



# INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2018



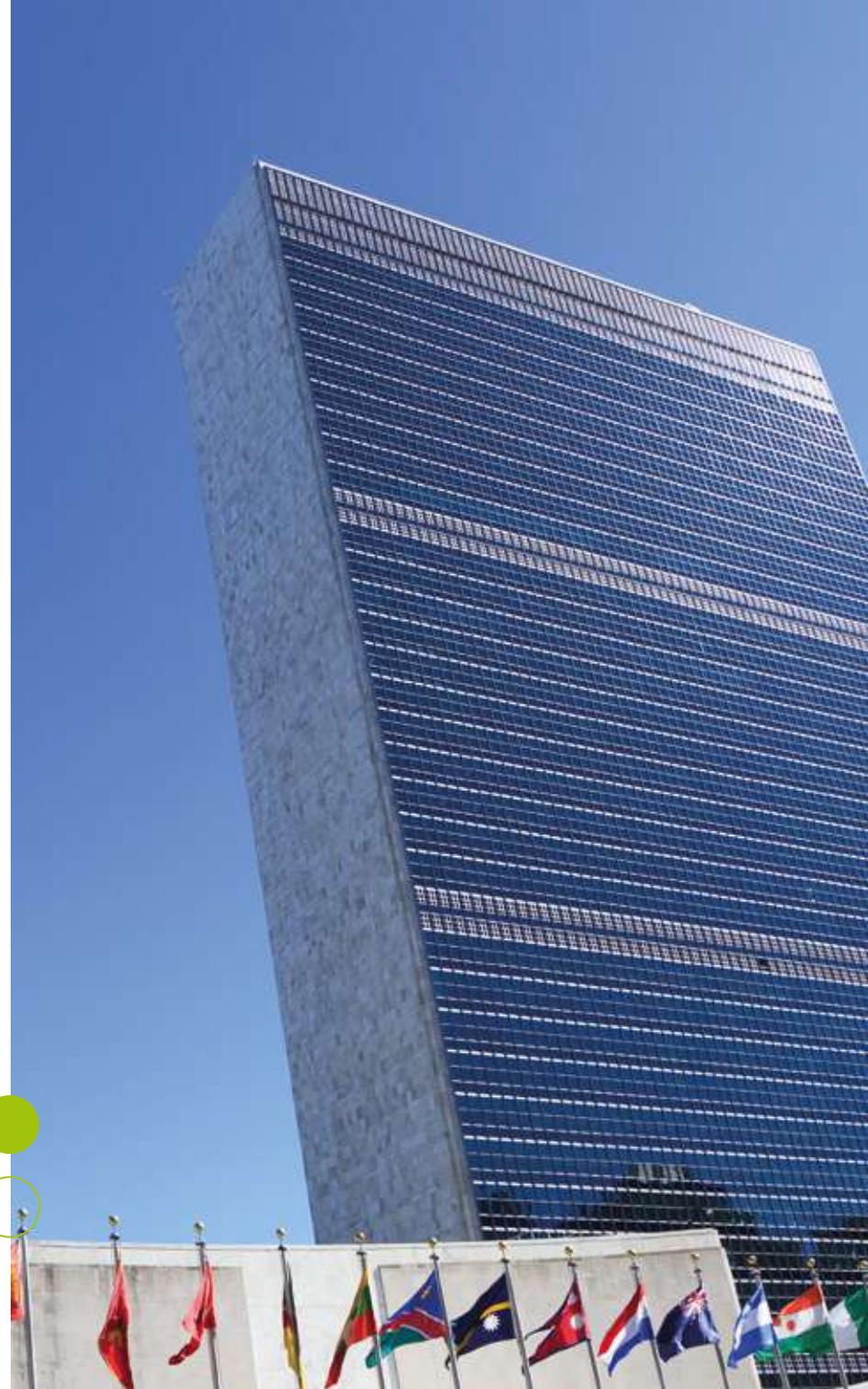


# INFORME DE SOSTENIBILIDAD

- Somos socios de la Red Española del Pacto Mundial
- ANGED y los ODS
- Medidas innovadoras para reducir el impacto medioambiental



INFORME DE  
**SOSTENIBILIDAD**



## Somos socios de la Red Española del Pacto Mundial

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).

Como explicaba el director general de ANGED, Javier Millán-Astray, en el último Anuario Corresponsables, «la sostenibilidad es un factor competitivo indispensable en el siglo XXI que impacta de forma directa en los resultados de las compañías. Una mayor eficiencia en el uso de los recursos, el ahorro energético, la protección del entorno, la economía circular, la lucha contra el desperdicio o la inclusión social son cuestiones que demandan hoy los consumidores y permiten hacer viable el negocio en el medio plazo».

