



COMERÇ

A DOMICILI

EN L'ERA POSTCOVID

GUIA PRÀCTICA PER UN COMERÇ A DOMICILI CONSCIENT



Rezerø



amb el suport de:





Rezero – Fundació per a la Prevenció
de Residus i Consum Responsable 2021

comercverd.cat

Aquesta guia s'ha editat per a fer-ne difusió en formats digitals. Imprimeix-la només en cas que ho consideris necessari i fes-la arribar a algú altre quan creguis que ja no l'utilitzaràs més.

La guia "Comerç a domicili en l'era postcovid"

© 2022 de Rezero disposa de llicència CC BY-ND 4.0 

INTRODUCCIÓ

Impulsar un comerç a domicili més sostenible no només pot ajudar a reduir l'impacte ambiental de l'empresa i a contribuir als objectius de desenvolupament sostenible marcats, sinó que pot ser una eina per potenciar la responsabilitat social corporativa, millorar-ne la imatge i fidelitzar la clientela, fets que repercutiran de forma positiva a l'economia de l'empresa.

Quan parlem de comerç a domicili ens referim generalment a aquell que té com a finalitat l'entrega de productes a domicili, encara que també inclou la compra telemàtica amb recollida a l'establiment o la compra d'aliments per emportar en el cas de la restauració. Dins del comerç a domicili juga un paper important el comerç online (o e-commerce), que és aquell que es realitza amb eines digitals com pàgines web o aplicacions mòbil. De fet, el comerç a domicili en els últims anys ha anat totalment de la mà amb la digitalització de la societat i s'ha retroalimentat, a més, de la millora de la logística i l'eficiència del sector dels transports.

El comerç a domicili, en general, ha permès expandir les fronteres de negoci de moltes empreses i així sobreviure als últims temps de confinaments i pandèmia, quan el comerç presencial s'ha vist limitat, especialment en el cas dels establiments de restauració.

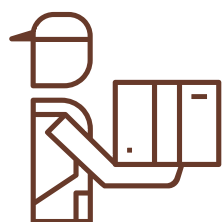
Tanmateix, tot i els múltiples avantatges i comoditats que ofereix el comerç a domicili tant a les persones consumidores com als comerços, aquest tipus de venda també presenta una sèrie d'inconvenients, molts d'ells relacionats amb l'impacte ambiental degut al transport i als embalatges i residus generats en els enviaments.

Així doncs, i assumint que el comerç a domicili i online han arribat per quedar-se i conviure amb el comerç tradicional, es tracta de trobar la manera que aquests siguin el més sostenibles possible, des del punt de vista ambiental, econòmic i social.

En aquesta guia pràctica, Rezero recopila una sèrie de propostes i exemples de bones pràctiques destinades a orientar i facilitar la presa de decisions de comerços i persones consumidores per dur a terme un comerç a domicili més conscient i sostenible.

PROPOSTES PER UNA VENDA A DOMICILI CONSCIENT

Escollir proveïdors compromesos amb la sostenibilitat i el consum responsable aporta valor al nostre negoci, millora la qualitat dels productes i genera fidelitat i compromís ambiental entre la clientela.



ELS PROVEÏDORS:

El primer actor implicat en la compra i enviament d'un producte a domicili són els proveïdors.

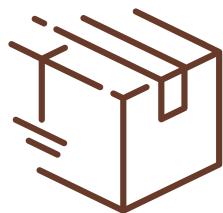
Tant important és escollir bé els proveïdors dels nostres productes com els dels elements que utilitzem com a embalatge per als enviaments.

Comptar amb una xarxa de proveïdors, preferiblement locals, que tinguin en compte criteris ambientals i de consum conscient, facilitarà la transició de la nostra empresa cap a un model de consum més sostenible, que a la vegada repercutirà en l'impacte ambiental de les nostres vendes a domicili.



