Polimerica
Attualità e notizie dal mondo della plastica

PepsiCo vira sulla plastica circolare

Presentato il piano pep+: dimezzamento della plastica vergine negli imballi, utilizzo di bioplastiche e rigenerato, ecodesign, investimenti nel riciclo.

16 settembre 2021 08:55

Il colosso delle bevande PepsiCo ha lanciato un nuovo piano per la sostenibilità, battezzato pep+ (PepsiCo Positive), che riguarda l'approvvigionamento di materie prime agricole per i propri prodotti, l'utilizzo efficiente delle risorse, l'abbattimento delle emissioni nette entro il 2040 e l'utilizzo di imballaggi più sostenibili.



Limitandoci a quest'ultimo aspetto, il principale impegno preso dall'azienda statunitense è il taglio del 50% dell'impiego di plastica vergine da risorse non rinnovabili nelle bottiglie e nei packaging del suo portafoglio food & beverage entro il 2030, rispetto ai livelli 2020; obiettivo che sarà conseguito, principalmente, portando al 50% il contenuto di materiale riciclato in tutti gli imballi in plastica e ampliando su scala globale la piattaforma SodaStream, che consente di prepararsi a casa alcuni tipi di bevande (Pepsi o 7 up) utilizzando l'acqua del rubinetto ed evitando così l'uso di bottiglie.

L'Europa è avanti nel passaggio dal PET vergine al riciclato: con l'aggiunta recente di Danimarca e Finlandia, entro l'anno prossimo saranno 11 i paesi dove PepsiCo sarà in grado di fornire bottiglie 100% rPET (ma non ancora in Italia), con una riduzione del 30% delle emissioni di CO_2 . Il passaggio sarà completato negli Stati Uniti solo qualche anno più tardi, nel 2030, anche se l'etichetta Pepsi Zero Sugar raggiungerà il target già l'anno prossimo.

Nell'ottica di ridurre di almeno il 20% in termini assoluti, sempre entro il 2030, i volumi di plastiche da materie prime non rinnovabili, PepsiCo sta investendo anche nelle bioplastiche: sono da poco in commercio negli Stati Uniti buste





per alimenti prodotte con plastiche compostabili (Off The Eaten Path, parte della gamma Frito-Lay).
Altri programmi puntano sulla sgrammatura degli imballi, sulla riprogettazione a fini di riciclo (come ad esempio il passaggio PET colorato al 'clear') e su packaging riutilizzabili o riempibili più volte. La società sta anche investendo, in alcuni mercati chiave, sulle infrastrutture di riciclo, al fine di approvvigionarsi di materiali rigenerati di adeguata qualità.
In Europa, per esempio, sostiene schemi di deposito cauzionale per il recupero di bottiglie post-consumo e supporta lo sviluppo di nuove tecnologie per il riciclo, come Holy Grail 2.0 (filigrana digitale), in fase di test in Francia e Germania (leggi articolo).
In ambito infrastrutturale, ha investito direttamente in progetti quali il Flexible Packaging Fund nel Regno Unito (leggi articolo).



"pep+ è il futuro della nostra azienda – sottolinea Ramon Laguarta, Presidente e CEO di PepsiCo -, una trasformazione fondamentale di ciò che facciamo e di come lo facciamo per creare opportunità e valori condivisi ponendo al centro la sostenibilità e il capitale umano. Ciò riflette una nuova realtà aziendale, in cui i consumatori stanno diventando sempre più interessati al futuro del pianeta e della società". Secondo Laguarta: "pep+ cambierà i nostri brands e il loro modo di vincere sul mercato. Ad esempio, immaginiamo che Lay's parta da una patata coltivata in modo sostenibile in un campo rigenerativo, per poi essere cotta e consegnata da una filiera Net-Zero e Net Water Positive, venduta in un sacchetto bio-compostabile, con livelli di sodio più bassi nel mercato. Ecco una scelta positiva".
"Ora, immaginate quali potranno essere la portata e l'impatto quando questi parametri verranno applicati a tutti e 23 i nostri marchi da miliardi di dollari", conclude.

Oltre un miliardo di prodotti PepsiCo, tra cibi e bevande, vengono consumati ogni giorno in oltre 200 paesi in tutto il mondo, generando un fatturato annuo intorno a 70 miliardi di dollari. Il portafoglio di prodotti PepsiCo comprende una vasta gamma di cibi e bevande, con 23 brand che generano oltre 1 miliardo di dollari ciascuno in vendite al dettaglio, i più conosciuti dei quali sono Frito-Lay, Gatorade, Pepsi-Cola, Quaker, Tropicana e SodaStream.

© Polimerica - Riproduzione riservata