

Anfevi

CERVEZA Y VIDRIO





Anfevi

© ANFEVI, junio 2023

ANFEVI - Asociación Nacional de Fabricantes de Envases de Vidrio

915 610 175

C/ General Oraá 26, 2ºD, 28006, Madrid

www.anfevi.com



CERVEZA Y VIDRIO



ELECCIÓN SEGURA

Packaging - Producción
Marketing - Envasado



El envase de vidrio protege las **propiedades organolépticas** de la cerveza, **conservando su sabor, aroma, color y textura**



Las cualidades del vidrio hacen que sea **hermético e impermeable** a los gases y **líquidos**, asegurando la conservación y las propiedades de su contenido incluso en almacenamientos prolongados



Las botellas de vidrio son **100% reciclables infinitas veces** y, además, pueden ser **reutilizables de forma segura e higiénica**, facilitando la adaptación del sector al canal HORECA



El vidrio es **moldeable, con versatilidad de formas y colores**, otorgando a cada envase personalidad propia, proporcionando **innovación y diferenciación** a través del color, la forma y la decoración



PREFERENCIA CRECIENTE

Venta - Distribución
Experiencia de consumo - Consumidores



Más del 85% de las decisiones de compra son inconscientes y **con base emocional**.



8 de cada 10 consumidores europeos posiciona al vidrio como el material de envasado más idóneo para el futuro



A la hora de comprar productos envasados, **el 72% de los españoles** señala al vidrio como su opción preferida



Más de la mitad de los españoles estarían dispuestos a pagar más, si fuera necesario, por un producto en vidrio



INNOVACIÓN SOSTENIBLE

Medio ambiente - Reciclado
Sostenibilidad - Economía circular



El vidrio es un material puro e inorgánico, que se crea a partir de **materias primas naturales**, de fácil extracción y abundantes en la naturaleza, asegurando un **mínimo impacto ecológico**.



Actualmente, el **principal componente** para la fabricación de envases es el **vidrio reciclado (calcín)**



El 84% de los encuestados españoles asegura incorporar el **reciclado de vidrio** en su día a día como parte de sus hábitos rutinarios



El envase de vidrio fabricado a partir de **material reciclado** tiene la **misma calidad** que el que se produce con materia prima natural



/ Elección segura

Packaging

Producción

Marketing

Envasado

/ ¿Sabías que...?

La cerveza y el envase de vidrio son dos sectores milenarios que juntos han sabido adecuarse a las exigencias tanto del mercado como de los consumidores.

El envase de vidrio permite satisfacer los requerimientos de las modernas líneas de llenado garantizando la máxima seguridad alimentaria. El vidrio es un material con unas cualidades excepcionales como barrera física e inercia química, que, además, sirviéndose del color, protege a la cerveza de las radiaciones que puedan ser perjudiciales.

ELECCIÓN SEGURA

Packaging

Producción



/ Los estudios demuestran que...

Material químicamente inerte

El vidrio no sabe ni huele a nada. Tampoco cede ni absorbe ninguna sustancia. Además, el envase de vidrio **ayuda a proteger las propiedades organolépticas de la cerveza, conservando su sabor, aroma, color y textura.**



Según recientes estudios, **el sabor de la cerveza cambia según la forma en la que se envase.** Y parte de ello corresponde al proceso de descomposición de los metabolitos por los que está compuesta la cerveza (producidos por la levadura, el lúpulo y otros ingredientes que le dan sabor), situando el vidrio como la opción más favorable.

Ingredientes naturales



Las botellas de vidrio destinadas al sector cervecero están diseñados para, **resistir, por un lado, la generación de CO2 que se produce dentro de la botella** una vez cerrado el envase y, por otro lado, **para soportar el proceso de pasteurización a temperaturas de 60-70 grados**, por el que tienen que pasar ciertos tipos de cerveza tras su embotellado y cierre.

Otra ventaja de las botellas de vidrio es que **siempre son 100% reciclables infinitas veces** pero, además, pueden ser reutilizables de forma segura e higiénica, facilitando la adaptación del sector al canal HORECA y la consecución de los objetivos de reutilización.

