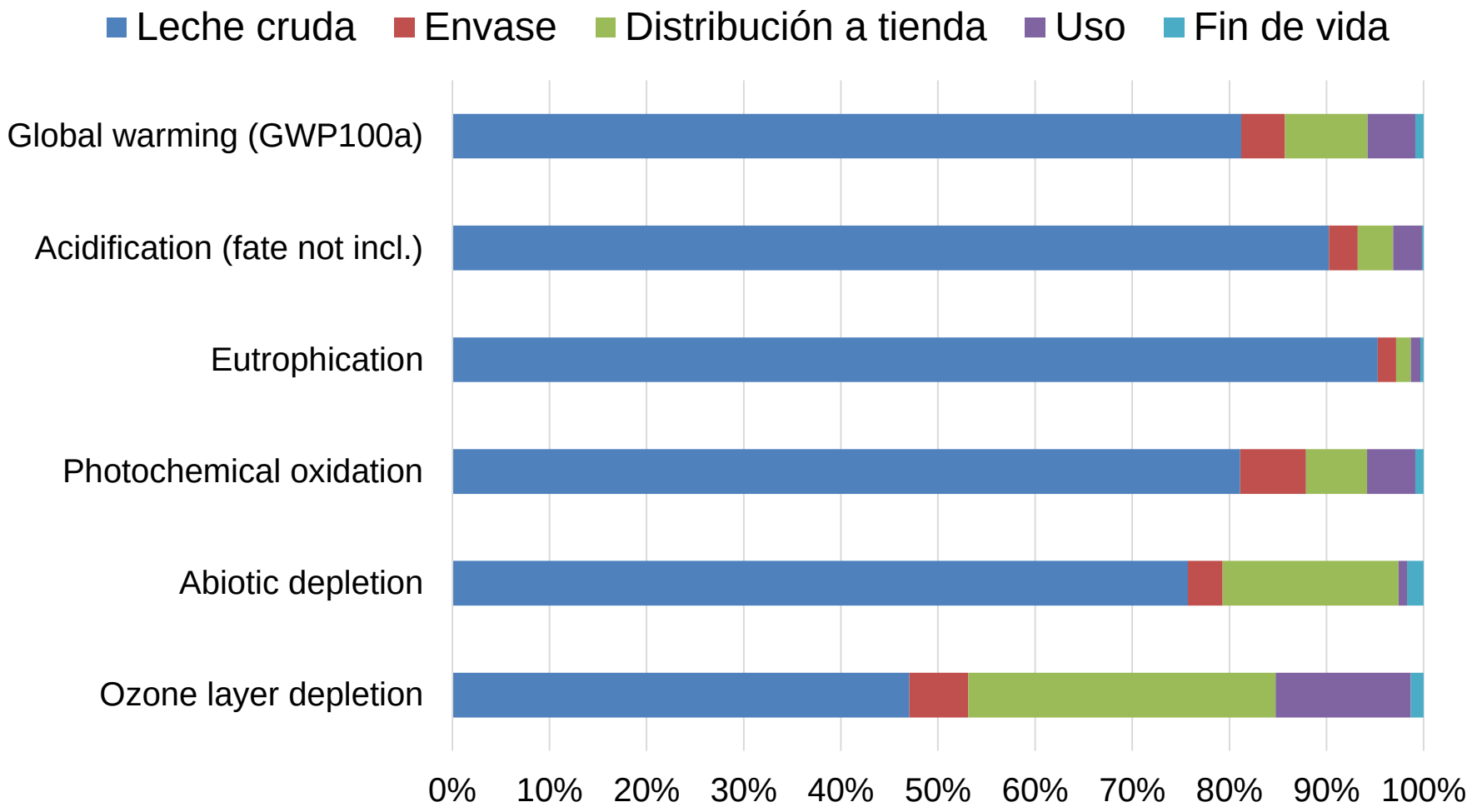
Modelización y Evaluación Impacto Ciclo de Vida

- Modelización del análisis de ciclo de vida (SimaPro)
- Cálculo e interpretación de resultados de EICV
- Redacción del informe de ACV
- Redacción del informe de EPD