En otros términos, la sostenibilidad se está traduciendo en procesos y operaciones más eficientes; en una cadena de valor competitiva que trabaja con todos los eslabones; en una logística inteligente que contribuye al ahorro; o en la integración de la tecnología.

En 2018, ANGED colaboró, junto a varias empresas asociadas, en la *Guía sectorial en ODS del sector agroalimentario* del grupo de trabajo de Pacto Mundial. Una iniciativa con vocación de sumar más organizaciones a la difusión y aplicación de buenas prácticas en materia de ODS.

Por otro lado, desde hace tres años ANGED ha trabajado con sus empresas asociadas en un Informe de Sostenibilidad. En la primera edición, se midieron indicadores relacionados con el medio ambiente, la sostenibilidad y el buen gobierno. En su segunda, se recogieron 49 buenas prácticas en materia de ODS. En el tercer informe, 12 responsables en RSE ofrecieron una visión sobre una distribución más sostenible. En el presente informe nos repasamos medidas innovadoras puestas en marcha para reducir el impacto medio ambiental y mejorar la eficiencia.



Pacto Mundial  
Red Española



## ANGED y los ODS

### La Lucha contra el desperdicio

ANGED ha participado en la Comisión de Seguimiento de la Estrategia *Más Alimento, menos desperdicio*, coordinada por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Pesca, para la prevención y reducción del desperdicio alimentario, que promueve mejores prácticas en la cadena agroalimentaria y una mayor sensibilización de los consumidores.

En esta misma línea, ANGED ha colaborado con la EU Platform on Food Losses and Food Waste, a través de Eurocommerce. En ella se aborda el desperdicio junto con todos los actores clave de los sectores público y privado para identificar, medir, comprender y encontrar soluciones.

En colaboración con las empresas asociadas, ANGED participó en la Primera Semana contra el desperdicio alimentario, organizada y coordinada por AECOC.

## Por una alimentación y unos hábitos saludables

Nuestra Asociación firmó en 2018 el Plan de la AESAN de mejora de composición de alimentos. En él se recogen una serie de compromisos para reformular 13 grupos de alimentos y 57 subcategorías. La distribución suscribió con ese plan algunos compromisos orientados a la promoción de productos frescos, programas de formación y educación sobre hábitos saludables, así como de apoyo a la investigación y tecnología para el conocimiento nutricional.

En esta línea de trabajo, ANGED forma parte del Observatorio de Nutrición y Obesidad que integra a todos los participantes de la Estrategia NAOS, cuyo objeto es conocer la situación nutricional en España, la evolución de la obesidad y la promoción de políticas adecuadas. Entre otras, en la Comisión de Seguimiento del Código PAOS de autorregulación de la publicidad dirigida a menores.

## Medidas para la producción ecológica

ANGED participa en el Foro Sectorial de Producción Ecológica coordinado por el Ministerio de Agricultura, para el impulso de los productos ecológicos. Según datos del ministerio, los hipermercados lideran la introducción y comercialización de este tipo de productos en España.

## Por una compra accesible

ANGED trabajó en 2018 con la Consejería de Sanidad de Castilla-La Mancha en una propuesta de convenio de colaboración junto con el Comité Español de Representantes de personas con discapacidad de Castilla-La Mancha (CERMI), para impulsar un servicio de apoyo en la compra para las personas consumidoras mayores y con discapacidad.

## Alianzas con grupos de interés

Participamos junto a otros grupos de interés en comisiones de trabajo y organizaciones dedicadas a buscar soluciones comunes a cuestiones complejas que hoy se plantean desde el medio ambiente. Entre ellas:

- La Plataforma por la Sostenibilidad de los Envases, foro para poner en valor el ciclo de vida de los envases y embalajes.
- La Plataforma Tecnológica del Envase y Embalaje, que impulsará el I+D+i en el sector del packaging.
- Los grupos de trabajo de Ecoembes como el Normativo y el de Distribución.
- El Patronato de la Fundación Ecopilas, el sistema de responsabilidad ampliada del productor que se encarga de la gestión de los residuos de pilas y baterías.
- La Plataforma por la sostenibilidad de los productos de la pesca.
- ANGED ha colaborado en la Guía sectorial en ODS del Sector Agroalimentario del grupo de trabajo de Pacto Mundial.

