

Arcadíe suscribe un compromiso pionero en Europa contra el desperdicio alimentario

Forma parte del "dream team" de cien empresas de alimentación adheridas a una iniciativa de Aecoc

► En Europa se tiran 89 millones de toneladas de alimentos al año

Josep Lluís Alonso

La compañía terrassense Arcadíe España, líder en todo el país en la fabricación y venta de elaborados cárnicos bajo la marca Roler, ha firmado su adhesión a la iniciativa pionera en Europa "La alimentación no tiene desperdicio, aprovéchala". Lo ha hecho conjuntamente con un centenar de empresas líderes del sector de la alimentación y bebidas.

Según la Comisión Europea, en Europa se tiran 89 millones de toneladas de alimentos al año, lo que se traduce en un gasto anual de 250 euros per cápita. En España las cifras no son mucho mejores, se tiran más de tres millones de toneladas de comida mientras que, según Cáritas, 9 millones de personas viven en situación de pobreza.

A nivel mundial las cifras son todavía más alarmantes. Ni siquiera la crisis ha conseguido frenar esta falta de sensibilidad desde el punto de vista alimentario. En Europa y Estados Unidos la cifra de desperdicio per cápita está entre los 95 y los 115 kilos, mientras que en África y Asia sólo se tiran entre 6 y 11 kilos por persona.

Arcadíe forma parte del llamado "dream team" de la alimentación, un equipo de ensueño integrado por las empresas según su capacidad de influencia y cuota de mercado. Son ese centenar de empresas que ya han dado el sí a un proyecto que tiene como objetivo reducir el desperdicio y optimizar los excedentes.

Así, pues, Arcadíe comparte la iniciativa junto a firmas de primera línea como el Grupo Pascual, Bimbo, Eroski, El Corte Inglés o Coca Cola. Los 54 bancos de alimentos de España también están involucrados. Ellos van a ser los receptores de los excedentes.

APOYO DEL MINISTERIO

El lema elegido, "La alimentación no tiene desperdicio, aprovéchala", se presentó en Madrid el 8 de noviembre con el apoyo del Ministerio de Agricultura. El responsable de esta cartera, Miguel Arias Cañete, se ha comprometido a potenciar la comunicación sobre las condiciones y recomendaciones de consumo coincidiendo con la presentación de la campaña.

La firma tuvo lugar en el marco de una reunión de Aecoc, que es la asociación de fabricantes y distribuidores que trabaja para aportar mayor valor al consumidor y que nació para



Fábrica de elaborados cárnicos de Arcadíe en Terrassa, una de las compañías líderes en España. ARCHIVO

impulsar la introducción en España del código de barras. Es una de las mayores asociaciones de empresas del país.

Joan Carles San José, vicepresidente ejecutivo de Arcadíe, que firmó la adhesión representando a su empresa, es también el presidente del Comité de Carnes de Aecoc. Ha valorado muy positivamente la iniciativa, a la que se refiere como "una cuestión de responsabilidad social. Las empresas debemos comprometernos cada vez más con la sociedad para preservar los valores asociados a la convivencia y la cohesión social, propios de los países más avanzados".

Argumenta, además, que las empresas apuestan también por una cuestión de eficiencia. "La destrucción de alimentos tiene costes muy altos, sobre todo desde el punto de vista medioambiental y, su reducción beneficiará a todas las empresas que se comprometan a ello y consecuentemente, a las familias que consumen nuestros productos".

Arcadíe, como el resto de firmantes, se ha comprometido a cumplir diez principios de buenas prácticas -ver el detalle en el despiece anexo-, que es el camino que emprenden las empresas comprometidas para orientarse en esta buena dirección.

"Es un protocolo para actuar. El objetivo es reducir el desperdicio poniendo de acuerdo a todo el canal de distribución, desde el sector primario, pasando por el fabricante, hasta el distribuidor final". San José explica satis-

Diez principios de buenas prácticas

Con su adhesión, Arcadíe se compromete a cumplir los diez principios de buenas prácticas que forman parte del ADN de la iniciativa contra el desperdicio alimentario.

