

Publicación	Código 84 General, 48
Soporte	Prensa Escrita
Circulación	24 975
Difusión	23 949
Audiencia	71 847
Fecha	07/10/2024
País	España
V. Comunicación	61 113 EUR (67,005 USD)
Tamaño	538,57 cm ² (86,4%)
V. Publicitario	2335 EUR (2560 USD)

C84 | DEBATE ECOEMBES

Envases comerciales

¿Preparados para el 2025?

A partir de 2025 las empresas que pongan en el mercado envases comerciales e industriales deberán responsabilizarse de la financiación y gestión de dichos residuos, según el Real Decreto 1055/2022 de Envases y Residuos de Envases. Hasta ahora esa obligación solo existía para los envases domésticos. En el tiempo de descuento, las empresas aceleran para organizarse en sistemas que les permitan cumplir la ley. Directivos de Ecoembes, L'Oréal, Mercadona, Pascual y PwC Tax & Legal analizan el momento actual.

ROSA GALENDE C84
rgalende@aecoc.es



Nuria de Pedraza (AECOC): Hoy centraremos nuestro debate en la RAP (Responsabilidad Ampliada de Productor) de envases comerciales, que entra en vigor el 1 de enero de 2025 y obliga a las empresas a adaptarse para cumplir la ley. ¿Qué beneficios aportará esta RAP a la circularidad de los envases en nuestro país?

Oscar Hernández (Pascual): La RAP de envases comerciales viene a cerrar el círculo. Hasta ahora se había puesto el foco en la gestión de los envases domésticos y ahora toca poner también atención en los comerciales.

Delia García (L'Oréal): La legislación busca ahondar en las estrategias de circularidad, mejorando los procesos y el reporting y promoviendo la innovación. En mi opinión, se da un impulso, al menos en nuestro caso, a lo que las empresas ya estamos haciendo por propia dinámica empresarial.

Patricio Carpeta (Mercadona): La RAP es un mecanismo que se ha demostrado que funciona para gestionar mejor los residuos. En su momento la Ley de Envases y Residuos de Envases de 1997 ya decía que los poseedores finales de esos residuos tenían que hacerse cargo de la gestión de los mismos a través de una gestión privada con un reciclar o valorizador. La RAP actual es positiva porque viene a dar respuesta a ese flujo de envases comerciales que no están siendo gestionados de la forma correcta, como por ejemplo a los envases comerciales que acaban en el contenedor azul de forma inapropiada.

Ismael Aznar (PwC): La RAP de comerciales establece unos objetivos de recogida separada, reciclaje y reutilización que deberían ayudar a mejorar nuestras tasas de circularidad. También ayuda a poner un poco de orden en cuanto a responsabilidades y gestión. Hay envases

comerciales que se confunden con los domésticos en cuanto a sus características y a veces también en cuanto a su gestión como residuos. Algunos envases comerciales ya se vienen gestionando adecuadamente, sobre todo en los grandes centros de generación de residuos de envases, pero otros como los del pequeño comercio muchas veces acaban en los contenedores municipales y eso siempre ha generado algunas distorsiones. Esta legislación ayuda a dar seguridad jurídica.

Begoña de Benito (Ecoembes): Como dice Patricio, la RAP ha demostrado ser una gran herramienta para mejorar la gestión de los residuos. Hay dos hechos que lo demuestran. El primero es que la Comisión Europea ha implantado este concepto de RAP no solamente en envases comerciales e industriales -cuando ya estaba en domésticos y en algún otro flujo-, sino también en otros flujos de residuos como los



textiles, muebles, enseres, toallitas... Eso también lo vemos en las estadísticas europeas de gestión de residuos. En envases en España estamos en torno al 64% de reciclado y en residuos municipales en torno al 40%. Por tanto, ahí donde hay RAP las cosas se hacen mejor. Y no solo en reciclado sino desde una visión de mejora del impacto ambiental en general de los residuos; del reciclado, pero también de la reducción, la prevención, el ecodiseño, la reutilización, la reparación... Es evidente que lo que busca el legislador es mejorar la gestión de los residuos, y eso es positivo.

Nuria de Pedraza (AECOC): Ahora llega esta obligación, pero la mayoría de empresas ya trabajan en este ámbito. ¿Cómo estás haciendo el tratamiento de estos residuos en este momento y cuáles creéis que son las claves para que funcione correctamente este nuevo sistema de gestión de envases comerciales al que obliga la norma?