PROPOSTES:

- Apostar per proveïdors locals i de proximitat. Això afavoreix l'economia local i redueix el trajecte dels subministraments, fet que en fa disminuir la seva petjada ambiental.
- Exigir certificacions de sostenibilitat i traçabilitat dels productes als nostres proveïdors. Apostar per aquells que ens garanteixin productes sostenibles i de baix impacte ambiental.
- Sovint, els envasos que utilitzen els proveïdors són els mateixos que acaben arribant al consumidor final. Per aquest motiu, cal demanar als proveïdors que redueixin o eliminin els seus envasos, sempre que això no vagi en detriment de la qualitat del producte. En cas que no sigui possible, demanar-los que apostin per materials amb menor impacte ambiental, més lleugers, reutilitzables, reciclables, biodegradables o fets amb material reciclat. També és important posar èmfasi en els embalatges dels enviaments, i demanar als proveïdors que aquests siguin retornables o reutilitzar-los pels nostres propis enviaments.
- També podem demanar als proveïdors que procurin una distribució de baix impacte de les nostres comandes. Per exemple, fent les comandes amb previsió podem comunicar que no són urgents i poden ajuntar-les amb altres repartiments a la mateixa zona, reduint així les emissions derivades dels nostres productes.
- Establir sinergies i vincles profitosos per ambdues parts, de manera que es creï una xarxa consolidada de proveïdors sostenibles.



L'EMBALATGE:

L'embalatge que utilitzem per les vendes a domicili és una de les principals causes d'impacte ambiental negatiu del comerç a domicili. Sabies que els embalatges del comerç online genera el doble d'impacte ambiental degut als residus, en comparació amb el comerç tradicional?²

A l'Estat espanyol van augmentar un 15% els residus d'envasos i embalatges degut a l'augment de les vendes digitals i de la sobreprotecció dels aliments durant els mesos més crítics de pandèmia.¹

1.- Font: Sostenibilidad y CO-VID-19. La insostenibilidad del modelo actual y su impulso tras la pandemia. AE Business School. Juny 2020

2.- Font: dades de lhobe, Societat Pública de Gestió Ambiental del Govern Basc, 2019

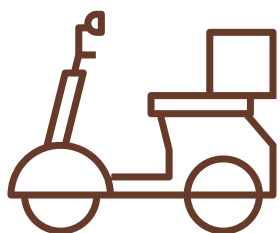
3.- Font (de totes les dades del paràgraf): Siete de cada diez consumidores reclaman embalajes sostenibles en sus compras online. Revista IDE. Información del Envase y Embalaje. Febrer 2022. <https://ide-e.com/siete-de-cada-diez-consumidores-reclaman-embalajes-sostenibles-en-sus-compras-online/>

L'embalatge de les compres online també és una font de preocupació entre les persones consumidores: 7 de cada 10 reclamen embalatges més sostenibles, el 42,6% de les persones consumidores consideren que s'haurien d'ajustar les mides i formats dels embalatges per evitar paquets sobredimensionats i embalatge innecessari i el 30% estarien disposades a pagar més per un embalatge sostenible.

A més, el 49% afirma que els envasos amb els quals rep un producte afecta a la seva percepció sobre l'empresa.³

PROPOSTES:

- Procurar que els diferents productes d'una mateixa comanda vagin empaquetats amb el mateix embalatge i que aquest sigui el més ajustat possible al volum de la comanda, per tal d'evitar sobreembalatges i ús excessiu de materials.
- Utilitzar elements reutilitzables per als embalatges, que la clientela pugui retornar (a la botiga o a l'empresa de missatgeria que s'encarregui de fer l'enviament).
- Utilitzar embalatge de materials reutilitzats (per exemple les caixes o farciment d'altres enviaments que rebem)
- Utilitzar embalatge de materials reciclables: paper, cartró, plàstic PET i plàstic PP serien els materials més comuns que tenen un reciclatge més senzill.
- Utilitzar embalatge de material reciclat (rPET, cartró o paper reciclat).
- Apostarem per embalatges fets amb material renovable, amb certificacions sostenibles (com la FSC en el cas del cartró), o de fàcil reciclatge.
- Evitar al màxim possible l'excés d'embalatge, tant el volum general com la presència de múltiples capes o d'elements que només compleixen una funció estètica. Segons la tipologia de cada negoci, es poden estudiar solucions específiques per reduir l'embalatge o eliminar el plàstic d'un sol ús.
- Evitar l'ús de materials no reciclables: els plàstics de bombolles, els plàstics films, els sobres de plàstic foscos, els films o materials multicapa, les etiquetes o adhesius no hidrosolubles, el paper o cartró impermeabilitzat, el plàstic PS o el porexpan, els materials oxo-degradables, safates de menjar de PET (són multicapa), diversos materials units no separables, ...
- Evitar l'ús de materials que tenen un reciclatge contaminant, com el PVC (el podem trobar en plàstics film o caixes rígides).
- Evitar l'ús de bioplàstics, excepte que es tracti de bosses que després podem reutilitzar per llençar els residus orgànics. En aquest cas, informar a la clientela sobre la seva reutilització.



