

Información Internacional: “LIBRE DE PLÁSTICO” ES EL NUEVO NEGRO: El uso y abuso del *packaging* de plástico y la respuesta de los reguladores

El plástico es un pilar de nuestra economía y de nuestra vida cotidiana, ya que sus múltiples funcionalidades ayudan a abordar muchos de los retos a los que se enfrenta nuestra sociedad. Sin embargo, con demasiada frecuencia la forma en que se produce, utiliza y desecha perjudica al medio ambiente (Comisión Europea, 2018). En la actualidad, la cantidad de plástico que entra en el medio ambiente supera la cantidad que se recicla (European Academies - Science Advisory Council, 2020) y esta situación ha empeorado desde el inicio de la pandemia hasta el punto de que algunos la han llamado “La Pandemia del Plástico” (Brock, 2020). Esto se debe principalmente a dos razones: (i) se ha disparado la demanda no sólo de los equipos de protección individual (EPI) (*i.e.*, mascarillas, guantes), sino también de los envases de comida para llevar, envoltorio de burbujas y el *packaging* para compras online (Brock, 2020); y (ii) el desplome de los precios del petróleo debido a la caída de la demanda hizo que “la fabricación de plásticos vírgenes a partir de combustibles fósiles fuera menos costosa que el reciclaje” (Adyel, 2020). En los próximos párrafos analizaremos algunos puntos clave sobre el uso y abuso del *packaging* de plástico y la respuesta de la Unión Europea.

“Unboxing” el problema

La Pandemia del Plástico llegó cuando los gobiernos de todo el mundo “prometían declarar la guerra a los residuos de plásticos de un solo uso” (Brock, 2020). La Unión Europea tenía previsto prohibir muchos artículos de plástico de un solo uso a partir de 2021. El Senado de los Estados Unidos estaba considerando la prohibición del plástico de un solo uso y la introducción de objetivos legales en materia de reciclaje. Irónicamente, la pandemia ha acentuado la tendencia a crear aún más basura de plástico: se prevé que el mercado mundial de envases de plástico crezca de 2019 a 2021 a una tasa anual del 5,5% (Brock, 2020).

El *packaging* es el punto de encuentro entre el consumidor y el producto, y es crucial en la percepción que los consumidores tienen de una marca. Aunque los envases ofrecen funcionalidades y diseños infinitos para transmitir mensajes de marketing (European Academies - Science Advisory Council, 2020), representan alrededor del 40% de la producción de plástico en la Unión Europea (Jereb *et al.*, 2020).

Durante “La Pandemia del Plástico”, las redes sociales provocaron el auge del “*unboxing*” (abrir productos en frente de una cámara para los seguidores), pero “con cada capa adicional de *packaging* que se añade al producto, se crea más envase de plástico, para ser inmediatamente desechado” (EB May, 2020), aumentando así la huella medioambiental de los plásticos. De hecho, “la durabilidad y la resistencia a la degradación de los plásticos significa que si se ‘filtran’ en el medio ambiente, persisten” (European Academies - Science Advisory Council, 2020), sin que se puedan aprovechar los beneficios económicos de un enfoque más “circular”.

El final de la vida útil de la mayoría del plástico utilizado para *packaging* llega a los consumidores (European Academies - Science Advisory Council, 2020), lo que supone una gran responsabilidad para ellos. Afortunadamente, y a pesar del mencionado auge del “*unboxing*”, los consumidores están cada vez más influenciados hacia la compra de productos con envases de materiales ecológicos, reciclables y biodegradables. Por ello, las empresas apuestan cada vez más por el diseño de envases sustentables, evitando los residuos y el uso de materiales innecesarios.

Es imprescindible encontrar nuevas soluciones para un *packaging* más sustentable. Según EUROPEN (*The European Organization for Packaging and the Environment*), el *packaging* debe diseñarse de forma integral con el producto para optimizar su rendimiento medioambiental; estar fabricado con materiales de origen responsable; estar diseñado para ser eficaz y seguro para proteger el producto; cumplir con los criterios del mercado en cuanto a rendimiento y coste; satisfacer las opciones y expectativas del consumidor; y poder reciclarse o recuperarse de forma eficiente tras su uso (The European Organization for Packaging and the Environment, 2020).