- 1. Reforzar la colaboración y la mejora del intercambio de información entre productores, fabricantes, distribución y administraciones públicas.
- 2. Optimizar, dentro de la compañía, mecanismos y prácticas de eficiencia.
- 3. Apostar por un clima de colaboración entre los diferentes agentes de la cadena de valor que facilite una gestión eficiente y global.
- 4. Investigar e innovar en técnicas, tamaños y modelos de envasado y packaging.
- 5. Trabajar en la mejora de la comunicación con el consumidor.
- 6. Establecer y/o registrar mecanismos de medición del producto consumible destruido en toda la cadena.
- 7. Impulsar prácticas que permitan a las empresas maximizar el aprovechamiento del excedente generado a lo largo de la cadena.
- 8. Establecer los mecanismos oportunos para poder redistribuir el excedente.
- 9. Compartir información con las comisiones de seguimiento del proyecto para testar los avances experimentados en el proyecto.
- 10. Trabajar y colaborar de forma honesta, transparente y eficaz.

fecho que desde Aecoc se advierte un fuerte compromiso en toda la cadena para que no se pierdan alimentos y se puedan aprovechar los que están a punto de caducar.

VOLVER AL SENTIDO COMÚN

Es precisamente la fase de distribución a grandes plataformas uno de los puntos donde se producen mayores desperdicios. El sólo hecho de que un cargamento de mercancía llegue unas horas más tarde de lo previsto, cuando ya han salido los camiones de re-

parto a los puntos de venta, puede implicar que ese cargamento se pierda. Resulta más caro devolverlo a su punto de origen por los costes logísticos, que tirarlo.

"Te lo pueden rechazar por el hecho de que el cliente pierde un día de caducidad, aunque el producto esté en perfectas condiciones. Nos hemos impuesto tantas normas y exigencias que llegamos a situaciones absurdas como ésta", explica Joan Carles San José. "Tenemos que empezar de cero en esto, imponer el sentido común", opina.

FRASES

"Te pueden rechazar un cargamento de alimentos por el hecho de que el cliente pierde un día de caducidad, aunque el producto esté en perfectas condiciones"

"Tenemos que implicar al fabricante, al distribuidor y al sector primario. Lo cierto es que hay muy buena predisposición, especialmente ahora, con esta crisis y las necesidades que están pasando tantas personas"

JOAN CARLES SAN JOSÉ

Vicepresidente de Arcadíe y presidente del Comité de Carnes de Aecoc

En el caso de Arcadíe, eso le ha pasado muy pocas veces y, cuando le ocurre, manda el cargamento al banco de alimentos más próximo. De lo que se trata ahora es de generalizar esta buena práctica y otras para ser más eficientes y minimizar los desperdicios. El decálogo es un protocolo de esas buenas prácticas, que se irá detallando y mejorando con la experiencia.

MAYOR SENSIBILIDAD ANTE LA CRISIS

"Tenemos que implicar al fabricante, al distribuidor y también al sector primario, pero lo cierto es que hay muy buena predisposición, especialmente ahora, con esta crisis y las necesidades que están pasando tantas personas", reflexiona el vicepresidente ejecutivo de Arcadíe.

Tanto es así, que a las adhesiones iniciales se irán sumando otras por voluntad propia, pero también por exigencia de las grandes distribuidoras, que a buen seguro pedirán el mismo grado de compromiso a sus proveedores, explica San José. "Esta adhesión será como una garantía de responsabilidad social corporativa en esta cuestión", opina.

Este empresario terrassense se muestra muy satisfecho de que Arcadíe sea una de las empresas comprometidas. "Nosotros tenemos muy poca merma, es casi simbólica, por una cuestión de eficiencia. Pero se trata de un acuerdo muy importante. Supone un primer paso en la toma de conciencia de todo lo que se tira, que es una barbaridad".