# Medidas innovadoras para reducir el impacto medioambiental



- **AUCHAN RETAIL:**  
Objetivo cero residuos y promover la reducción de envases.
- **C&A:**  
Reducción significativa de la huella de carbono y el uso de agua.
- **CARREFOUR:**  
Compromiso en la lucha contra el despilfarro y apoyo a la biodiversidad.
- **CONFORAMA:**  
100 % de abastecimiento energético sostenible.
- **EL CORTE INGLÉS:**  
Pioneros del Residuo Cero en sus centros de Galicia.
- **EROSKI:**  
El compromiso por la salud y la sostenibilidad.
- **IKEA:**  
Reducción de un 21 % del desperdicio alimentario.
- **LEROY MERLIN:**  
Cómo convertir a 200.000 niños en embajadores del medio ambiente.
- **MEDIA MARKT:**  
Ser un ejemplo de buenas prácticas frente al cambio climático.
- **TENDAM:**  
Conseguir que la moda sea un ejemplo de sostenibilidad.
- **WORTEN:**  
Promover un intercambio eficiente con los consumidores.



## Objetivo cero residuos y promover la reducción de envases

Auchan Retail España tiene el firme objetivo de hacer realidad la economía circular tanto centros como en la sociedad.

En 2018, seis hipermercados en Cataluña y tres en la Comunidad Valenciana, con el apoyo de Saica Natur, consiguieron el objetivo de Residuo Cero. Otros dos más en Madrid y una tienda y una plataforma en Cataluña alcanzarán este objetivo en 2019. Con estos, ya son 25 centros los que podrán recuperar prácticamente el 100 % de los residuos generados.

Con ello, el cartón se convierte en papel reciclado para nuevas cajas; el polietileno de baja densidad, en granza para embalajes; los deshechos inertes, en CSR para valorización energética o, por ejemplo, la basura orgánica tanto en compost o en bioenergía.

Sumando el resto de tiendas, la tasa de valorización de residuos alcanzó el 82 % en 2018, es decir, solo un 19 % de los residuos han ido a vertedero.

Además, en 2018 se han instalado contenedores de recogida selectiva de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos y lámparas en 60 ecoparques de supermercados, que se unen otros 28 hipermercados.

La reducción de envases es otra prioridad. En el último año se ha impulsado la venta a granel de 660 referencias en 52 hipermercados; la eliminación de bolsas de consigna, que ahorrado 100 TM de plástico anuales; la introducción de una nueva bolsa de papel certificado; y una nueva bolsa de malla reutilizable para frutas y verduras a granel.

### Iniciativas impulsadas en el último año:





## Reducción significativa de la huella de carbono y el uso de agua

C&A ha centrado su estrategia global medio ambiental en el uso de materiales más ecológicos, principalmente el algodón y las fibras celulósicas de origen sostenible. Gracias a ello, en 2018 redujo la emisión en 116.000 toneladas de CO<sub>2</sub> (mtCO<sub>2</sub>eq) y ahorró 1.000 millones de m<sup>3</sup> de agua, el equivalente a las emisiones anuales de CO<sub>2</sub> de más de 70.000 turistas y el agua de 400.000 piscinas olímpicas.

Textile Exchange volvió a nombrar en 2018 a C&A por sexta vez el mayor comprador de algodón orgánico y uno de los mayores compradores de algodón más sostenible del mundo. Actualmente, el 71 % del algodón empleado por C&A es orgánico o procede de materias suscritas a la iniciativa Better Cotton.

Además, los materiales reciclados tienen cada vez mayor protagonismo: C&A vendió en Europa 95.000 artículos con algodón reciclado y más de 300.000 con poliéster reciclado. La colección #WearTheChange está elaborada a partir de materiales reciclados como las camisetas y jeans con el certificado Gold Level Cradle to Cradle (C2C) TM.

C&A siguió participando activamente en ACT (Acción, Colaboración y Transformación) y continuó colaborando con la Fundación Ellen MacArthur y Fashion for Good, con el fin de impulsar propuestas de economía circular y fomentar la transición a una industria sostenible.

### Los avances más importantes:





## Compromiso en la lucha contra el despilfarro y apoyo a la biodiversidad

Carrefour está comprometido con la reducción del impacto medioambiental y la lucha contra el despilfarro, tanto en la comercialización de los productos como en la cadena de suministro.

