

Iberpapel se suma a la iniciativa ‘La bolsa de papel’ como alternativa sostenible al plástico

Madrid, 9 de junio de 2010

Grupo Iberpapel se ha sumado a la iniciativa ‘La bolsa de papel’ que propone la utilización de este material para la elaboración de las bolsas empleadas en los comercios y grandes almacenes, como una alternativa más ecológica y sostenible al plástico. Además, la compañía ha lanzado dos nuevas gamas de papel destinado específicamente a este segmento de mercado y es el único fabricante nacional de algunas de estas calidades.

La bolsa de papel tiene una huella de carbono negativa, por lo que resulta una opción más ecológica – un kilo de papel almacena 1.3 kilos de CO₂. Las plantaciones de árboles para fabricar fibra de papel son grandes sumideros de CO₂ y ayudan a frenar el cambio climático. Las 430.000 hectáreas destinadas a la producción de madera en España para el sector papelero suponen la fijación anual de 7,5 toneladas de CO₂, aproximadamente el 2% del total de emisiones que se producen.

La participación de Iberpapel en esta campaña supone un paso más de la compañía dentro de su compromiso con el medio ambiente y la sostenibilidad, que ha obtenido un reconocimiento internacional y se traduce en logros medibles como menor consumo energético, menor emisión de CO₂ a nivel global, menor utilización de agua y menor generación de residuos. Durante los últimos diez años Iberpapel ha dedicado el 40% de sus inversiones a la gestión medioambiental.

La iniciativa ‘La bolsa de papel’

- Según los datos publicados en la web de la iniciativa www.labolsadepapel.com – encuesta IPSOS para España y otros seis países de Europa – “el 79% de los consumidores creen que el papel es más agradable de manejar y tocar; el 93% están de acuerdo en que el papel es sostenible y se debería usar más como embalaje; y el 86% de los ciudadanos afirman que, si para un mismo producto pueden escoger entre un embalaje de papel o de otro material, escogen el de papel.”
- Diversos estudios hechos públicos por esta iniciativa señalan que “el 80% de los consumidores considera que la marca impresa sobre papel es más agradable y atractiva, el 85% de los transeúntes se fijan en los mensajes impresos en las bolsas de papel que ven por la calle, y la bolsa de papel crea vínculos emocionales entre el comercio y sus clientes ya que éstos las reutilizan para llevar, preferentemente, objetos de tipo personal.”

Para más información

Deva

Jesús Larena jlarena@deva.es - 91 360 16 66 – 607 15 05 11
Carmen García cgarcia@deva.es – 91 360 16 67 – 637 41 47 47