Ferrero, la rivoluzione del packaging: merendine “incartate” pensando alla differenziata



Nel 2019 il Gruppo Ferrero ha annunciato il proprio impegno a rendere il 100% dei propri imballaggi riutilizzabili, riciclabili o compostabili entro il 2025. Ferrero inoltre ha firmato il “New Plastics Economy Global Commitment” promosso dalla Ellen MacArthur Foundation, fiera di condividere con loro sia la visione di uno sviluppo di un’economia circolare per la plastica, visione in cui questo materiale non diventa mai un rifiuto, sia la necessità di agire lungo tutta la catena di approvvigionamento. Con la firma del New Plastics Economy Global Commitment, Ferrero vuole giocare un ruolo attivo e concreto impegnandosi anche ad eliminare gli imballaggi in plastica problematici o superflui attraverso la riprogettazione, l’innovazione e lo sviluppo di nuovi modelli di distribuzione.

Questo impegno globale in ambito packaging, prioritario per un’azienda che opera nei mercati del largo consumo confezionato, si inserisce in una strategia aziendale consolidata, denominata delle 5R: riciclo, rimozione, riduzione, riutilizzo e rinnovabilità.

Come parte del percorso verso un packaging più sostenibile, l’azienda ha intrapreso un percorso volto al miglioramento dei packaging esistenti, che ha coinvolto i principali brand del Gruppo, tra cui Kinder, Ferrero Rocher ed Estathé.

Per quanto riguarda Ferrero Rocher, sono state introdotte confezione eco-designed all’interno della gamma. Attraverso un lancio graduale in tutto il mondo, partendo da settembre 2021 con le referenze più vendute, da 16 e da 30 pezzi, fino ad estensione sull’intera gamma entro il 2025, l’azienda ha progettato confezioni in polipropilene, facilmente riciclabili a livello globale, senza rinunciare a garantire qualità e sicurezza dei propri prodotti.



Queste consentiranno di ridurre l’utilizzo di plastica e l’impatto sul clima. Ad esempio, le nuove confezioni utilizzano il 40% di plastica in meno per quella da 16 pezzi e il 38% di plastica in meno per quella da 30 pezzi.

A completamento sull’intera gamma l’impatto stimato è di una riduzione di circa 10.000 tonnellate di plastica in meno utilizzata ogni anno rispetto alle confezioni precedenti. Inoltre, le nuove confezioni generano una riduzione di almeno il 30% di emissioni in meno, sempre rispetto alle precedenti. Quando una scatola viene correttamente riciclata, essa ha un impatto climatico ancora più basso, riducendo almeno del 70%

le emissioni di Co2, rispetto alle precedenti.

Relativamente ai prodotti da forno Kinder e Ferrero, a partire da giugno 2022, la gamma di merendine distribuite in Italia (Kinder Brioss, Kinder Colazione Più, Kinder Pan e Cioc, Kinder Délice, ecc…) vede trasformare il proprio packaging, adottando un sistema di confezionamento innovativo in carta, che può essere conferito nella raccolta della carta, in linea con le disposizioni della raccolta differenziata in Italia. Le nuove confezioni in carta consentiranno di ridurre dell'80% l'uso di plastica rispetto alle confezioni precedenti, per una riduzione anno di circa 360 tonnellate di plastica, pari a oltre 70 milioni di sacchetti della spesa in plastica.



Il percorso di Estathé, bevanda leader di mercato in Italia, è cominciato nel 2020 con l'introduzione del formato in vetro, che si è affiancato alle referenze in lattina di alluminio 100% riciclabili. Nel 2021 è stata sostituita la cannuccia in plastica del bicchierino, con una versione in carta e dal 2022 vengono introdotte sul mercato le bottiglie in polipropilene da 0,33 litri, 0,40 litri e da 1,5 litri 100% da plastica riciclata e riciclabile, a cui seguirà l'introduzione del tappo non dispersibile entro il 2024.

Il viaggio verso un packaging più sostenibile di Estathé si completerà con la sfida della revisione dell'iconico bicchierino. Anch'esso diventerà, a partire dal 2022, e per gli anni a seguire, in polipropilene 100% riciclabile.

A chiusura del percorso, entro il prossimo 2025, si stima una riduzione del 30% di emissioni di Co2 anno, pari a circa

12.000 tonnellate di Co2/eq. in meno.