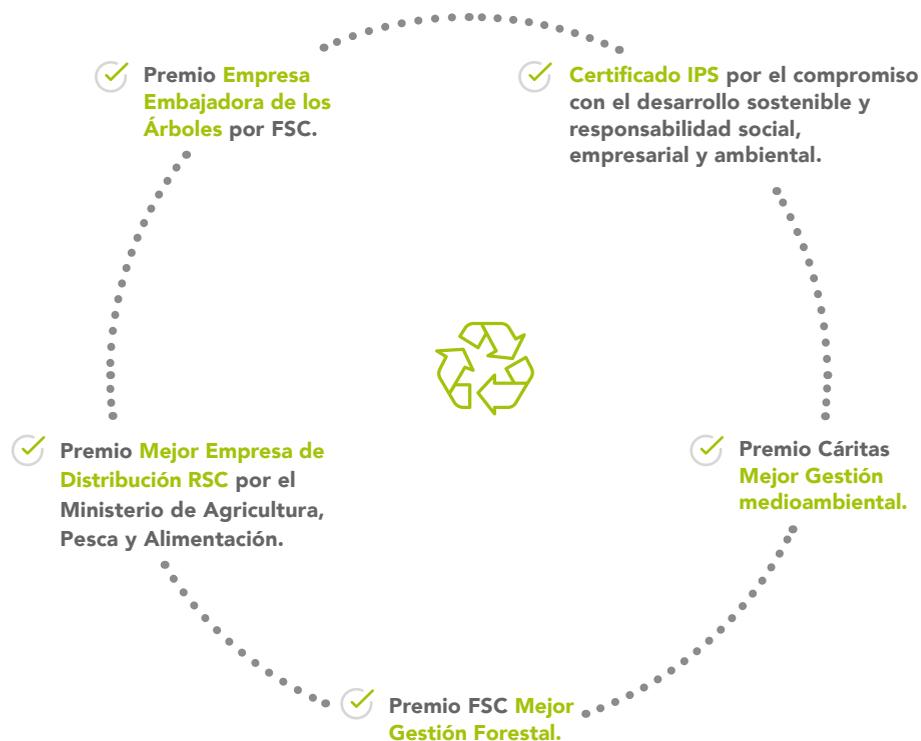
En el ámbito de la lucha contra el desperdicio alimentario, la compañía ha entregado a los Bancos de Alimentos 5,8 millones de kilos de alimentos y ha impulsado medidas en las tiendas para reducir el desperdicio, por ejemplo, con descuentos del 50 % productos próximos a la fecha de caducidad.

La eficiencia energética se ha impulsado con medidas como la reforma de 15 centrales de frío e inauguración de otras 4 que han reducido en 749 Tn las emisiones de CO<sup>2</sup>. También se han renovado la iluminación por bombillas led, con la reducción de 222 Tn de CO<sup>2</sup>.

En materia de reducción y reutilización de residuos, Carrefour valoriza el 79 % del papel, cartón y palés generados por sus centros. Y ha gestionado el reciclaje de 367.809 litros de aceites minerales; 93.420 kilos de pilas y baterías; 48.860 kilos de bombillas y fluorescentes; 10.582 Tn de aparatos eléctricos y 92 toneladas de ropa.

Por último, Carrefour busca democratizar los productos BIO otorgando más accesibilidad en todos sus formatos. Las tiendas Carrefour BIO cuentan con más de 2.200 referencias entre las que se encuentran marcas líderes y marcas propias.

### Reconocimientos obtenidos por Carrefour:



## 100 % de abastecimiento energético sostenible

Conforama ha implantado en todos sus tiendas, almacenes y oficinas de España métodos de abastecimiento de las energías renovables fotovoltaica, termosolar, eólica, hidráulica y de cogeneración, obteniendo el Certificado de Energía Verde.

El autoconsumo energético responsable se ha establecido como uno de los proyectos prioritarios en la agenda de Conforama para este 2019. Esta decisión empresarial, tomada de la mano de la consultora energética Medhesa, afianza el compromiso de la firma con el medioambiente y en su lucha contra el cambio climático.

Para David Almeida, Director General de Conforama en Iberia, comenta al respecto: «el Certificado de Energía Verde ha pasado a formar parte de la agenda de nuestra empresa, avalando que el 100 % de la energía suministrada para abastecer nuestros centros procede de fuentes de energía 100 % renovables. Esta es solo una de las medidas que, dé aquí en adelante, Conforama tomará en la reducción de nuestras emisiones de CO<sup>2</sup> a la atmósfera».

En materia de sensibilización, Conforama organizó un Sant Jordi sostenible en sus oficinas centrales de la mano del ambientólogo Víctor Luna y distribuyó botellas reutilizables para ayudar a eliminar el uso de vasos y botellas de plástico.

### Objetivos alcanzados:



## Pioneros del Residuo Cero en sus centros de Galicia



El Corte Inglés es la primera empresa de distribución que obtiene la certificación de Residuo Cero de AENOR para todos sus centros y plataformas logísticas de Galicia.