EL TRANSPORT I LA DISTRIBUCIÓ

Actualment la mobilitat global exigeix un canvi cap a models més sostenibles. Cada vegada més ciutats estan establint progressivament zones de baixes emissions als seus cascals urbans i es demana a la ciutadania que prioritzi el transport públic i els vehicles de zero emissions per al dia a dia.

Aquesta tendència cap a un transport més sostenible també afecta al transport de mercaderies i de missatgeria. Per aquest motiu, l'ús de vehicles amb baixes emissions o d'emissió zero és cada vegada més imprescindible en aquest sector.

Adquirir bones pràctiques de transport per al repartiment de compres a domicili adaptarà l'empresa als canvis de model de mobilitat que s'hauran d'implementar necessàriament en els propers anys, a més de suposar un estalvi econòmic i una important reducció de l'impacte ambiental que en millorarà la imatge davant les persones consumidores.

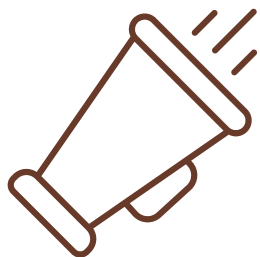
Per altra banda, en cas que la distribució dels nostres productes la fem a través d'altres empreses distribuïdores o de marketplaces digitals, és important escollir-ne aquells que siguin locals, que apostin per la sostenibilitat ambiental i la justícia social, i que siguin adequats per al nostre públic objectiu.

Al voltant del 6% de les emissions globals de gasos d'efecte hivernacle es deuen a l'activitat logística. A nivell global, es preveu que el consum energètic del transport es dupliqui al 2050 respecte els nivells de l'any 2000.

Font: Informe d'oportunitats per a un logística d'última milla sostenible. Àrea Metropolitana de Barcelona. Novembre de 2017.

PROPOSTES:

- Estudiar una modalitat de logística més sostenible, tant si es realitzen per compte propi com per compte aliè, en que s'optimitzin els repartiments (acumular comandes i optimitzar els circuits i els temps de repartiment perquè siguin el més curts possible).
- Oferir la possibilitat de recollir les comandes en botigues físiques o en punts de recollida en locals públics, per evitar el transport fins a l'habitatge.
- Prioritzar les entregues a peu o en vehicles no motoritzats, com les bicicletes. En cas que no sigui possible, contemplar la possibilitat d'incorporar o contractar transport de baixes emissions (en vehicles elèctrics o híbrids, per exemple) per als repartiments, ja sigui propi o subcontractat, especialment els urbans. Algunes empreses d'enviaments amb criteris de sostenibilitat i justícia social són Les Mercedes i Mensakas.
- Crear xarxa amb altres comerços de la zona/barri per fer enviaments conjunts o utilitzar la mateixa empresa d'enviaments amb criteris de sostenibilitat. N'és un exemple la bicicargo comunitària del barri de Sant Martí.
- Evitar i reduir al màxim les entregues fallides de vendes a domicili (suposen un cost molt elevat per l'empresa, tant econòmic com d'impacte ambiental). Amb aquest objectiu, és important informar als clients sobre el dia i hora de l'entrega, i oferir-los un canvi si fos necessari per assegurar que tindran disponibilitat.
- En cas de treballar amb marketplaces, escollir aquells d'origen català i amb criteris de consum responsable, com Amazcat, La Zona o Colpernapp.