ELECCIÓN SEGURA

Packaging

Producción

Fuente: El Instituto de Cerámica y Vidrio, perteneciente al Consejo Superior de Investigaciones Científicas, ha realizado, a petición de ANFEVI, un exhaustivo trabajo en base a la regulación europea sobre Seguridad Alimentaria ("Glass Specific Guidelines for Conformity Testing as Food Contact Material") que contempla un conjunto de ensayos que aseguran que el contacto entre envase y contenido no afecta las propiedades organolépticas de los alimentos y bebidas.

Estudio 'Characterizing the Impact of Package Type on Beer Stability' publicado por la revista ACS Food Science and Technology, en el que se analiza entre dos tipos de cervezas (ámbar (amber ale) e IPA (india pale ale) el mejor método de conservación (respecto a frescura y envejecimiento del producto).

Las botellas de cerveza cuentan con su propio Plan de Prevención Empresarial (PEP), elaboradas por Ecovidrio y con la participación de ANFEVI en las sesiones de trabajo de la cadena de valor, para minimizar la cantidad de residuo de envase generado, favorecer la reciclabilidad del envase, reducir la huella ambiental asociada al proceso de envasado e impulsar medidas de acompañamiento (PEP de los Residuos de Envases del Sector de la Cerveza 2020-2022, Ecovidrio).

/ Los estudios demuestran que...

Características únicas

Tanto los tarros como las botellas de vidrio, son envases de una **única capa**, es decir, no precisan de ningún revestimiento interno (barnices, plásticos...) para ser impermeables o para evitar la lixiviación o la corrosión.

Las cualidades del vidrio hacen que sea **hermético e impermeable** a los gases y líquidos, asegurando la conservación y las propiedades de su contenido incluso en almacenamientos prolongados.

Ser de una sola capa también optimiza su reciclado, pudiendo contar con **su propio Sistema Integral de Gestión a través del contenedor verde.**



Todos los envases producidos en España por las empresas asociadas a ANFEVI cumplen las diferentes normativas vigentes y pueden ser considerados **ENVASES SEGUROS.**



ELECCIÓN SEGURA

Packaging

Producción

Fuente: El proceso de fabricación transcurre a una temperatura próxima a los 1.600° C, dando lugar a una estructura vítrea que entre otras características posee una elevada inercia e inalterabilidad química. Esta red vítrea, que constituye la naturaleza esencial del envase de vidrio, impide que sus componentes puedan migrar. Esta circunstancia viene avalada por infinidad de trabajos, entre otros los ensayos realizados en el Instituto Nacional de Cerámica y Vidrio del Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

/ Los expertos dicen que...



Alicia Durán

Profesora de Investigación del CSIC
CONSEJO SUPERIOR DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS
INSTITUTO DE CERÁMICA Y VIDRIO

El vidrio es considerado el material de referencia para envases de bebidas y alimentos. Sus características de elevada resistencia química, estanqueidad frente a los gases y alta estabilidad térmica lo convierten en el material ideal para envases. En EEUU el vidrio se considera material GRAS* y como tal es aceptado como referencia en seguridad alimentaria. En Europa los envases de vidrio están exentos de la obligación del registro REACH**, y han superado todos los ensayos previstos por la legislación para envases de alimentos y bebidas. Todos los envases de vidrio fabricados en España por las compañías asociadas a ANFEVI cumplen con la actual [regulación europea en seguridad alimentaria.](#)

Ver [Certificado de Seguridad Alimentaria](#)

* El vidrio es el único material de envasado considerado como “GRAS”, Generalmente Reconocido como Seguro, en sus siglas en inglés, por la FDA, Administración de Alimentos y Medicamentos, agencia de gobierno de los Estados Unidos.

** Debido a su nivel de inercia y propiedades no tóxicas, el envase de vidrio está exento del REACH. Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo al Registro, la Evaluación, la Autorización y la Restricción de las sustancias y mezclas químicas.

ELECCIÓN SEGURA

Packaging

Producción

/ Los expertos dicen que...



Antonio J. Fumanal

Maestro Cervecerero e investigador alimentario
AUTOR DE CERVEZAS CON MEDALLA DE ORO
EN EL WORLD BEER AWARD

“ El envase de vidrio garantiza el mínimo contacto de nuestra cerveza con el oxígeno. Su nobleza química la mantiene a salvo de interacciones dudosas. Técnicamente es una opción que se adecua perfectamente a las necesidades de conservación de la cerveza. ”

ELECCIÓN SEGURA

Packaging
Producción

/ ¿Sabías que...?

La característica única del vidrio en términos de diseño, transparencia, formatos, colores y versatilidad hace que sea una herramienta de marketing esencial.

