

eurocoop  
European Community of Consumer Cooperatives

# GENERAL ASSEMBLY



SEVILLA, SPAIN

21 JUNE, 2022



International  
Cooperative  
Alliance

Confederación Española  
de Cooperativas  
de Consumidores  
y Usuarios



HISPA  
COOP

Consumers' Transition  
to The Circular Economy and  
Sustainable Consumption



HISPA  
COOP

Confederación Española  
de Cooperativas  
de Consumidores  
y Usuarios



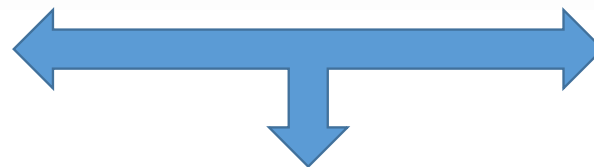


Confederación Española  
de Cooperativas  
de Consumidores  
y Usuarios



**HISPA  
COOP**

CO-OPERATIVE  
BUSINESS  
ACTIVITY



CONSUMER  
ACTIVITY

FEDERATIONS



CONSUMER  
ORGANISATION

196 CO-OPERATIVES

6.259.590  
CONSUMER MEMBERS

49.780 WORKERS





CONSUMERS' ROLE IN THE CIRCULAR ECONOMY

SUSTAINABLE CONSUMPTION AND CIRCULAR ECONOMY

SUSTAINABLE CONSUMPTION OF THE PLASTIC PRODUCTS IN FOOD SECTOR

OPTIMASING PACKAGING AND REDUCING PLASTICS

PREVENTING, MANAGING AND RECOVERING WASTE

TACKLING AGAINST FOOD WASTE

HEALTHY LIFESTYLES AND SUSTAINABLE FOOD CONSUMPTION

FOOD INFORMATION AND NUTRITIONAL LABELLING



# CONSUMERS' ROLE IN THE CIRCULAR ECONOMY

## HISPACOOOP 2019. Consumer Campaign: You close the loop. Change to the Circular Economy.

- Enhance consumers' participation in the Circular economy
- Accelerate the transformation of change towards circular economy instead of an unsustainable lineal economy.
- Empower consumers and provide them with relevant information about functioning, benefits and principles of the circular model.
- Transform our consumption patterns and guide consumers towards better choices based on responsibility and sustainability.
- Change our production and consumption model towards a more sustainable one.



## Infographics



Magazine «Notebooks of Consumer co-operatives» The role of consumer in the Circular Economy.



# SUSTAINABLE CONSUMPTION AND CIRCULAR ECONOMY

HISPACOOOP 2021. Consumer Campaign: Practice sustainable consumption.



The social media kit and dissemination materials



- Encourage sustainable consumption habits among Spanish consumers.
- Provide tips and recommendations for living a more environmentally friendly lifestyle.
- Change your consumption habits to be more sustainable in the circular economy.
- Promote an efficient management of resources.
- Protect the environment by choosing and buying food in a sustainable way.
- Contribute to the achievement of the Sustainable Development Goals.







# SUSTAINABLE CONSUMPTION AND CIRCULAR ECONOMY

2 Videos Practice sustainable consumption.

Change to the Circular Economy. You close the loop.



## Messages:

- Think responsibly and sustainably before buying.
- Improve your buying. Look at the labelling, guarantees.
- Change your consumption habits to be more sustainable.
- Consume better and more sustainably.
- Recycle and reduce your waste.
- Give things a second chance.

3<sup>rd</sup> Edition Contest for schoolchildren and educational centers: 1<sup>st</sup> prize winners: balloon ride winners.



## Infographics Sustainable consumption habits



Practica el consumo sostenible.  
Cambia a la Economía Circular.



El presente proyecto ha sido subvencionado por el Ministerio de Consumo, siendo su contenido responsabilidad exclusiva de la asociación beneficiaria.

El presente proyecto ha sido subvencionado por el Ministerio de Consumo, siendo su contenido responsabilidad exclusiva de la asociación beneficiaria.

# SUSTAINABLE CONSUMPTION OF THE PLASTIC PRODUCTS IN FOOD SECTOR

## HISPACOOOP 2020. Consumer awareness campaign: Sustainable habits to reduce consumption of plastic products.

- Reduce the impact on the environment by promoting eco-friendly consumption and sustainable habits of reduction plastic products, specially, the single-use plastic products.
- Change consumption patterns towards reducing single-use plastic products and looking for reusable alternatives.