LA COMUNICACIÓ

En una enquesta realitzada per Rezero a 179 establiments comercials de diverses tipologies (comerç de barri, parades de mercat, supermercats, restauració, establiments de menjar preparat...) d'arreu de Catalunya en relació al comerç a domicili, es va observar que només el 53% dels establiments enquestats comuniquen a la seva clientela les pràctiques sostenibles que duen a terme.

Comunicar obertament els canvis que estem duent a terme per reduir el nostre impacte ambiental, i el de les vendes a domicili en particular, augmentarà la sensibilització i implicació de la clientela. A més, fomentarà que apliqui bones pràctiques de consum conscient al seu àmbit personal per iniciativa pròpia.

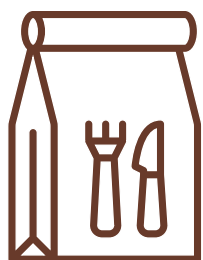
També és important conèixer l'opinió de la clientela sobre els canvis que anem duent a terme, i fer-la participi preguntant directament o mitjançant enquestes de satisfacció.

PROPOSTES:

- Fomentar un ús racional del comerç online, fent una publicitat responsable que no inciti a fer compres compulsives i excessives.
- Informar a la clientela sobre les nostres pràctiques sostenibles verbalment a l'establiment, o bé mitjançant cartells informatius.
- Difondre a través de mitjans digital (pàgina web pròpia, xarxes socials, etc) les pràctiques sostenibles que duem a terme i anem incorporant amb el temps.
- Realitzar enquestes de satisfacció i d'opinió a la nostra clientela respecte els canvis que anem fent.

L'embalatge en sí mateix també és comunicació. La manera com fem arribar els productes a la nostra clientela reflecteix la nostra manera de treballar i la nostra implicació en la sostenibilitat ambiental.





QUÈ MÉS PUC FER SI SOC DEL SECTOR DE LA RESTAURACIÓ?

El sector de la restauració ha estat un dels més afectat per la crisi de la covid-19. Molts establiments es van veure obligats a implementar serveis de venda a domicili per sobreviure a les restriccions del sector, que s'han allargat durant gairebé dos anys.

Els nous models de venda a domicili han evitat el tancament de molts negocis de restauració i han facilitat l'adaptació als nous models de consum digitalitzats que demanen les persones consumidores.

D'entre tots els establiments de restauració o de menjar per emportar que van participar a l'enquesta feta per Rezero, el 66% ofereix servei de venda a domicili, gairebé el 40% dels quals el van iniciar en motiu de la pandèmia per la covid-19.

PROPOSTES:

- Utilitzar envasos retornables (existeixen iniciatives d'èxit com Bûmerang, Reusabol o la Fundació Rubricatus que ofereixen envasos retornables pel menjar per emportar).
- En cas que no sigui possible o viable l'ús d'envasos retornables, assegurar-se que els envasos utilitzats són reutilitzables o reciclables.
- Demanar als clients que si la recollida de les comandes és presencial, portin els seus propis envasos (carmanyoles o com a mínim la bossa per endur-s'ho).
- Apostar per envasos fets amb material reciclat o provinent de fonts renovables.
- No sobreenvasar les comandes.
- No incloure coberts excepte que el client ho demani expressament (ni tant sols de fusta o compostables). Tampoc incloure palletes (ni de cartró), si no ho demanen.

Els establiments de restauració, van patir un un augment de les seves vendes digitals de 4 vegades més a la primera meitat del 2021, respecte el mateix període del 2019.

Font: Dades d'evolució del comerç electrònic a Espanya. Comisión Nacional de los mercados y la competencia. Consulta al març de 2021.





I COM HI PODEM CONTRIBUIR COM A PERSONES CONSUMIDORES?