Este impulso a la Economía Circular parte de una mejora de todos los procesos de la compañía que, gracias al compromiso de 4.000 empleados en esta comunidad, ha logrado evitar que llegue a vertedero el equivalente a los residuos generados durante un día por 250.000 ciudadanos. O lo que es lo mismo, una población similar a la de A Coruña.

El certificado AENOR acredita que El Corte Inglés valoriza todas sus fracciones de residuos, evitando que estos tengan como destino final el vertedero. Además, ayuda a optimizar procesos, poniendo el foco en los puntos de producción de residuos y contribuyendo al impulso de la Economía Circular.



### Objetivos alcanzados en este proyecto:

- ✓ Segregar correctamente hasta **42 fracciones** diferentes de residuos, para valorizar al menos hasta el **90 %** (reutilización, reciclaje o valorización energética).
- ✓ **150 toneladas** de residuo orgánico convertidas en hummus de lombriz ecológico.
- ✓ **400 toneladas** de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos destinados a reutilización y recuperación de materiales.
- ✓ **97 toneladas** de alimentos donadas a través de Banco de Alimentos.
- ✓ **290 toneladas** de madera entregadas a una empresa gallega para su transformación.
- ✓ Reducción al **50 %** de las rutas de transporte de residuos.
- ✓ Más de **1.300 Tm.** de papel-cartón destinadas a la fabricación de nuevas cajas de cartón para envíos de mercancías.



## El compromiso por la salud y la sostenibilidad

Los compromisos por la salud y la sostenibilidad de EROSKI, definidos tras un ejercicio de escucha a más de 7.500 personas, se materializan en múltiples acciones.

Dentro del compromiso por favorecer una alimentación más sostenible, EROSKI orienta sus procesos hacia desperdicio alimentario cero y los principios de la economía circular.

El Programa Desperdicio Cero integra, unifica y hace eficiente las acciones para evitar el desperdicio de alimentos aptos para el consumo. En 2018, EROSKI donó a más de un centenar de entidades sociales una cantidad de productos equivalente a 9.747 dietas personales. Además, más de 4.800 toneladas de residuos de carne y pescado que se generan anualmente en las tiendas son utilizados para fabricar harinas y aceites de origen animal y piensos.

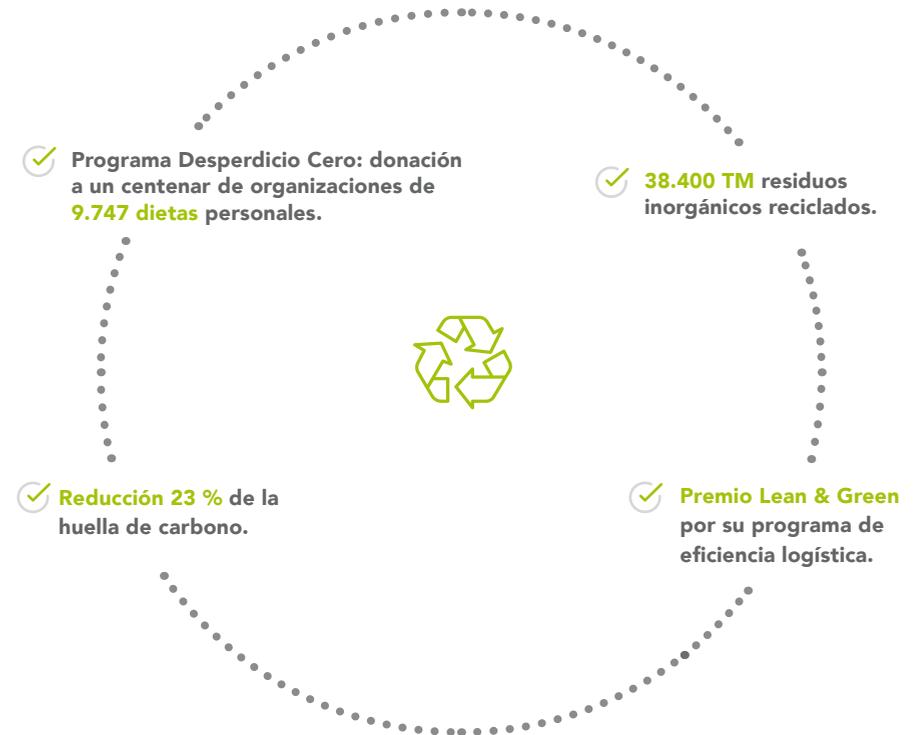
EROSKI también centraliza en sus almacenes por logística inversa los residuos inorgánicos como cartón y plástico para que sean reciclados por gestores especializados, superando las 38.400 toneladas en 2018.