Social media kit and educational materials



Infographic: Single-use plastic: rules to reduce marine litter.



Infographic: Sustainable habits to reduce consumption of plastic products.



# SUSTAINABLE CONSUMPTION OF THE PLASTIC PRODUCTS IN FOOD SECTOR



2<sup>nd</sup> Edition Contest for students at schools and educational centers at national level:  
“Join in the reduction of plastic”



## Infographic: Reduction of single-use plastic

- Encourage sustainable consumer behaviours in childhood population.
- Promote sustainable habits to reduce consumption of plastic products, specially, single-use plastic products.
- Inform consumers to **reduce, reuse and recycle plastic** products to **close the loop** in the framework of circular economy.
- Educate consumers to **reduce marine litter** from plastic products.
- Inform consumers about waste management options for plastic products to reduce the environmental impact.





# SUSTAINABLE CONSUMPTION OF THE PLASTIC PRODUCTS IN FOOD SECTOR

## Conferences about a sustainable future of plastics.



**EROSKI**

Alejandra Martínez Berriochoa  
Directora de Salud, Sostenibilidad  
y Calidad del Grupo EROSKI

**La estrategia EROSKI para la reducción de la contaminación por plásticos**

EROSKI mantiene desde su inicio un compromiso con el fomento de un consumo responsable, que en 2018 renovó con la publicación de sus 10 compromisos por la Salud y Sostenibilidad, que se integran de forma transversal en las Políticas y Planes estratégicos de la organización y buscan contribuir a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

**Objetivos relacionados con los envases**

A partir de estas líneas generales de actuación, hemos concretado además objetivos específicos en relación con nuestros envases ya que somos sensibles a la creciente preocupación existente en la sociedad por la contaminación por plásticos que sufre nuestro planeta. Así, nuestras metas globales son:

- Reducir el 100% de los envases de marca propia en 2025 para que sean 100% reciclables, se haya eliminado el sobreenvasado, reducido el peso del envase todo lo posible y potenciando el uso de materiales con menor impacto ambiental.
- Reducir al menos en un 20 % los toneladas de plásticos de un solo uso para 2025.
- Reducir un 21% el plástico convencional de nuestros productos frescos envasados en tienda en 2021.

Estos objetivos se suman a todo el trabajo que llevamos años realizando para intentar minimizar esta contaminación de nuestros espacios naturales. Desde la financiación de distintos sistemas de responsabilidad ampliada de productor (SCRAP), que ve-



lón por la correcta gestión final de los envases y de muchos de los productos que ponemos en el mercado, a la formación e información continua de las personas consumidoras en hábitos de consumo responsables. Esto lo realizamos a través de nuestra revista CONSUMER EROSKI, el portal [www.consumer.eroski.es](http://www.consumer.eroski.es) o nuestro Programa Educativo de la Fundación EROSKI que forma a más de 400.000 escolares al año. Y, por supuesto, a través de la mejora continua de nuestros productos y procesos, con el objetivo de reducir el consumo de materiales no renovables y potenciar el reciclaje y la reutilización.

### SOLUCIONES PARA LAS BOLSAS

Ya en 1997 lanzamos las primeras bolsas reutilizables en hasta al menos 15 usos. En 2009, y tras un amplio y profundo ejercicio de escucha y participación de cientos de consumidoras llevado a cabo en 17 capitales españolas, incorporamos una nueva bolsa reutilizable de rafia, fabricada con un 70% de material reciclado, y premiábamos a las personas que la elegían descontando un céntimo por cada bolsa de plástico de un solo uso no usada. El lanzamiento fue acompañado de una potente campaña de información y concienciación

LA ESTRATEGIA EROSKI PARA LA REDUCCIÓN DE LA CONTAMINACIÓN POR PLÁSTICO

al consumidor apoyado por WWF. Con anterioridad, incluso, fuimos uno de los primeros en introducir soluciones innovadoras como las bolsas procedentes de alimentos de origen vegetal. En 2010 comenzamos a valorar las bolsas adelantadas CONSUM COOP.

Carmen Pineda Ovalle  
Directora de Relaciones Institucionales y RSE  
CONSUM S.COOP.V

### La contribución de CONSUM hacia una nueva economía circular del plástico

Consum apuesta por la reducción en el uso de plásticos y su sustitución progresiva por materiales renovables. Con el cambio de las bolsas tradicionales por otras recicladas, la sustitución de plásticos mono uso y las bolsas de rafia, ahorramos 1.730 toneladas de plástico en 2019. En esta línea, y para contribuir al desarrollo de una economía circular en el uso de los recursos, seguimos buscando soluciones a los envases y embalajes de productos de marca propia.