La industria del vidrio ofrece tanto envases estándares como diseños exclusivos al tratarse de un material moldeable, con posibilidad de integrar gráficos, texturas, serigrafías o impresión directa sobre la botella, permitiendo materializar las creaciones de los diseñadores más vanguardistas y otorgando a cada cerveza una personalidad propia. Un envase de vidrio innovador y distintivo crea una diferenciación de marca y hace que un producto destaque en el lineal.

ELECCIÓN SEGURA

Marketing

Envasado



/ Los estudios demuestran que...

Versátil y diferenciador

El vidrio es moldeable, con versatilidad de formas y colores.

Así cada envase puede tener personalidad propia, proporcionando innovación y diferenciación a través del color, la forma y la decoración.

- La serigrafía o impresión directa sobre la botella confiere un aspecto nítido y refinado. La calidad y la durabilidad de la decoración otorgan al producto una clara identidad de marca.



- El grabado personaliza el envase de vidrio al integrar gráficos, texturas o imágenes en el diseño. Resalta las características gráficas estratégicas, como logotipos o certificados de origen, incrementando el atractivo del producto y complementando el diseño integral del envase.

- El etiquetado es un claro soporte para transmitir información sobre el producto. Sencillas o complejas, pequeñas o grandes, rectas o curvas, las posibilidades de diseño de las etiquetas son muy amplias facilitando el reconocimiento del producto en el lineal.

El envase es parte del producto

El impacto psicológico del envasado en la percepción del producto, se conoce como **transferencia de sensación** (ver Spence & Piqueras-Fiszman, 2012).



El diseño importa

Ciertos formatos de envasado adquieren un **“estado icónico”** y se convierten en lo que se conoce como **moldes de imagen** (ver Spence, 2016) como por ejemplo, la botella de Coca Cola.



Una botella dice mucho

El efecto visual, sonoro y **sensitivo** que provoca el envase indicará al consumidor los posibles atributos del producto (Krishna y Morrin, 2008).



ELECCIÓN SEGURA

Marketing

Envasado

Fuente: Desde Ecodidrio, en colaboración con ANAREVI, ANFEVI y la industria auxiliar proveedora de los distintos materiales (tapones, etiquetas, cápsulas, etc), se elaboran guías de ecodiseño, que facilitan la toma de decisiones en lo que respecta a los materiales y elementos empleados en el envase, con el objetivo de que las empresas estén más preparadas para adecuar su actividad a las nuevas medidas de ecomodulación.

/ Los expertos dicen que...



Jokin Arregi

Socio Fundador y Director de SERIESNEMO
EMPRESA ESPECIALIZADA EN EL DISEÑO DE BRANDING
Y PACKAGING POR BRAVE BEVERAGE BRANDS
THROUGH PACKAGING

Que el proceso de fabricación de envases de vidrio se haya industrializado puede dar la impresión errónea de un marco de diseño limitado. Sin embargo, hay un gran espacio aún por explorar en las cervezas que en muchos casos siguen sin romper determinadas convenciones. La combinación de nuevas tecnologías, formas, texturas, color y recursos decorativos es infinita. Lo visto en otras categorías de bebidas -espirituosos, licores, refrescos e incluso vinos espumosos- se trasladará pausadamente, a través de fases de madurez y evolución, también a este sector, en el que, más pronto que tarde, veremos nuevas propuestas en las que ya se está trabajando, con diferentes códigos frente al consumidor. En definitiva, un escenario futuro emocionante, con el vidrio, material noble, sostenible y eternamente contemporáneo como gran protagonista.

ELECCIÓN SEGURA

Marketing

Envasado

/ Los expertos dicen que...



Enrique Solaesa

Ex Presidente de CELCE

CLUB ESPAÑOL DE COLECCIONISMO CERVECERO

Desde el año 2000 soy presidente de un club de coleccionismo cervecero con más de 300 miembros, y coleccionista de objetos cerveceros desde hace casi 40 años. Lo que me introdujo en este mundillo fue la vistosidad de las botellas. Esta afición, derivó en pasión por probar nuevas marcas y tipos de cerveza, y en investigar y leer todo lo relacionado con esta bebida milenaria.