Delia García (L'Oréal): En L'Oréal llevamos años trabajando en nuestro master plan de envases y embalajes, actuando sobre las 4 R's: Reducir, Reemplazar, Reutilizar y Reciclar. En envases comerciales estamos trabajando en la circularidad de los palés y en la reducción de plásticos. En los últimos años, por ejemplo, hemos sustituido el enfajado de plástico por otro tipo reutilizable. Para nosotros la RAP es un buen instrumento que nos invita a seguir trabajando en circularidad, en mejorar los procesos, en reporting y trazabilidad, etc.

Patricio Carpena (Mercadona): En Mercadona llevamos casi 40 años haciendo una gestión integral de los residuos de envases comerciales. En el almacén de cada tienda se Trituran todos los residuos de cartón y se agrupa ese material en balas. Los envases comerciales de plástico también se separan y agrupan en balas, generando dos flujos diferentes: uno de cartón y otro de plástico.

Aprovechamos la logística inversa de los camiones para transportar esos residuos de envases, así como los envases reutilizables, que trabajamos a través del pool con Logifruit. Cuando esos materiales llegan a los bloques logísticos se envían a un reciclador, de forma que cerramos el círculo, porque sabemos que posteriormente se van a utilizar para fabricar nuevos envases. Ahora el Real Decreto nos dice que esta gestión tiene que estar bajo el paraguas de un sistema de responsabilidad ampliada del productor. Es decir, el propio Real Decreto nos da un mecanismo, un acuerdo entre el poseedor final -que seríamos nosotros- y el SCRAP. Ahora tenemos que conocer del detalle de ese mecanismo en el que se definen las reglas de juego sobre los flujos de información y financiación necesarios, para empezar a funcionar a partir de enero.

Óscar Hernández (Pascual): Lo primero que tendríamos que



Publicación	Código 84 General, 50	Fecha	07/10/2024
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	24 975	V. Comunicación	61 113 EUR (67.005 USD)
Difusión	23 949	Tamaño	520,04 cm ² (83,4%)
Audiencia	71 847	V. Publicitario	2277 EUR (2497 USD)

DEBATE ECOEMBES

ISMAEL AZNAR

Socio responsable de Medio Ambiente y Clima
de PwC Tax & Legal

"La RAP de comerciales establece unos objetivos de recogida separada, reciclaje y reutilización que deberían ayudar a mejorar las tasas de circularidad".

"Poner en marcha un SCRAP de envases comerciales y que funcione bien no es fácil. Hay que cerrar acuerdos con muchos actores con diferentes sensibilidades, entre ellos las entidades locales, autonómicas y otros SCRAPS".

"Las obligaciones y regulaciones en materia de sostenibilidad impactan en la cadena de valor y pueden llevar a rediseñar o a reorientar las cadenas de suministro y, por tanto, se están convirtiendo en estratégicas para muchas empresas".



hacer es clarificar qué es un envase comercial y qué no lo es. Esto es especialmente trascendente para el canal horeca, que hasta ahora no estaba tampoco en los sistemas de envases domésticos. Porque una botella de agua podría ser considerada envase comercial cuando se vende en un bar o en un restaurante. El canal horeca en España es muy potente, y está formado por grandes cadenas y también por pequeños bares de barrio, a los que llegan también envases comerciales que habrá que retirar.

Por supuesto, en Pascual estamos haciendo cosas. Tenemos botellas 100% rPET, trabajamos en estrecha relación con Ecoembes, etc. Pero el canal horeca me preocupa mucho. Está bien legislar, pero dicha legislación debe hablarse, debe tener en cuenta la realidad de los sectores. A veces hay que imponer -por ejemplo en lo que concierne a la seguridad alimentaria-, pero temas así hay que hablarlos y negociarlos.

Delia García (L'Oréal): En este tema hay dos velocidades. La distribución está muy preparada, porque la circularidad no es nada nuevo para ellos. Pero hay otros canales, como el horeca o las peluquerías, por ejemplo, que no han trabajado tanto en circularidad

hasta el momento. Y eso es algo que hay que tener en cuenta para la correcta implementación de soluciones.