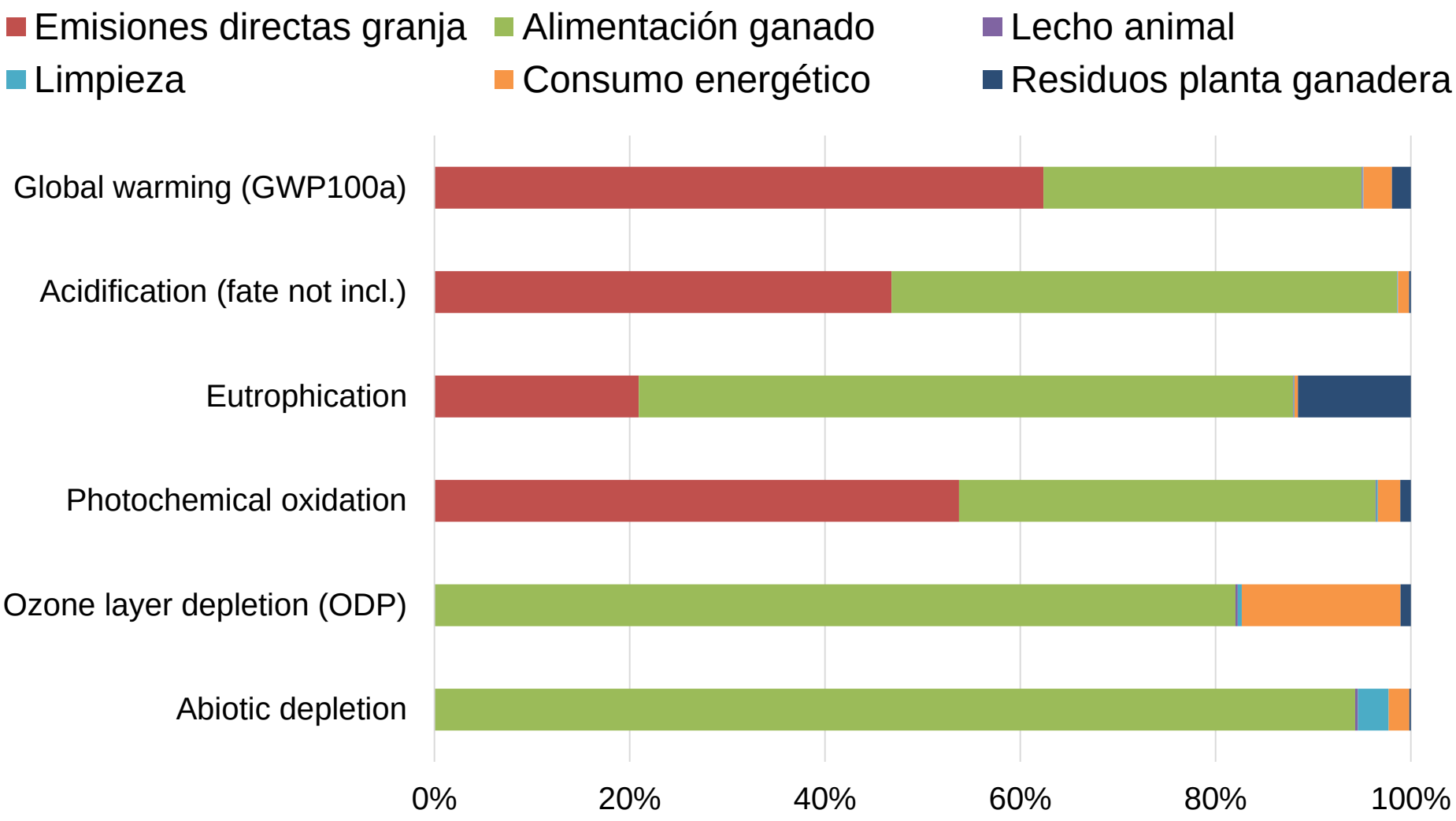
Validación Final y Verificación Externa

- Solicitud de verificación
- Verificación Externa
- Publicación EPD

Resultados preliminares del ACV



Resultados preliminares del ACV



CONCLUSIONES

- Las personas consumidoras cada vez reclaman más información sobre el impacto medioambiental asociado a los productos

- Para permitir la comparabilidad de los productos, el proceso de elaboración del ACV debe estar estandarizado → Declaración Ambiental de Producto

- La verificación de la declaración refuerza su credibilidad entre los consumidores

CONCLUSIONES

- Las Declaración Ambientales de Producto no son una herramienta de información únicamente para consumidores:

  → fuente de información para optimizar los procesos según criterios medioambientales y la selección de proveedores

- El interés y compromiso de los proveedores con el estudio son claves para su elaboración

- Es necesario formar, tanto a proveedores como a consumidores, para que esta información pueda ser realmente útil para ellos

Gracias por su atención

Anders Wigerfelt
anders_stefan_wigerfelt@eroski.es
www.eroski.es

EROSKI
contigo