Yo siempre he preferido la botella de vidrio, por su atractivo, por su variedad y por cómo se la puede vestir, ya sea con etiqueta, serigrafía, relieve o el más reciente “sleeve”. Esta infinidad de posibilidades hace única cada botella. Una colección nos cuenta las peculiaridades de cada región, el carácter de cada cerveza y en general la historia de la sociedad. Una historia que la cerveza seguirá contándonos a través de este envase.

ELECCIÓN SEGURA

Marketing

Envasado



/ Preferencia creciente

Venta
Distribución

Experiencia de consumo
Consumidores

/ ¿Sabías que...?

La distribución moderna precisa de productos que “se vendan solos”. En este terreno, el vidrio cuenta con atributos muy importantes.

No cabe duda del papel cada día más relevante de la distribución en la comercialización de los productos. La sección de cervezas ha ido creciendo a lo largo de los años, ofreciendo un gran abanico de posibilidades. El contar con un envase atractivo, que capte la atención del consumidor y le traslade a la vez imagen de calidad y confianza, es una clara ventaja. La botella de vidrio ofrece dichas cualidades y destaca notablemente respecto a otros materiales, convirtiéndose en un aliado fundamental a la hora de darse a conocer y destacar en el lineal.

PREFERENCIA CRECIENTE

Venta

Distribución



/ Los estudios demuestran que...

El subconsciente domina el proceso de compra



de las decisiones de compra son inconscientes y con base emocional.

Lo que opina el consumidor es diferente a lo que realmente siente, lo que le emociona y lo que finalmente hace (**índice de divergencia**).

El envase influye en las tomas de decisión



de las decisiones (o cambios de decisión) de compra se toman en el propio punto de venta.

El cerebro procesa y trabaja en imágenes, **convirtiendo al envase en un factor clave**, especialmente en cuanto a diseño diferenciador y a la confianza que transmite.

El vidrio destaca en el lineal

Esta impulsividad psicológica sobre productos envasados en vidrio, **supera en un 40% a otros materiales**.

En el lineal, el envase de vidrio consigue el índice de atención y atracción más alto. La cerveza envasada en vidrio genera una activación emocional positiva con mayor impacto visual.

En el subconsciente el envase de vidrio es asociado a material más natural (saludable), de prestigio y de calidad.



PREFERENCIA CRECIENTE

Venta

Distribución

Fuente: Estudio de Producto Basado en el Material del Envase, Neurologica, 2016. Estudio de neuromarketing que analizó de forma comparativa al vidrio con respecto a otros envases equivalentes, identificando los puntos fuertes/débiles de cada uno. En el mismo se determinaron los aspectos positivos y negativos, así como las motivaciones que conducen a la elección de las distintas opciones. Se evaluó la atención, determinando qué elementos y zonas captan más la atención, la rapidez con la que se hace, cuántas veces y qué cantidad de tiempo se dedica. Con el fin de conocer la fluctuación de los niveles emocionales durante la visualización de los estímulos, tanto de modo individualizado como en contexto colectivo.

/ Los expertos dicen que...



Juan Graña

CEO de Neurologyca

NEUROMARKETING E INVESTIGACIÓN DE CONDUCTAS
DEL CONSUMIDOR

Mediante las técnicas de neuromarketing descubrimos algo que sin dejar de ser esperado no dejó de sorprendernos por lo claro y evidente en sus resultados. Lo primero, que la cerveza en vidrio destaca con respecto a otros materiales tanto a nivel de atracción visual como en la generación de emociones más positivas y mayor deseo de consumo. Pero además de ello, el vidrio lleva implícito un hábito de consumo social muy consolidado. Ello está muy relacionado con la percepción de mayor valor, calidad y confianza del producto que este material provoca emocionalmente. Este hecho favorece una mayor interacción social relacionada con el hábito de consumo de la cerveza: influye mucho en los constructos mentales, vivencias y las experiencias del consumidor.

**Cita referente a un estudio previo y aplicable a la situación de ese momento.*

PREFERENCIA CRECIENTE

Venta

Distribución

/ Los expertos dicen que...