EROSKI quiere reducir un 20 % las emisiones de gases de efecto invernadero de sus actividades logísticas entre 2015 y 2020, gracias a medidas como la logística inversa, optimización de rutas y cargas, renovación de la flota y formando en técnicas de conducción ecológica. EROSKI recibió en 2018 el premio al proyecto Lean&Green de AECOC por este proyecto.

Además, gracias a la construcción y equipamiento sostenible y mejora de la eficiencia, se ha reducido más de un 23 % de la huella de carbono de EROSKI entre 2017 y 2018.



### Objetivos alcanzados:





## Reducción de un 21 % del desperdicio alimentario

Como parte de nuestro compromiso con la sostenibilidad en IKEA, en 2017 pusimos en marcha un proyecto de registro de residuos alimentarios con dos objetivos: calcular y registrar el 100 % de los residuos alimentarios y reducir en un 50 % el desperdicio de comida para 2020.

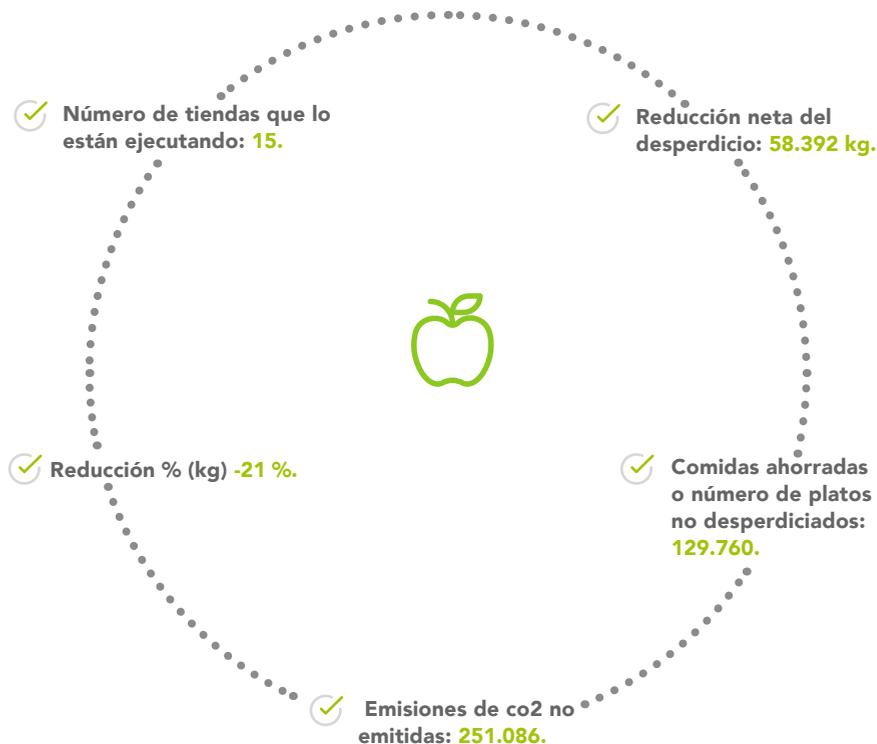
Cuando se inició el proyecto, cada tienda desperdiciaba 110 kg de comida al día, lo que supone 13.000 toneladas al año, por valor de más de 50 millones de euros. Pero desperdiciar comida no solo implica tirar recursos a la basura, sino que además no es ético.

Para IKEA, los residuos alimentarios son un área prioritaria en su negocio de FOOD. Y es que somos conscientes de que si reducimos la cantidad de comida que desperdiciamos, produciremos un menor impacto en el medioambiente y, además, disminuirémos costes.

Nuestro registro de residuos alimentarios emplea una tecnología digital para procesar los datos sobre el desperdicio. Este consiste en pesar los desperdicios que se tiran y poder contabilizar inmediatamente el valor de la comida desperdiciada y el motivo por el que lo hacemos. Según las pruebas realizadas, ver el coste y la razón por la que se tira la comida ayuda a cambiar la forma de actuar.

Estamos muy satisfechos de los resultados, ya que hasta el momento hemos reducido en un 21 % los desperdicios alimenticios en las 15 tiendas en las que está implementada esta iniciativa.

