

Unilever fa il punto sulla plastica

Presentato lo stato di avanzamento del piano Sustainable Living Plan volto a ridurre l'impatto sull'ambiente dei rifiuti da packaging in plastica.

30 ottobre 2020 11:54



Unilever ha presentato i risultati in-progress del piano "Sustainable Living Plan", confermando l'obiettivo di dimezzare il consumo di materie plastiche vergini entro il 2025, tagliando oltre 100.000 tonnellate annue di plastica solo dagli imballaggi; verrà anche potenziato l'impiego di materiali riciclati, che sarà portato al 25% entro i prossimi cinque anni. Alla stessa data, tutte le confezioni dei prodotti del gruppo dovranno essere riciclabili, riutilizzabili o compostabili.

Per raggiungere questi obiettivi, Unilever ha annunciato di aver già incrementato a circa 75.000 tonnellate annue l'utilizzo di plastica riciclata da post-consumo e di voler raddoppiare questo volume nei prossimi 12 mesi. Sono state anche introdotte innovazioni negli imballaggi, come le vaschette per gelato riciclabili a marchio Carte d'Or, a base di carta e bioplastiche, che consentiranno di risparmiare circa 4.500 tonnellate di plastica ([leggi articolo](#)).

In Francia, Signal ha lanciato uno spazzolino da denti con testina sostituibile in plastica riciclata e manico in metallo, in grado di ridurre del 95% il consumo di plastica vergine. I marchi Love, Beauty e Planet hanno messo sul mercato shampoo e balsami concentrati, che a parità di utilizzo, sono in grado di dimezzare l'utilizzo di flaconi in plastica.



Altri interventi hanno riguardato la sostituzione del vergine con riciclato, come nel caso delle vaschette di gelato Magnum in polipropilene da riciclo chimico ([leggi articolo](#)), dei flaconi contenenti prodotti per l'igiene personale a marchio Dove ([leggi articolo](#)), o delle confezioni per detersivo liquido OMO (Persil), dove sono



state apportate modifiche al packaging e al prodotto per ridurre l'impatto ambientale, anche riducendo del 50% la plastica vergine a favore di quella rigenerata.

Inoltre, sono in corso studi e sperimentazioni volti a "testare, apprendere e perfezionare" nuovi modelli di attività legati agli imballaggi riutilizzabili e ricaricabili, attraverso un team dedicato a questo progetto. Infine, sottolinea il gruppo anglo-olandese - sono state elaborate tabelle di marcia specifiche a livello di paese con l'obiettivo di raccogliere e recuperare più imballaggi in plastica di quanti ne vengono immessi sul mercato.

"Per affrontare le cause profonde dei rifiuti di plastica dobbiamo pensare in modo diverso gli imballaggi - commenta Richard Slater, Chief R&D Officer di Unilever -. Abbiamo bisogno di innovazioni audaci, che sfidino progetti, materiali e modelli di business esistenti. La nostra priorità è ripensare radicalmente il nostro approccio al packaging e aprire la strada a nuove soluzioni come i formati riutilizzabili e ricaricabili".

© Polimerica - Riproduzione riservata