Ismael Aznar (PwC): Desde nuestra experiencia asesorando a empresas, en PwC nos encontramos dos realidades. Por un lado, quienes ya tenían obligaciones en relación con envases domésticos y venían trabajando en circularidad, y ahora se enfrentan a nuevas obligaciones en materia de envases comerciales. En este caso, si lo que hacen ya está funcionado bien, su objetivo es adaptarse a la normativa cambiando lo mínimo posible. Por otro lado, nos encontramos con empresas B2B -que no tienen relación con el consumidor- para las que la RAP de envases comerciales es algo nuevo. Muchas empresas que venden sus productos en España, pero no llegan al consumidor, se encuentran ahora con la responsabilidad de gestionar sus envases comerciales. Esto es nuevo para ellas y necesitan saber si sus envases están o no afectados y qué obligaciones comporta para ellos la nueva regulación.

Por tanto, estoy de acuerdo en que hay dos velocidades. Como es lógico, a las empresas pequeñas todo esto les supone un mayor esfuerzo. Por

otro lado, tenemos singularidades en el canal horeca y en pequeños servicios como, por ejemplo, una peluquería, donde no siempre es sencillo determinar si ciertos envases han de considerarse comerciales o domésticos. Ahí la norma, por defecto, los considera domésticos cuando se pueden encontrar también en un comercio a disposición del consumidor.

Begoña de Benito (Ecoembes): Hoy el gran reto es que todas las empresas se enteren de que hay una norma que les afecta. Hasta ahora teníamos alrededor de 18.000 o 20.000 empresas afectadas por la legislación sobre envases domésticos. Ahora, la nueva regulación de envases comerciales e industriales impacta a más de 150.000 empresas. Cualquier pequeña industria está afectada por la RAP, porque cualquiera pone envases comerciales en el mercado. Un fleje es un envase. El pan que se envía a una panadería va a en un envase comercial. La harina para hacer ese pan se entrega en un envase industrial.

No obstante, he de decir que en envases comerciales las empresas, en general, lo están haciendo bien, porque al final un residuo es un recurso que aprovechar.

Publicación	Código 84 General, 51	Fecha	07/10/2024
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	24 975	V. Comunicación	61 113 EUR (67.005 USD)
Difusión	23 949	Tamaño	518,05 cm ² (83,1%)
Audiencia	71 847	V. Publicitario	2270 EUR (2489 USD)



DELIA GARCÍA

Directora de sostenibilidad e impacto positivo de L'ORÉAL GROUPE para España y Portugal

"La RAP de envases comerciales no deja de ser un instrumento que nos invita a seguir trabajando en circularidad, en mejorar los procesos, en reporting y trazabilidad, etc.".

"La circularidad no es nueva para la distribución, pero hay otros canales como el horeca o las peluquerías que no han trabajado tanto en circularidad hasta el momento. Y eso hay que tenerlo en cuenta para la correcta implementación de soluciones".

"La colaboración, el diálogo y la escucha activa, la transparencia y el compromiso son fundamentales. Adicionalmente, hay que conseguir una trazabilidad y una calidad del dato adecuada para encontrar eficiencias".

Para conseguir que la norma se implemente de manera eficaz y eficiente, además de hacer regulación -que es fundamental-, hay que acompañarla con políticas públicas. Por nuestra parte, los SCRAPs -Sistemas Colectivos de Responsabilidad Ampliada del Productor- estamos para prestar un servicio a las empresas y serles útiles. En Ecoembes no somos un mero intermediario, sino que también ayudamos a las empresas a hacer las cosas.

Nuria de Pedraza (AECOC): En materia de gestión, ¿qué más desafíos tienen las empresas encima de la mesa?

Begoña de Benito (Ecoembes): En Ecoembes tenemos 5 grandes retos:

1 Poner en marcha el sistema de envases comerciales. Para ello es fundamental entender cómo se están gestionando hoy estos envases comerciales, con el fin de preservar lo que funciona bien y solucionar aquello que no.

2 Hacerlo desde la escucha y la colaboración. Nosotros hemos constituido un SCRAP en forma de asociación al que quien quiera puede unirse. El derecho de asociación es

libre: se puede entrar y salir cuando cada uno desee. Estamos colaborando a través de un grupo de trabajo donde está todo aquel que quiere estar, aproximadamente unas 30 organizaciones. Lógicamente, con tanta participación se reduce la velocidad de avance, pero los pasos que damos son muy sólidos, muy consistentes, porque lo estamos haciendo desde la escucha y la colaboración.

3 Trabajar muy bien la responsabilidad. Hay una cadena muy larga de actores implicados que deben coordinarse: productores, poseedores finales, sistemas colectivos, ayuntamientos, comunidades autónomas, gestores, recicladores, operadores...