Francisco Murcia

Dueño de [Cervezas Murmar](#)

El vidrio siempre va a predominar en el envasado de estilos clásicos de cerveza ya que evolucionan mucho mejor en vidrio que en otro formato y las marcas tienen su propio diseño botellas en exclusividad o un tamaño específico por capacidad. La mayoría de los clientes prefieren la botella a cualquier otro envase. Lo mejor del vidrio es su capacidad de ser reutilizado infinitas veces frente a otros envases, tengo clientes que incluso hacen jarrones o lámparas. Otra curiosidad sobre el vidrio y la cerveza, es que hay países como Bélgica o Alemania que reutilizan las botellas, incluso te pagan por devolver los cascos, por eso el aspecto y el peso de las botellas es distinto debido a la desinfección y reutilización. Sin embargo, en España no se reutiliza, generalmente, pocos envases de vidrio son retornables y es una pena, algo que debemos envidiar a otros países del centro de Europa es su capacidad de reciclaje.

PREFERENCIA CRECIENTE

Venta

Distribución

/ ¿Sabías que...?

La industria del envase de vidrio brinda su apoyo a una plataforma de consumidores dedicada a concienciar sobre un estilo de vida sostenible y saludable con el vidrio.

Desde 2014, Friends of Glass ha interactuado con más de 90 millones de europeos que han leído y compartido contenido de interés en redes sociales sobre los beneficios del vidrio. Sin duda, este ha sido un gran año para Friends of Glass, con la celebración del Año Internacional del Vidrio (IYOG), declarado por la ONU, que ha dado lugar a diferentes acciones online y offline con blogueros, Ayuntamientos, ONGs, personalidades famosas e influencers.

Como resultado, Friends of Glass ha cerrado el 2022 con más de 110 apariciones en prensa, alcanzando a más de 125 millones de personas, y 1,6 millones de interacciones a través de las redes sociales de la plataforma.

PREFERENCIA CRECIENTE

Experiencia de consumo

Consumidores



/ Los estudios demuestran que...



8 de cada 10 consumidores europeos

posiciona al vidrio como el material de envasado más idóneo para el futuro.

La elección del vidrio es percibida por los consumidores europeos como parte fundamental de un estilo de vida respetuoso con el medio ambiente y la salud, resaltando ambas como las razones principales por las que eligen más productos envasados en este material.

72%

A la hora de comprar productos envasados, el 72% de los españoles señala al vidrio como su opción preferida.

El vidrio se posiciona como el único material de envasado que los consumidores europeos aseguran haber aumentado su uso en los últimos tres años, con un incremento del 8%. Mientras que para otros envases los consumidores aseguran haber reducido su consumo, entre el 24% y el 41%.



+1/3

Más de un tercio de los encuestados europeos afirma optar por los productos envasados en vidrio al considerarlo el material más seguro para preservar los productos en mejor estado durante más tiempo.

El elemento de sostenibilidad más importante para los europeos en su día a día es la lucha por evitar el desperdicio alimentario. Así, la conservación de las características originales de los productos sigue siendo clave para los consumidores a la hora de elegir entre un envase u otro.

+1/2

Más de la mitad de los españoles estarían dispuestos a pagar más, si fuera necesario, por un producto en vidrio.

Entre los productos que los españoles quisieran disponer de más opciones en vidrio en los supermercados, destacan los lácteos, el aceite, los refrescos, las salsas, las conservas y la cerveza. Para esta última, son más de un tercio de los encuestados los que echan en falta en los supermercados más cervezas en vidrio.

PREFERENCIA CRECIENTE

Fuente: Estudio sobre la Percepción del Vidrio entre los Consumidores Europeos, Insites Consulting, 2022.

Experiencia de consumo

Consumidores

/ Los expertos dicen que...

Friends of Glass España

Plataforma de consumidores a favor de los
alimentos y bebidas en vidrio

Los consumidores son más exigentes en cuanto a calidad y seguridad alimentaria, al tiempo que se han vuelto más conscientes de la necesidad de adquirir hábitos de consumo respetuosos con su salud y la del medio ambiente. Es por esto que nuestros mensajes y el hashtag #YoElijoVidrio reciben tan buena acogida. Nuestra comunidad crece y es cada vez más activa.

PREFERENCIA CRECIENTE

Experiencia de consumo

Consumidores



/ Innovación sostenible

Medio Ambiente

Reciclado

Sostenibilidad

Economía circular

/ ¿Sabías que...?

Las empresas vidrieras fueron pioneras en el reciclado, poniendo en marcha en 1982 un sistema para el vidrio que ha servido de modelo para el resto de materiales.

El vidrio es 100% reciclable, infinitas veces, sin pérdida de calidad ni cantidad, pudiendo convertirse de nuevo en envase, y no en otro objeto que finalmente termine en el vertedero.