La Unión Europea

El aumento de la producción de plástico ha atraído la atención pública y política. Para lograr una economía más circular y alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, la Comisión Europea aprobó en enero de 2018 una Estrategia sobre Plásticos (*Plastic Strategy*). “La estrategia pretende abordar todos los sectores que generan residuos plásticos, utilizando las leyes de la UE, así como medidas y normas voluntarias” (Jereb *et al.*, 2020) y tiene como uno de sus objetivos clave que “todo el *packaging* de plástico comercializado en la UE sea reutilizable o pueda reciclarse de forma rentable para el 2030” (Jereb *et al.*, 2020).

En mayo de 2018, la Comisión revisó y modificó la Directiva sobre *packaging* y sus residuos (PPWD - por sus siglas en inglés) a la vez que duplicó el anterior objetivo de reciclaje de los mismos al 50% para el 2025 y al 55% para el 2030. Los Estados Miembros son libres de alcanzar estos objetivos por los medios que consideren

oportunos (Jereb *et al.*, 2020). Además, “el marco jurídico para mejorar la gestión de los residuos de gradualmente con otras directivas y reglamentos” (Jereb *et al.*, 2020). Éstas establecen objetivos sobre la preparación para la reutilización y el reciclado de los residuos municipales (Directiva 2008/98/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, del 19 de noviembre de 2008, sobre los residuos y por la que se derogan determinadas directivas), normas sobre el traslado de residuos (Reglamento (CE) n° 1013/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, del 14 de junio de 2006, relativo a los traslados de residuos) y restricciones al vertido de residuos (Directiva 1999/31/CE del Consejo, del 26 de abril de 1999, relativa al vertido de residuos) (Jereb *et al.*, 2020).

El papel de la responsabilidad ampliada del productor (RAP)

A pesar del crecimiento de la “conciencia verde”, el uso de plásticos sigue aumentando. Por ello, los reguladores se han centrado en la aplicación de sistemas de RAP para incentivar a los productores a que tengan más presente la gestión del final de la vida útil de su *packaging* (European Academies - Science Advisory Council, 2020). En Italia, el Decreto Legislativo 116/2020 revisó y amplió la RAP haciéndola operativa para una amplia gama de productos en el territorio. Éste impone obligaciones informativas y financieras a los productores, haciéndoles pagar, de ser posible, una contribución modulada para productos individuales o grupos de productos similares, teniendo en cuenta su reparabilidad, reutilización, reciclabilidad y la presencia de sustancias peligrosas. Para facilitar el seguimiento de los sistemas nacionales de RAP, está prevista la creación en Italia de un Registro Nacional de Productores mediante un decreto de aplicación posterior (Martelli, 2020). Por su parte, se ha recomendado a la Comisión que adopte objetivos para que los sistemas de RAP: incentiven la reducción del *packaging* utilizado y fomenten la reutilización; maximicen su reciclabilidad al final de su vida útil; minimicen la proporción de *packaging* que no pueden reciclarse; se integren con la disponibilidad de la infraestructura de reciclaje; se apliquen a todo tipo de *packaging*; eliminen los costes de la eliminación de plásticos para los gobiernos locales; garanticen que el sistema apoye el reciclaje dentro de la UE y no permita la exportación a alternativas más baratas y perjudiciales para el medio ambiente, entre otras cosas (European Academies - Science Advisory Council, 2020).

Las ventas en línea y la industria de la moda

Los residuos textiles se han convertido en una gran preocupación mundial. La industria de la moda, los minoristas electrónicos y las plataformas en línea tienen un gran impacto medioambiental y social con el reciente y amplio uso del comercio electrónico y la entrega de paquetes. Gran parte del *packaging* utilizado para realizar las entregas en línea son de plástico y la mayoría acaban en vertederos o en los océanos (Halliday, 2020). Hoy en día, una simple camiseta puede llegar a casa del cliente en una bolsa de

plástico, dentro de una caja plastificada, dentro de otra bolsa. En pocas palabras, el *packaging* de plástico se ha convertido en una parte integral de la cadena de suministro.

Por ello, cada vez se presta más atención al desarrollo de políticas que permitan la transición a un modelo de economía circular (Jacometti, 2019). En este contexto, la Comisión Europea aprobó el año pasado un nuevo plan de acción de economía circular que, en lo que respecta al sector textil, se centra en el fomento del uso de materias primas secundarias; la confección de prendas más sustentables; la RAP; y la cooperación internacional (Bongioanni, 2020).