4 Buscar la eficiencia y la eficacia. Tenemos que cumplir los objetivos y hacerlo al menor precio.

5 Asegurar que los costes son los justos, los necesarios, y que son equitativos y se reparten adecuadamente entre toda la cadena.

Patricia Carpeta (Mercadona): Sin duda, esos son los retos que abordar. El diálogo y la coordinación de todos los actores involucrados es fundamental, porque cada uno conoce su parte y entre todos tene-

mos que ser capaces de hacer funcionar este mecanismo de forma eficaz y eficiente.

En nuestro caso particular, un reto adicional es la digitalización, que nos ayudará para agilizar la trazabilidad de los datos. Tenemos que buscar la mejor manera de coordinarnos con el sistema para un tratamiento efectivo de la información necesaria.

Delia García (L'Oréal): La colaboración, el diálogo y la transparencia son fundamentales. Adicionalmente, hay que conseguir una trazabilidad y una calidad del dato adecuada para evitar inefficiencies o, mejor dicho, para encontrar eficiencias, porque hay un gran potencial en ese campo y tenemos que poner ahí el foco. Asimismo, tenemos que seguir innovando y trabajar también en la parte social para no dejar a nadie atrás.

Óscar Hernández (Pascual): Internamente, en las empresas, tenemos el reto de explicar exactamente qué implica la RAP de envases comerciales, que se suma a todo lo que ya estamos haciendo en envases domésticos. Para abordar este reto nosotros decidimos acudir a Ecoembes y nos hemos incorporado a esta asociación.



Publicación	Código 84 General, 52	Fecha	07/10/2024
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	24 975	V. Comunicación	61 113 EUR (67,005 USD)
Difusión	23 949	Tamaño	532,74 cm ² (85,5%)
Audiencia	71 847	V. Publicitario	2316 EUR (2539 USD)

DEBATE ECOEMBES

BEGOÑA DE BENITO Directora de relaciones externas ECOEMBES

"Hasta ahora teníamos alrededor de 18.000 o 20.000 empresas afectadas por la legislación sobre envases domésticos. La nueva regulación de envases comerciales e industriales afecta a más de 150.000 empresas y el gran reto es que todas conozcan que hay una norma que les concierne".

"Donde hay RAP las cosas se hacen mejor. Lo que busca el legislador es mejorar la gestión de los residuos, y eso es positivo".

"El reto es complejo, pero estamos trabajando para hacerlo más sencillo, para llegar a acuerdos entre nosotros que sean justos, razonables y equilibrados. Ponemos toda esa experiencia a disposición de las empresas. El futuro sin residuos al que aspiramos en Ecoembes no es una utopía".



Hemos hablado de la necesidad de dialogar, de llegar a acuerdos... Y los acuerdos significan ceder. Este es para mí el principal reto. Para que este SCRAP de envases comerciales llegue a buen puerto -que va a llegar- nos tenemos que poner de acuerdo con la distribución y viceversa. Además, la Administración tiene también su rol, porque la gestión de residuos es un tema social y político determinante.

Ismael Aznar (PwC): En inglés hay una palabra, *compromise*, que refleja ese acuerdo en el que todos ceden un poquito para el beneficio común. Aunque todos miramos a Ecoembes, con la RAP el primer obligado es el envasador. Lo cierto es que montar un SCRAP y que funcione bien no es nada fácil, porque hay cerrar acuerdos con muchos actores con diferentes sensibilidades, entre ellos las entidades locales, las comunidades autónomas e incluso otros SCRAPS, porque va a haber más de un sistema de comerciales. Y eso no va a ser sencillo, porque entre otras cosas también hay que tener en cuenta las

normas de competencia. Hemos de tener en cuenta que un SCRAP no va a gestionar exclusivamente los envases de sus asociados o adheridos, y eso va a requerir un intercambio de información, lo que añade una complejidad extra en esta etapa inicial.

Nuria de Pedraza (AECOC):
Ecoembes está trabajando en ese SCRAP de envases comerciales. ¿En qué momento se encuentra este proceso?

Begoña de Benito (Ecoembes): Inicialmente, desde Ecoembes hemos constituido una asociación que es un órgano de gobierno al que se suman aquellos que desde dentro quieren ayudar a construir. Pero para dar respuesta a sus obligaciones de responsabilidad ampliada del productor las empresas tienen que adherirse a un SCRAP, o bien dar una respuesta individual.