El uso de casco de vidrio en los hornos en sustitución de materias primas vírgenes es un aspecto fundamental. Gracias a ello, se han podido alcanzar significativas reducciones en la energía requerida para fabricar nuevos envases, minimizando la intensidad de emisiones de CO₂ y reduciendo el consumo de recursos naturales.

Además, el vidrio es reciclable y también reutilizable; una solución de envasado versátil para que el mercado de la cerveza dé respuesta a lo que demanda el consumidor.

INNOVACIÓN SOSTENIBLE

Medio Ambiente

Reciclado



/ Los estudios demuestran que...

Natural y permanente

El vidrio es un material **puro e inorgánico**, que se crea a partir de materias primas naturales, de fácil extracción y abundantes en la naturaleza, asegurando un mínimo impacto ecológico.



Actualmente, el principal componente para la fabricación de envases es el **vidrio reciclado (calcín)**



Calcín

La industria vidriera española está preparada para introducir en sus hornos **tanto vidrio como los ciudadanos depositen en los contenedores**



La industria agroalimentaria española es **netamente exportadora de sus productos**, por lo que la disponibilidad de casco es relativamente menor que en otros países europeos



A pesar de esta situación, **los niveles de sustitución de materias primas por casco de vidrio crecen continuamente**, siendo en estos momentos el componente mayoritario en la fabricación de vidrio.

/ Los estudios demuestran que...



El 84% de los encuestados españoles asegura incorporar el reciclado de vidrio en su día a día como parte de sus hábitos rutinarios.

Una decisión respaldada también por la **facilidad que ofrece a la hora de reciclarlo** (el vidrio cuenta con su propio contenedor de reciclaje, el verde) y el **convencimiento de que es importante transmitir esta enseñanza a las nuevas generaciones**, con un 85% de españoles dispuestos a enseñar a sus hijos cómo deben reciclar correctamente el vidrio.



El vidrio es el material reciclado con mayor índice de confianza entre los consumidores.

El envase de vidrio fabricado a partir de material reciclado tiene la misma calidad que el que se produce con materia prima natural, de hecho, es técnicamente imposible distinguirlos, de ahí que su uso sea **apto de nuevo para su uso como envase alimentario**, manteniendo a su vez su reciclabilidad. Al menos el 70% de los europeos son conscientes de ello y opinan que **es seguro envasar los alimentos y bebidas en vidrio reciclado**.

Mientras que a 7 de cada 10 europeos les preocupan los posibles efectos sobre la salud de los envases reciclados de plástico, y a 5 de cada 10 el material reciclado de latas, bag-in-box o tetrabrik.

/ Los expertos dicen que...



José Manuel Núñez-Lagos

Director General de ECOVIDRIO

SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN DE LOS ENVASES DE VIDRIO

El sector cervecero de nuestro país ha sido siempre y continua siendo un modelo de referencia en compromiso y ambición con el medioambiente y la sostenibilidad, además de un garante del uso del material vidrio para sus envases. Gracias al apoyo que ha brindado siempre al sistema de responsabilidad ampliada del productor que gestiona Ecovidrio, el reciclaje de envases de vidrio en España cumple 25 años en plena forma. En nuestro país se reciclan 7 de cada 10 envases de vidrio de un solo uso que se ponen en el mercado. Sin embargo, el contexto de emergencia climática y necesidad real de transición a un modelo de producción y consumo más circular, nos obliga a no caer en la autocomplacencia y seguir trabajando para superar con creces los objetivos que establece Europa.

INNOVACIÓN SOSTENIBLE

Medio Ambiente

Reciclado

/ Los expertos dicen que...



Jacobo Olalla Marañón

Director General de Cerveceros de España
ASOCIACIÓN NACIONAL DE PRODUCTORES DE CERVEZA

“ De entre las medidas que la industria cervecera lleva a cabo para minimizar los residuos de envases y su impacto, el reciclado del vidrio es la primera. El que de un envase usado nazca otro con exactamente las mismas características, permite cerrar el ciclo de la forma más natural, lo que sintoniza a la perfección con el sentir de nuestra industria. Además el vidrio también cuenta con la opción de reutilizable que se adecua perfectamente a la hostelería. ”

INNOVACIÓN SOSTENIBLE

Medio Ambiente

Reciclado

/ ¿Sabías que...?