Les persones consumidores tenim el dret a conèixer els materials i les condicions d'enviament de les nostres compres a domicili, així com les pràctiques sostenibles que du a terme l'empresa a la qual estem comprant.

Alhora, les persones consumidores també ens hem de comprometre a realitzar un consum conscient, crític i actiu, i prendre iniciatives més enllà de les impositcions que marquin les lleis o dels suggeriments dels propis comerços.

El 94% de la població espanyola entre 16 i 74 anys va utilitzar internet al 2021, i el 67% va realitzar alguna compra online, una xifra que ha crescut especialment arrel de la pandèmia per la covid-19.

Font: dades de l'Instituto Nacional de Estadística i de la Comisión Nacional de los Mercados i la Competencia

PROPOSTES:

- Retornar l'embalatge al comerç d'origen sempre que sigui possible per tal que el puguin tornar a fer servir, especialment en el cas de comerços de barri.
- Reutilitzar l'embalatge que arribi amb els paquets. En cas que no sigui possible reutilitzar-lo, depositar cada element de l'embalatge al seu contenidor de recollida selectiva corresponent.
- Evitar compres compulsives: comprar un producte només quan s'està segur que és l'adequat i realment necessari, per tal d'evitar devolucions: 7 de cada 10 espanyols reconeixen haver comprat per impuls alguna vegada. A més, el 43% dels consumidors espanyols que van comprar online al 2018 van fer una devolució, xifra que s'eleva en més del 50% en campanyes puntuals com el Black Friday o les rebaixes. Aquest fet implica el doble d'impacte ambiental degut al transport. A més, una part important dels productes que es retornen es destrueixen, enlloc de tornar-se a vendre o aprofitar-los per a donacions.
- Optar per enviaments urgents només quan sigui necessari, per tal que les empreses de repartiment puguin optimitzar la ruta ajuntant comandes amb destinacions properes.
- Demanar als comerços habituals que incorporin sistemes de servei a domicili amb criteris de sostenibilitat, tant pel transport com pels embalatges

RESUM D'EXEMPLES DE BONES I MALES PRÀCTIQUES EN EL COMERÇ A DOMICILI

MALES PRÀCTIQUES

Utilitzar envasos i embalatges d'un sol ús.



Mal ajustament de les mides de l'embalatge en relació amb les del producte, fet que implica un consum innecessari de materials, més pes i més espai al transport (i per tant més vehicles necessaris i major consum).



Ús desmesurat d'elements de farciment i protecció, molts cops innecessaris pel tipus de producte que es tracta.



Ús de plàstics, i mescla de plàstics, no reciclables.



Poca flexibilitat de canvi d'hora d'entrega del producte, que reduiria els intents fallits d'entrega.



Repartiment de les comandes amb transport d'altres emissions o amb empreses que no tenen en compte criteris de sostenibilitat.



BONES PRÀCTIQUES

Prioritzar l'ús d'**envasos reutilitzables i retornables** sempre que sigui possible. Demanar a la clientela que porti els seus propis envasos.

Ús d'**embalatges flexibles i ajustables** al contingut del paquet, especialment en cas que sigui un producte no fràgil. En cas que sigui un producte fràgil, escollir caixes de la mida més petita possible per evitar l'ús excessiu d'elements de farciment i protecció (plàstic de bombolles, paper...)

Només es justifica l'ús de material de **farciment** en cas de **productes fràgils**.

Utilitzar packaging fet d'un sol material i que sigui reciclable, com el **paper**, el **cartró**, el **PET** i el **PP**.

Oferir **possibilitat de canvi de data, hora i lloc d'entrega** a les persones que han realitzat una compra on-line. També és interessant oferir la possibilitat d'escollir si es tracta d'una comanda urgent o no, per tal de poder organitzar les rutes amb antelació i optimitzar-les si les comandes no són urgents.

Repartiment optimitzat de les comandes per compte propi a peu o en bicicleta, o bé contractar una empresa de **repartiment de baixes emissions**.



Rezero



rezero.cat

comercverd.cat

info@rezero.cat
(+34) 936 686 107