Como asociación, acabamos de cerrar nuestro reglamento de régimen interno para a partir de ahí constituir la junta directiva y poder empezar a tomar las decisiones relevantes: cómo vamos a poner en marcha el sistema, cómo vamos a negociar con las entidades locales, cuánto va a costar... Tenemos que dar estos pasos para poder lanzar nuestros pro-

cios, porque cuando alguien quiere comprarse una cosa, lo primero que preguntan es cuál es el precio, aunque la adhesión ya está disponible para cualquier empresa.

El mercado se ha hecho grande, porque ya no hablamos de 20.000 empresas afectadas sino de 150.000. Han aparecido nuevos actores y las empresas tienen que empezar a conocer este nuevo ecosistema y decidir con quién quieren estar. Y para que lo decidan, cada uno tenemos que sacar nuestra propuesta de valor. Y en eso estamos todos.

Nuria de Pedraza (AECOC): ¿Existen sinergias en la gestión de envases domésticos y comerciales?

Begoña de Benito (Ecoembes): Sin duda. De hecho, si Ecoembes ha dado un paso adelante para constituir un SCRAP de envases comerciales es precisamente porque existen sinergias, que son fundamentalmente dos:

1 Las empresas que ponen en el mercado un envase doméstico también utilizan envases comerciales y los poseedores finales también están adheridos al sistema. Por tanto, ahí partimos de una base muy buena de conocimiento mutuo de unos y otros.

Publicación	Código 84 General, 53	Fecha	07/10/2024
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	24 975	V. Comunicación	61 113 EUR (67,005 USD)
Difusión	23 949	Tamaño	240,55 cm ² (38,6%)
Audiencia	71 847	V. Publicitario	1347 EUR (1477 USD)



PATRICIO CARPENA
Gerente de Economía Circular de MERCADONA

"En Mercadona llevamos casi 40 años haciendo una gestión integral de los residuos de envases comerciales".

"Lo más importante es que se respete lo que ya funciona, como esta gestión que hacemos de los envases comerciales y sus residuos. Los acuerdos con el sistema de responsabilidad ampliada son un mecanismo clave para una buena gestión".

"Para el buen funcionamiento de la RAP de comerciales e industriales hay que seguir haciendo hincapié en la coordinación entre todos los actores. Se necesita mucho diálogo, mucha transparencia e intentar hacerlo todo de la forma más sencilla y eficiente posible".

2 Hay una parte de los envases comerciales que ya se está gestionando fenomenalmente, privadamente,

por el poseedor final, pero otra parte importante se está gestionando en el canal municipal. Y nosotros te-

nemos 27 años de experiencia en la gestión de los envases domésticos con la Administración Pú- ■■■

Publicación	Código 84 General, 54
Soporte	Prensa Escrita
Circulación	24 975
Difusión	23 949
Audiencia	71 847
Fecha	07/10/2024
País	España
V. Comunicación	61 113 EUR (67,005 USD)
Tamaño	546,20 cm ² (87,6%)
V. Publicitario	2359 EUR (2586 USD)

DEBATE ECOEMBES

ÓSCAR HERNÁNDEZ

Director De Asuntos Públicos, Comunicación y Sostenibilidad de PASCUAL

"Lo primero que tendríamos que hacer es clarificar qué es un envase comercial y qué no lo es. Esto es especialmente trascendente para el canal horeca".

"Para que este SCRAP de envases comerciales llegue a buen puerto -que va a llegar- hay que ceder; nos tenemos que poner de acuerdo con la distribución y la distribución con nosotros. Y la Administración tiene también su rol, porque la gestión de residuos es un tema social y político determinante en las sociedades civilizadas".

"En el momento actual hay muchas preguntas para las que no tenemos respuesta. Tampoco me preocupa. Con el paso del tiempo las dudas van cayendo por su propio peso".



blica, las comunidades autónomas y las entidades locales. Y eso es igual en comerciales.

En envases industriales donde no existen sinergias, lo que haremos es dar a las empresas un servicio a través de otro, llegando a acuerdos con otros SCRAPS como en su día llegamos a un acuerdo con Ecovidrio para la gestión de los envases de vidrio.

Nuria de Pedraza (AECOC): Desde el punto de vista legal, económico, operativo... ¿dónde están los principales desafíos para las empresas?