La industria del envase de vidrio, gracias a su reciclado integral, cierra el ciclo productivo, pudiendo considerarse como paradigmática dentro del modelo de economía circular.

Este hecho ha merecido el reconocimiento de la Fundación COTEC, que en el primer “informe sobre la situación y evolución de la Economía Circular en España”, señala a ANFEVI (Asociación Nacional de Fabricantes de Envases de Vidrio) dentro de los “Actores y Buenas Prácticas”.

El vidrio sustenta tecnologías vitales, facilita la sostenibilidad y un mundo verde; razón por la cual la ONU aprobó la conmemoración del Año Internacional del Vidrio en 2022, la primera vez en la historia que las Naciones Unidas dedican un año a un material.

INNOVACIÓN SOSTENIBLE

Sostenibilidad

Economía circular



/ Los estudios demuestran que...

La industria



Las 13 fábricas de las empresas miembro de ANFEVI son de proximidad, a los clientes y a los proveedores. De hecho, **el 93% de las materias primas son adquiridas en el territorio nacional, el 75% en un radio de 300 km.**

Desde 2018, **ha aumentado la producción alrededor de un 10%**, alcanzando los 2,8 millones de toneladas de vidrio en 2021.



La fabricación de envases de vidrio

está soportada por más de **3.100 puestos de trabajo locales y de calidad**, con el 95% de contratos indefinidos, y una media de antigüedad que dobla a la media nacional.

10%

Pero al mismo tiempo, **se ha reducido el indicador de emisiones un 10% y el consumo energético en un 7,6%**, gracias a importantes esfuerzos, tanto técnicos como económicos.

En 2022 **la recogida de envases de vidrio** a través del contenedor verde alcanzó un **record histórico con 939.094 toneladas**, un 6,2% más que el año anterior.



Además, gracias al reciclaje de vidrio en España se ha logrado **ahorrar 723.351 MWh de energía**, una cantidad equivalente a dos meses de consumo energético en todos los hospitales de España.

/ Los estudios demuestran que...



6 de cada 10 consumidores afirma estar dispuestos a **cambiar sus hábitos de compra** para reducir el impacto negativo al medio ambiente.



El 72% de los consumidores está dispuesto a **pagar un plus para marcas que sean sostenibles y responsables con medio ambiente.**



El 45% de los consumidores considera muy importante la variable de **sostenibilidad y responsabilidad medioambiental** en la elección de marca durante el proceso de compra.



4 de cada 5 europeos considera que las empresas tienen la **obligación moral** de utilizar **envases sostenibles.**

/ Los expertos dicen que...



Begoña Vallejo

Socia-Directora de CIMAS

CONSULTORA ESPECIALIZADA EN SOSTENIBILIDAD

Como consultora, me gustaría destacar que el sector del vidrio es uno de los más claros ejemplos de economía circular con los que me he encontrado. No sólo porque el material con el que se trabaja es 100% reciclable, sino también porque se ha adoptado esta estrategia en todas las etapas del proceso; desde el uso eficiente de recursos naturales y de energía, el diseño más sostenible del producto, la adopción de las mejores técnicas para la reducción de las emisiones, y el compromiso con los consumidores para un uso y gestión adecuada al final de la vida del producto. Sin olvidar su compromiso con la creación de empleo y desarrollo económico a nivel local. En definitiva, porque ha entendido la economía circular como un todo, que abarca: producto, proceso y políticas.

INNOVACIÓN SOSTENIBLE

Sostenibilidad

Economía circular

/ Los expertos dicen que...



Karen Davies

Secretaria General de ANFEVI

ASOCIACIÓN NACIONAL DE FABRICANTES DE ENVASES
DE VIDRIO

ANFEVI lo conforman 5 empresas: BA Vidro, O-I Europe, Verallia, Vicsa y Vidrala; representando el 98% de la producción en España. En conjunto, fabrican cerca de 20 millones de botellas y tarros diariamente, para las más de 8.000 compañías alimentarias que eligen vidrio para envasar sus productos. El sector trabaja en estrecha colaboración con todos los componentes de la cadena de valor, en proyectos en cuyo centro están las necesidades de la sociedad y el respeto al entorno. Este hecho es el pilar en el que se sostienen las magníficas relaciones de la cerveza y el envase de vidrio, una simbiosis con visión compartida.

INNOVACIÓN SOSTENIBLE

Sostenibilidad

Economía circular

Anfevi

anfevi.com