Los consumidores exigen cada vez más productos con un bajo impacto medioambiental y social. Algunos de los gigantes de la moda mundial han escuchado estas peticiones y están tomando medidas. H&M, por ejemplo, ha reconocido que “en la industria de la moda, el plástico es uno de los mayores retos” (Halliday, 2020) y ha desarrollado un proyecto de prueba en sus centros de distribución del Reino Unido, los Países Bajos, Suecia, China, Rusia y Australia, utilizando nuevas bolsas hechas de papel certificado que, según dicen, protegen los productos tanto como el plástico (Halliday, 2020). La aplicación de programas que respeten el medio ambiente y el asesoramiento de buenos abogados ambientalistas son imprescindibles para competir con eficacia.

Conclusión

La guerra entre el plástico nuevo y el reciclado tuvo un vencedor en el 2020, con la reducción del negocio de recicladores en todo el mundo (Brock, 2020). Las inversiones en la reducción de residuos por parte de algunas de las mayores empresas petroleras y químicas del mundo no parecen ser suficientes, y las estrategias inadecuadas de gestión de residuos, como la incineración móvil, los vertederos directos y las quemas locales, tampoco ayudan (Adyel, 2020). Las empresas resilientes reconocen que la creación de instalaciones de reciclaje *in situ*, la asociación con entidades dedicadas a los envases ecológicos o incluso su adquisición como parte del diseño del producto es clave para un negocio sustentable a largo plazo.

Bibliografía

- Adyel, T. M. (2020) Accumulation of plastic waste during COVID-19. *Disponible en:* <https://science.sciencemag.org/content/369/6509/1314.full>.
- Martelli, A. (2020) Rifiuti: in vigore le prime norme di attuazione del “pacchetto” di direttive UE sull’economia circolare. *Disponible en:* <https://www.filodiritto.com/rifiuti-vigore-le-prime-norme-di-attuazione-del-pacchetto-di-direttive-ue-sulleconomia-circolare>.

Bongioanni, M. (2020) 'Economia circolare e sostenibilità per salvare il clima. Il piano europeo'. *Disponibile en:* <https://www.lifegate.it/europa-economia-circolare>.

Brock, J. (2020) 'The Plastic Pandemic'. *Disponibile en:* <https://www.reuters.com/investigates/special-report/health-coronavirus-plastic-recycling/>.

EB May (2020) 'The Cons of Unboxing'. *Disponibile en:* <https://www.eb-may.com/essay-the-cons-of-unboxing>.

European Academies - Science Advisory Council (2020) *Packaging plastics in the circular economy EASAC*.

European Commision (2018) 'COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSIGLIO, AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE EUROPEO E AL COMITATO DELLE REGIONI. Strategia europea per la plastica nell'economia circolare'. *Disponibile en:* <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=COM:2018:28:FIN>.

Halliday, S. (2020) 'H&M launches new sustainable packaging'. *Disponibile en:* <https://ww.fashionnetwork.com/news/H-m-launches-new-sustainable-packaging,1268992.html>.

Jacometti, V. (2019) Circular economy and waste in the fashion industry. *Laws*, 8(4), 1-13.

Jereb, S. *et al.* (2020) 'EU action to tackle the issue of plastic waste'. *Disponibile en:* <https://www.eca.europa.eu/en/Pages/DocItem.aspx?did=55223>.

Redazione Green Planner (2020) 'La corsa verso un packaging più sostenibile'. *Disponibile en:* <https://www.greenplanner.it/2020/06/30/corsa-packaging-sostenibile/>.

The European Organization for Packaging and the Environment (2020) 'Packaging & the Environment'. *Disponibile en:* <https://europen-packaging.eu/sustainability/packaging-environment.html>.

Para mayor información sobre Curtis, por favor visite www.curtis.com.

Publicidad para abogados. El material contenido en esta Alerta al Cliente es sólo una revisión general de los temas tratados y no constituye asesoramiento jurídico. Ninguna decisión legal o comercial debe basarse en su contenido. / Attorney advertising. The material contained in this Client Alert is only a general review of the subjects covered and does not constitute legal advice. No legal or business decision should be based on its contents.

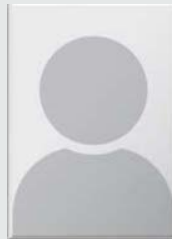
Please feel free to contact any of the persons listed below if you have any questions on this important development:

**Daniela Della Rosa**

Partner

ddellarosa@curtis.com

Milan: +39 02 7623 2057

**María H. De La Peña**

Associate

mdelapena@curtis.com

Buenos Aires: +54 11 5196 8300