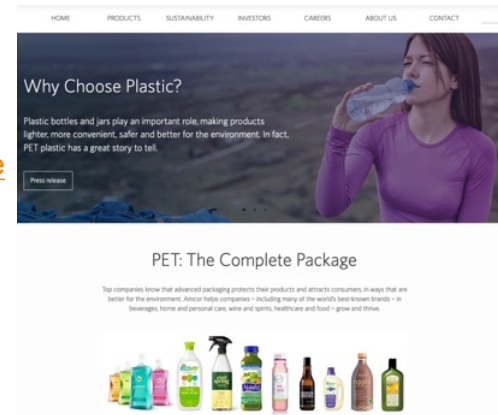


## Amcor lancia la campagna “Choose Plastic”

L’obiettivo è informare i consumatori su caratteristiche e benefici del PET nell’imballaggio, anche confrontandolo con soluzioni alternative.

18 novembre 2019 08:10

Per controbattere a campagne mediatiche non sempre corrette e imparziali, quando si tratta di materie plastiche, il colosso del packaging Amcor ha avviato la campagna “Choose Plastic”, articolata su un sito web dedicato ([Choose Plastic](#)), depliant e altro materiale informativo.



L’obiettivo è raccontare la “storia del PET con verità, forza e convinzione” - come si legge in una nota - e sgombrare il campo da fake news e false convinzioni sugli imballaggi in plastica, mettendo in luce caratteristiche e punti di forza di questo polimero rispetto ad altri materiali per imballaggio (vetro, lattine ecc.) e aiutando i propri clienti a informare dipendenti, consumatori e decisori politici sui benefici dell'imballaggio in plastica.

"Gli imballaggi in plastica offrono ai nostri clienti un modo sicuro, responsabile e riciclabile per distribuire i prodotti ai loro consumatori - sostiene Eric Roegner, Presidente di Amcor Rigid Packaging (ARP) -. Il PET è riciclabile all'infinito e la sua impronta di carbonio è inferiore a quella del vetro e di altri materiali da imballaggio". Roegner ricorda che c'è ancora spazio per miglioramenti "ed è per questo che stiamo lavorando insieme ai nostri clienti e partner industriali per aumentare i tassi di riciclo, incrementare la percentuale di materiale riciclato nella plastica per imballaggi e ridurre i rifiuti avviati a discarica o dispersi nell'ambiente".

Roegner ricorda inoltre che già oggi il 97% delle bottiglie e dei contenitori prodotti da Amcor Rigid Packaging è progettato per essere riciclabile a fine vita e che il gruppo si è impegnato a sviluppare solo packaging riciclabili o riutilizzabili entro il 2025.

© Polimerica - Riproduzione riservata