### Datos acumulados de ESPAÑA (04/12/2017 a 28/04/2019):





## Cómo convertir a 200.000 niños en embajadores del medio ambiente

En Leroy Merlin estamos convencidos de la importancia de que las empresas actúen como agentes del cambio. De esta forma, Leroy Merlin ha integrado en su estrategia el marco RSE «Demos Vida a un Hábitat Mejor», que centra sus esfuerzos en 4 ejes estratégicos: hogar, ética, medioambiente y sociedad y personas.

Con este compromiso, Leroy Merlin impulsa el programa de sensibilización medioambiental infantil Hazlo Verde, cuyo objetivo es convertir a alumnos de 3º a 6º de Primaria en embajadores del medioambiente. La II Edición de Hazlo Verde proporcionó contenidos pedagógicos para profesores y particulares, un concurso escolar a nivel nacional y diversos talleres medioambientales impartidos por nuestros colaboradores.

Gracias a este programa, más de 200.000 alumnos de centros educativos de toda España han aprendido hábitos sostenibles y saludables que trasladan al ámbito de su hogar y su familia.

En la misma línea, el Movimiento Somos la Raíz, una iniciativa de la compañía para impulsar la educación medioambiental desde la infancia, aún a 200.000 niños y niñas de toda España para que aporten sus propuestas para la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Sus conclusiones se han recogido en el Manifiesto Somos La Raíz e incluyen acciones para los Bosques, Mares, Cambio Climático, Consumo, Ciudades, Energía y Agua.

### Resultados de la segunda edición de HAZLO VERDE:

#### ✓ TALLERES DE SOSTENIBILIDAD



#### ✓ CONCURSO HAZLO VERDE



## Ser un ejemplo de buenas prácticas frente al cambio climático



En MediaMarkt tenemos la firme voluntad de que nuestras acciones promuevan los hábitos responsables y respetuosos con nuestro entorno. Con un equipo de más de 6.800 personas en toda España y millones de clientes cada año, es fundamental ser un ejemplo en las buenas prácticas frente al cambio climático.

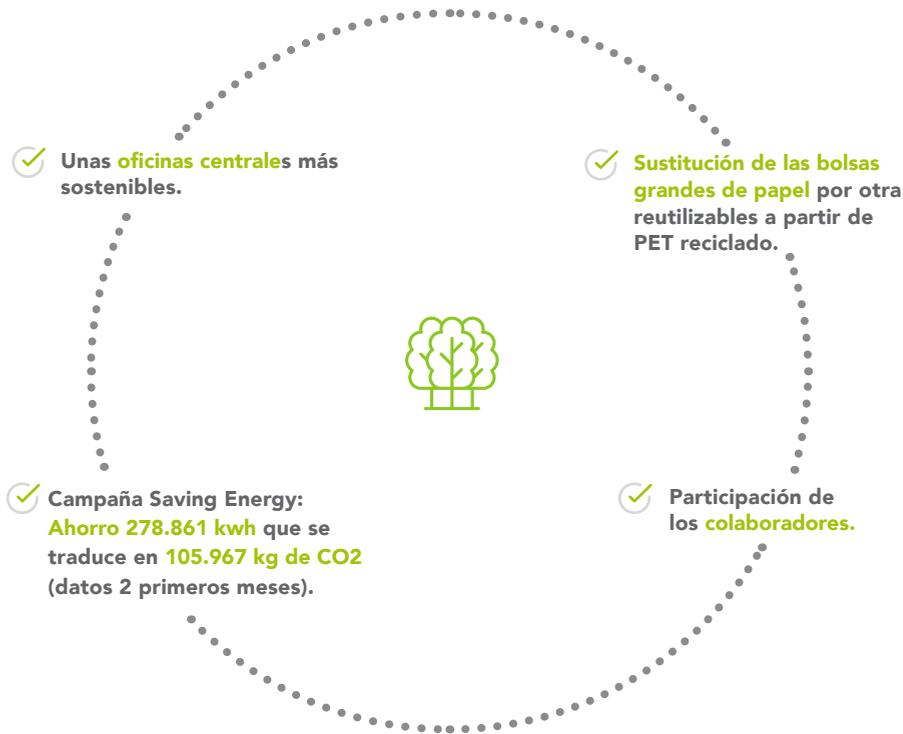
Sostenibilidad en las nuevas oficinas centrales. Para contribuir en la reducción de la huella climática y crear un espacio más sostenible nos hemos apoyado en la digitalización y reducción del uso de papel; la reutilización del mobiliario; y el impulso del reciclaje.

Sustitución bolsas en nuestras 88 tiendas. En 2011 fuimos pioneros en la sustitución de las bolsas de plástico por una más sostenible de papel. Ahora hemos querido dar un paso más sustituyendo las bolsas grandes de papel por otras reutilizables de PET reciclado, para evitar la cultura de usar y tirar.