Ismael Aznar (PwC): Desde el punto de vista jurídico, lo primero que tenemos que hacer es deslindar lo que es un envase doméstico y lo que es un envase comercial. ¿El envase de champú en una peluquería es comercial o doméstico? También hay que aclarar qué diferencia hay entre un envase comercial y uno industrial, porque en el ecosistema que se está formando habrá unos SCRAPS para unos y otros para otros.

Delia García (L'Oréal): Existen todavía muchas zonas grises que hay que definir bien. El legislador y el SCRAP nos tienen que ayudar en este proceso. Internamente, tenemos que formar a los equipos para poder hacer una gestión adecuada y para encontrar esas eficiencias.

Begoña de Benito (Ecoembes): En Ecoembes tenemos un grupo de trabajo en el que nos sentamos con unos 15 SCRAPS para hablar de estas cosas; evidentemente, con abogados expertos en competencia, porque el tema es muy delicado. Lo primero que hemos puesto sobre la mesa es esa lista gris de clasificación de envases, que en otros países existe, para saber a qué atenernos. Es algo absolutamente necesario porque tiene mucho impacto en los costes. Una botella de plástico tendrá un coste si es un envase doméstico y otro si se clasifica como envase comercial.

Nuria de Pedraza (AECOC): Desde el punto de vista operativo, cita bals las necesidades de digitalización. ¿Qué otras afectaciones operativas tiene la implementación de este sistema?

Patricio Carpena (Mercadona): En nuestro caso, además de ser poseedores de ese residuo, tam-

bien tenemos el gorro de productor. Por tanto, la ecuación se complica y hay que tener en cuenta más variables. Comentaba lo de la digitalización porque se realizan muchos movimientos y se gestiona gran cantidad de información, y tenemos que ser capaces de tener unos procesos digitalizados, de manera que nos den un dato muy fiable, porque al final todo va a depender de esos datos, tanto internamente como en nuestra relación con el SCRAP. Ese es el mayor reto que tenemos. De hecho, ya lo hemos empezado a trabajar con el registro de productores.

Ismael Aznar (PwC): En relación con lo que comenta Patricio, jurídicamente hay que tener muy claro quién eres y qué obligaciones y derechos tienes de acuerdo con el Real Decreto en función de la figura que te corresponda.

Óscar Hernández (Pascual): En el momento actual hay muchas preguntas para las que no tenemos respuesta. Personalmente, tampoco me preocupa. Cuando hay legislaciones que comportan cambios profundos, los principios son un tanto difíciles, pero con el paso del tiempo -nos tienen que dar ese tiempo-

Publicación	Código 84 General, 55	Fecha	07/10/2024
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	24 975	V. Comunicación	61 113 EUR (67,005 USD)
Difusión	23 949	Tamaño	246,53 cm ² (39,6%)
Audiencia	71 847	V. Publicitario	1370 EUR (1502 USD)

las dudas van cayendo por su propio peso.

Begoña de Benito (Ecoembes): Yo soy optimista. Si hace 27 años, cuando se constituyeron Ecoembes y Ecovidrio, los productores fueron capaces de hacerlo, ¿cómo no vamos a ser capaces de hacerlo mejor hoy con lo que hemos aprendido y con una regulación que nos ayuda? Este es un flujo nuevo, pero no un concepto nuevo. La curva de aprendizaje será rápida.

Nuria de Pedraza (AECOC): A la hora de implantar la RAP de comerciales, ¿hay en Europa referentes a los que mirar?

Begoña de Benito (Ecoembes): Hasta ahora solo había dos países sin RAP comerciales: Francia y España. El resto de países tienen su sistema, con sus particularidades. Hay sistemas que solamente son de re-

porte de datos, como el belga, y sistemas de financiación de gestión, como el italiano.

Ismael Aznar (PwC): Yo me pregunto cuántos de esos sistemas responden realmente a un concepto de responsabilidad ampliada del productor porque, visto desde fuera, algunos se quedan cortos. Una cosa es lo que hay sobre el papel y otra en la práctica.

Begoña de Benito (Ecoembes): Totalmente de acuerdo. En la asociación europea Expra, en la que participamos unos 30 sistemas. Hay casi tantas casuísticas como estados miembros.

Delia García (L'Oréal): Esto introduce una gran complejidad a las compañías multinacionales, que en cada país se encuentran con sistemas diferentes. Necesitamos más armoni-

zación. Vivimos en un mundo globalizado y deberíamos trabajarla desde un punto de vista 'glocal'.