### APUESTA POR LA ECONOMÍA CIRCULAR

En el marco de la política ambiental, Consum se ha marcado como objetivo utilizar los recursos más sostenibles, que permitan la recuperación de los residuos generados, impulsando la responsabilidad ambiental y social, a través de la mejora continua de la gestión y la sensibilización ambiental.

Hoy la Cooperativa es la única empresa de distribución alimentaria que cuenta con el certificado de AENOR "Residuo Cero" en todas sus plataformas logísticas, respaldado su apuesta por la economía circular. Esto significa que disponemos de un sistema de trazabilidad de todos los residuos desde la producción de los mismos hasta la gestión final. Consum se adhiere así a las especificaciones europeas que buscan reciclar el 50% de sus residuos en 2020 y el 70% en 2025, e intenta, cada año, minimizar su efecto sobre el entorno.

En 2018, incorporamos bolsas de papel reciclado y en 2019, se sustituyeron las de plástico convencionales por otras recicladas.

En 2018, ha continuado mejorando el Proyecto Residuo Cero en todas sus plataformas, reduciendo el 100% de los residuos de envases, contenedores y palets reutilizables que provienen de las plataformas y supermercados. Además, por primera vez, se ha podido valorizar el producto orgánico y el combustible sólido recuperado (CSR) procedente de las plataformas.



Nuestro pool de envases permite al producto desde nuestra a las plataformas, a las ti regresan a los proveedores, re completa realización de e que se limpien, se desinfectan reparar, en caso necesario.

### ALTERNATIVAS PARA LAS BOLSAS

Para afrontar los objetivos 2025 y 2030 relativos a la material reciclado en las bol poniendo en marcha diferentes iniciativas que incluyen alternativas a la bolsa de plástica tradicional.

**Bolsas de plástico reciclado.** Las bolsas de plástico parte compra que han sido sustituidas por las recicladas, están realizadas con más de un 70% de plástico reciclado. Esta sustitución supone un ahorro de 873 toneladas de plástico al año. Las nuevas bolsas están realizadas de un único material reciclado, con tintas al agua, hecho que las hace más sostenibles y fácilmente reciclables. De esta manera, Consum dispone de dos tipos de bolsas de plástico reciclado: una pequeña y otra grande, ésta última reutilizable de más de 15 usos.

**Sustitución de la bolsa de rafia.** Desde octubre de 2019, Consum ofrece una nueva bolsa, que sustituye a la de rafia, hecha de plástico 100% reciclado, reciclable y de fabricación nacional. Esta hecha para resistir más de 100 usos y tiene capacidad para 15 kilos, con lo que la Cooperativa quiere que se reduzca el consumo de bolsas por compra de plástico reciclado en la línea de cajas. Esta nueva bolsa, más resistente, está realizada de un único material, con



**HISPACOOOP Magazine 2020**  
«Notebooks of Consumer co-operatives»  
Towards to the Circular Economy to the plastic.



## OPTIMASING PACKAGING AND REDUCING PLASTICS

### Spanish Consumer Co-ops are drivers of the Circular Economy.

- Introduce environmental criteria in their design.
- Reduce the amount of plastic material in products and packaging.
- Measures to remove single-use plastic products.
- Switch out plastic for more sustainable or reuse alternatives.
- Use reusable bags to reduce the number of plastic bags.
- Add reusable mesh bags to the produce section.
- Find biodegradable solutions.



73 eco-friendly packaging designs



43.918 tonnes of waste recycled or valorized according to the circular economy



Packaging Reduction Plan:  
1.300 tonnes per year of eliminated plastic from substitution, reduction and reuse







## PREVENTING, MANAGING AND RECOVERING WASTE

HISPACOOP 2017-2018. Consumer campaign:  
Join in on responsible consumption. Reduce Reuse Recycle.



- Dissemination of information and educational materials in stores of Consumer Co-ops.
- Consumer awareness campaign on reducing waste, reusing leftovers and recycling waste.