Campaña de ahorro energético. En abril de 2019 lanzamos «Saving Energy» para optimizar el consumo de energía y reducir las emisiones. El objetivo inicial es reducir un 2 % anual el consumo hasta diciembre y ahorrar 300.000 kg de CO<sup>2</sup>.

Para ello es fundamental involucrar a todo el equipo. Nuestros colaboradores pueden consultar las novedades, descargar consejos y buenas prácticas para el ahorro energético. Además, hemos creado un ranking de ahorradores, para motivar a las tiendas; y un buzón de sugerencias para compartir buenas prácticas.

### Resultados:



## Conseguir que la moda sea un ejemplo de sostenibilidad

La compañía apuesta por mejorar los procesos de producción y por seleccionar materias primas más sostenibles; utilizando nuevos materiales y tecnologías más ecológicas. Se investiga para mejorar el origen de los materiales, reducir el consumo de agua, hacer un uso eficiente de la energía; en definitiva, conseguir que la moda sea un ejemplo de sostenibilidad.

El sello RECONSIDER supone una de las líneas estratégicas y de mayor compromiso para la firma, con la utilización de fibras sostenibles como el algodón 100 % orgánico, poliéster reciclado y el Tencel®.

La Línea H20, a través de tecnologías láser y ozono, reduce en un 90 % y 50 % respectivamente el uso de agua en la producción de un denim más sostenible: ahorra agua, energía y elimina productos químicos. Además, el algodón reciclado representa el 21 % de la composición de cada jean, que se mezclan con nuevas fibras.

Tendam también utiliza para algunas colecciones algodón de agricultores en África Subsahariana, con el fin de mejorar sus condiciones de vida y cultivado bajo estrictos estándares de sostenibilidad.

Para reducir la generación de residuos en el domicilio del consumidor, se llevan a cabo medidas de sustitución de materiales del packaging por otros de menor impacto ambiental y la eliminación de elementos innecesarios. Por ejemplo, las bolsas que se entregan a cliente son de papel y con el certificado PEFC o FSC.

Además, el 70 % de las cajas que llegan al centro logístico desde los proveedores son reutilizadas en el picking de reposición de tiendas.

### Líneas de trabajo desarrolladas:





## Promover un intercambio eficiente con los consumidores

En Worten creemos que las empresas pueden desempeñar un papel relevante en la lucha contra el cambio climático. Actualmente, promovemos la iniciativa Paris Pledge for Action y tenemos sendos grupos de trabajo para abordar buenas prácticas y evaluar los riesgos del cambio climático.

En materia de ecoeficiencia y reducción de la huella de carbono, la instalación de 141 centrales fotovoltaicas nos ha permitido ahorrar hasta un 20 % la dependencia energética de nuestros centros. A ello también ha contribuido la instalación de equipos y sistemas más eficientes de frío, iluminación, aire acondicionado y telemetría.

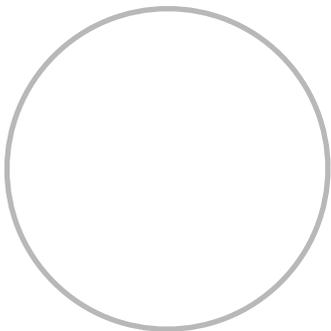
Con el propósito de minimizar el impacto de la actividad logística, hemos optimizado las rutas, reducido las distancias, aumentado la carga y el número de entregas por kilómetro.

El compromiso de Worten también pasa por involucrar a sus clientes en la lucha contra el cambio climático. En el Día Mundial del Medio Ambiente celebra en España y Portugal la campaña «Intercambio eficiente» por el que todas las personas que entregan un antiguo aparato contribuyen a reforestar una zona natural.

En la primera edición se reforestaron, en colaboración con Bosquia y la asociación Almiar, 5.000 m<sup>2</sup> de la Reserva ecológica Hacienda de Mellado, en Cártama (Málaga). El Bosque Worten de Cártama podría absorber en los próximos 30 años unas 240 toneladas de CO<sup>2</sup>

### Resultados conseguidos:





[anged.es](http://anged.es)

[anged.es/elblogdeanged](http://anged.es/elblogdeanged)

 [@ANGED\\_es](https://twitter.com/ANGED_es)

 [@latiendadelfuturoanged](https://www.facebook.com/latiendadelfuturoanged)

 [anged-asociación-nacional-de-grandes-empresas-de-distribución](https://www.linkedin.com/company/anged-asociación-nacional-de-grandes-empresas-de-distribución)