Nuria de Pedraza (AECOC): Desde un punto de vista sectorial, más allá del canal horeca, ¿qué otras situaciones nos encontramos?

Ismael Aznar (PwC): Muchas multinacionales de la rama textil dicen que los SCRAPS nacionales no tienen sentido, que hay que tener una organización a nivel europeo.

Delia García (L'Oréal): Sin duda, hay que buscar la armonización siempre que sea posible, pero luego efectivamente hay cuestiones que son muy locales. No deja de ser algo realmente complejo.

Patricio Carpena (Mercadona): El futuro reglamento de envases -que lo tendremos aprobado muy pronto- aunque parezca que vaya a ■■■

Publicación	Código 84 General, 56	Fecha	07/10/2024
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	24 975	V. Comunicación	61 113 EUR (67,005 USD)
Difusión	23 949	Tamaño	493,46 cm ² (79,2%)
Audiencia	71 847	V. Publicitario	2194 EUR (2406 USD)

DEBATE ECOEMBES



armonizar un poco todas las medidas y obligaciones en toda la Unión Europea, la realidad es que da mucha flexibilidad a cada estado miembro para fijar objetivos que vayan más allá, con lo cual al final nos quedamos con esa desarmonización entre los países.

Óscar Hernández (Pascual): Podemos estar todos de acuerdo en la necesidad de armonizar, pero por mi experiencia en Bruselas sé lo difícil que es poner a 27 países de acuerdo. Eso sin contar que nosotros tenemos, además, 17 comunidades autónomas. Estoy de acuerdo en que menos es más, pero se trata de algo complejo.

Nuria de Pedraza (AECOC): Como cierre de este debate, os pediría una reflexión final.

Patricio Carpena (Mercadona): Para el buen funcionamiento de la RAP de comerciales e industriales hay que seguir haciendo hincapié en la coordinación entre todos los actores. Se necesita mucho diálogo, mucha transparencia e intentar hacerlo todo de la forma más sencilla y eficiente posible.

Delia García (L'Oréal): El sistema será exitoso si conseguimos esas eficiencias desde la escucha activa, sin perder de vista a ninguno de los actores que forman parte de todo este complejo sistema. Se necesita la colaboración y el compromiso de todos los participantes.

Óscar Hernández (Pascual): Tenemos que ser un poco más pedagógicos y explicar en qué consiste todo esto, porque me da la impresión de que no lo hemos explicado suficientemente. Por otra parte, en temas de legislación a veces menos, es más. Está bien que se legisle, pero no hay que duplicar cosas.

Ismael Aznar (PwC): Es relevante inscribir la RAP en un contexto más amplio que está incidiendo en la operativa de las empresas. Las obligaciones y regulaciones en materia de sostenibilidad -RAP comerciales, reglamento deforestación, mecanismo de ajuste en frontera de carbono, directiva de diligencia debida...- impactan en la cadena de valor y pueden llevar a rediseñar o a reorientar las cadenas de suministro y, por tanto, se están convirtiendo en estratégicas para muchas empresas.

Begoña de Benito (Ecoembes): Me gustaría acabar con un mensaje de tranquilidad para las empresas. En

casi todo, la experiencia es un grado y nosotros llevamos 27 años trabajando en esto. Estamos seguros de que vamos a ser capaces de ayudarles en todos estos retos de la RAP en envases comerciales y también en industriales. El reto es complejo, sin duda, pero estamos trabajando para hacer lo complejo más sencillo, para llegar a acuerdos entre nosotros que sean justos, razonables y equilibrados. Ponemos toda esa experiencia a disposición de las empresas. Además, este es un camino sin retorno, una senda por la que hay transitar. Ese futuro sin residuos al que aspiramos en Ecoembes es sí o sí. No es una utopía. Es conceptualizar el residuo como un recurso que hay que gestionar y valorizar para que tenga una segunda vida. Y seremos capaces de hacerlo.

Nuria de Pedraza (AECOC): Me quedo con vuestra visión optimista. También yo lo soy, porque en el pasado la cadena de valor ha demostrado sobradamente que sabe colaborar, que se adapta y tiene capacidad de reacción. Por tanto, confío plenamente en que todos los eslabones de la cadena, en colaboración con la Administración, van a llevar este proyecto.

© Rosa Galende