**Abacus**  
Cooperativa



La Moixentina





## TACKLING AGAINST FOOD WASTE

**HISPACOOP.** Programmes, campaigns and activities with the aim of educating and raising consumer awareness of reducing food waste. **Eroski and Consum work against food waste.**



- Prevent food waste on consumers.
- Raise awareness of food wastage in the last food chain, consumers.
- Minimize waste generated from their activity.
- Join efforts with other actors to donate food.
- Dissemination of best practices for identifying and preventing food wastages.
- Promote donations of food suitable for consumption.
- Encourage consumers to choose imperfect fruit and vegs.



### Zero Waste Programme:

- ✓ 17 million of meals donated
  - ✓ equivalent to feeding more than 4.200 families per year
- Ugly fruit and vegetables Campaign.**



### 10 Anniversary Profit Programme:

- ✓ 8.500 tonnes of food donated
- ✓ 307.965 € in food donations and community sponsorships





## TACKLING AGAINST FOOD WASTE

**“Nothing is wasted here” National Campaign in 2021**  
of the Spanish Ministry of Agriculture, Fisheries and Food.

HISPA COOP collaborated promoting the campaign and participated in **consumers forum**.

Presentation of amendments and analysis of the proposal of the future **Law on the Prevention of Food Loss and Waste in Spain**



- Raise awareness of reducing food waste at consumer level.
- Contribute to the development and dissemination of best practices for preventing food wastages with other supply chain actors.
- Promote donations of food suitable for consumption.
- Take account packaging's role in protecting and preventing food waste.
- Educate consumers about understanding of consumption dates.



## HEALTHY LIFESTYLES AND SUSTAINABLE FOOD CONSUMPTION

HISPACOOOP and Spanish consumer co-operatives implement programmes and good practices to promote healthy lifestyles and sustainable food consumption.

- Raise awareness about the importance of having an active and healthy lifestyle.
- Provide consumers with information on sustainable and healthier diets and nutrition.
- Educate children and their families about healthy eating and habits.
- Ensure that consumers have the information they need to make the best food choices.



Studies: healthy diets, nutritional information and labelling, food safety...

- Analyse consumer behaviours and perceptions to improve their consumption patterns and to lead consumers to healthier food choices.
- Analyse consumer opinions and understanding of introducing a front-of-pack nutrition labelling: Nutri-Score.



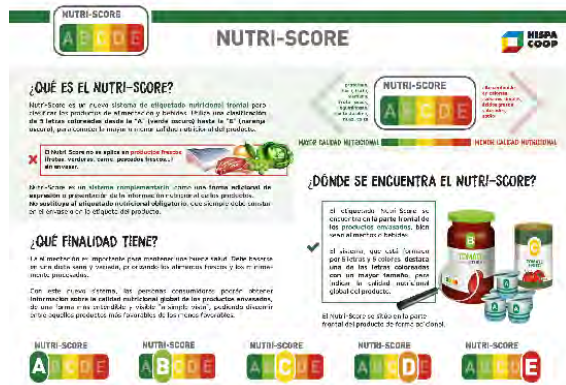


# FOOD INFORMATION AND NUTRITIONAL LABELLING

## HISPACOO 2020 Project: Healthy Food and Nutrition Labelling.

- Improve the nutritional status of the population.
- Empower consumers to make informed and healthy food choices
- Provide consumers with information on the front-of-pack-nutrition-labelling: Nutri-Score.
- Change consumers' food consumption habits to be healthier.

Educational materials with games for children on healthy habits and nutritional labeling: Nutri-Score



Informative and dissemination materials: leaflets, video, factsheets, dossier, social media kits...





## HEALTHY LIFESTYLES AND SUSTAINABLE FOOD CONSUMPTION

### HISPACOOB Consumer Project 2021 Healthy and Sustainable Food.

- Prevent childhood obesity and overweight.
- Protect consumer health by encouraging sustainable food consumption.
- Promote healthy and sustainable lifestyles among the childhood population.
- Encourage children to eat healthy, exercise, keep themselves clean, and sleep well.
- Actively engage children in physical activity, and limit sedentary activities.



Interactive game *“Let’s go camping!”* with the HISPACOOB’s gang.  
Based on the principles of **play, educate and interact.**



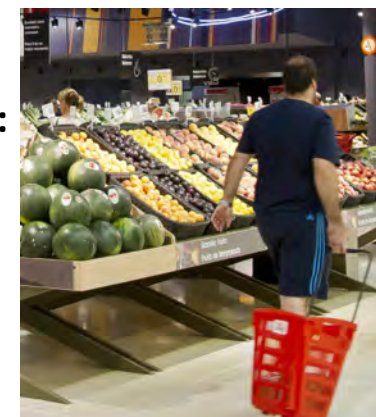




## HEALTHY LIFESTYLES AND SUSTAINABLE FOOD CONSUMPTION



- Promote a balanced diet for consumers.
- Improve the quality of own-brand products:
  - ✓ 308 products have been reformulated to improve nutritional profile: 106 low-fat, 66 low-sugar, 30 low-salt, and 103 high-fiber products.
  - ✓ 100% elimination of palm oil in own-brand products.
  - ✓ Nutri-Score 100% implemented in own-brand products.
- Offer more local products: 21.574 local products.
- Promote seasonal fruits and vegetables.



- Encourage a healthier lifestyle and a balanced diet.
  - ✓ More than 38.000 client members have actively participated in challenges related to healthy eating.
  - ✓ More than 29,000 client members have received the monthly Ekilibria reports.



- Promote a responsible and sustainable consumption: 6% reduction in CO2 emissions in 2021





## HEALTHY LIFESTYLES AND SUSTAINABLE FOOD CONSUMPTION

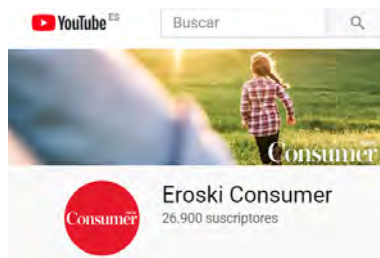


ESCUELA DE  
ALIMENTACIÓN

Web, Magazine, YouTube channel

50 million visits at [www.consumer.es](http://www.consumer.es)

Promote a healthier lifestyle and sustainable food consumption.



### Eating School and educational programs

- Promote a balanced diet and healthy eating and habits.
- Prevent childhood obesity.



4<sup>th</sup> Edition Content  
Imagine FOOD



**“Energy to grow” Education Programme on Healthy Food and Habits (PEAHS).** Prevention of childhood obesity. Aimed at schools and families to promote healthy habits among children.

- 126.839 schoolchildren trained through workshops, class sessions... and 1.616 schools involved.
- 1.5 million schoolchildren have participated since 2012.
- 50% of all primary school children in Spain.





## HEALTHY LIFESTYLES AND SUSTAINABLE FOOD CONSUMPTION



- Promote local development through sustainable food purchases.
- Healthy and sustainable offer of products:
  - ✓ 15.000 references and 13,4% own-brand products.
  - ✓ Healthy reformulation of 21 own-brand products with better nutritional values.
  - ✓ **More ecological products:** 330 references, including 66 own-brand Consum ECO.
  - ✓ 100% Fresh meat on counters and trays with animal welfare certificate.



### Sustainability Certificates



### The World Consumer Day

Schoolchildren's Contest to improve our health:

- healthy eating and habits with physical activity
- 2.106 schoolchildren and 73 schools

Web Platform SCR:

SayDoing

[decirhaciendo.consum.es](http://decirhaciendo.consum.es)



PEQUEÑAS ACCIONES  
PARA QUE NUESTRA  
**SALUD**  
SIEMPRE GANE  
2ª EDICIÓN  
CONCURSO DE VÍDEOS  
DÍA MUNDIAL DEL CONSUMIDOR 2021





## HEALTHY LIFESTYLES AND SUSTAINABLE FOOD CONSUMPTION

Meetings about healthy eating and food waste *#SayDoing (#DecirHaciendo)*



Magazine and Web  
[entrenosotros.consum.es](http://entrenosotros.consum.es)

PAIDO Programme against Childhood Obesity  
with the Valencian Hospital



TEAM CONSUM Web Platform to  
schoolchildren, teachers and families  
[teamconsum.consum.es](http://teamconsum.consum.es)

Game of Sustainable Development  
Web Sostenipoly SDG



**SOSTENIPOLY**  
EL JUEGO DEL DESARROLLO SOSTENIBLE



TEAM CONSUM



eurocoop  
European Community of Consumer Cooperatives

# GENERAL ASSEMBLY



SEVILLA, SPAIN

21 JUNE, 2022



International  
Cooperative  
Alliance

Confederación Española  
de Cooperativas  
de Consumidores  
y Usuarios



HISPA  
COOP



HISPA  
COOP

Confederación Española  
de Cooperativas  
de Consumidores  
y Usuarios



THANK YOU

Carmen Redondo Borge  
[credondo@hispacoop.es](mailto:credondo@hispacoop.es)