

Procter & Gamble lancia il piano Ambition 2030

Entro il 2030 solo imballaggi completamente riciclabili o riutilizzabili per i 20 principali marchi del gruppo, da raggiungere in due fasi.

19 aprile 2018 08:23



Un altro colosso che opera nei beni di largo consumo, Procter & Gamble, ha annunciato ambiziosi obiettivi ambientali con traguardo 2030, dopo aver centrato molti di quelli fissati per il 2020 e attuato piani per il raggiungimento delle attività non ancora completate.

I target raggiunti riguardano il clima (riduzione delle emissioni totali di gas serra del 16% dal 2010), la tutela dell'acqua (taglio del 27% del consumo idrico negli impianti dal 2010) e dei rifiuti, con l'azzeramento di quelli conferiti in discarica in oltre l'80% dei siti di produzione.

I nuovi target "Ambition 2030" si articolano su quattro pilastri. Il primo riguarda gli imballaggi, con l'obiettivo di renderli interamente riutilizzabili o riciclabili, coinvolgendo i 20 principali marchi del gruppo, tra cui Always, Ariel, Dawn, Fairy, Febreze, Head & Shoulders, Pantene, Pampers e Tide. Ciò avverrà in due step: entro il 2025 la società si impegna a raggiungere questo target per il 95% dei materiali da imballaggio, attraverso una più attenta selezione dei materiali, la progettazione delle confezioni e l'avvio di partnership per rendere più efficienti le tecniche di raccolta e riciclo. Entro il 2030, si cercherà di trovare una soluzione specifica anche per il 5% restante, materiali che per diverse ragioni sono più difficili da sostituire o da riciclare.

Sostenibilità anche nella catena di fornitura, a cominciare dagli stabilimenti del gruppo, che si impegnano a dimezzare le emissioni di gas a effetto serra e acquistare elettricità rinnovabile per soddisfare il 100% del fabbisogno energetico, mentre gli impianti utilizzeranno fonti di approvvigionamento circolare per almeno 5 miliardi di litri di acqua.

Meno definiti gli obiettivi corporate, quali la creazione di partnership e il lancio di iniziative per "bloccare il flusso di plastica negli oceani, tutelare e valorizzare le foreste, estendere le soluzioni di riciclaggio dei prodotti assorbenti per la persona (PAP) e la protezione dell'acqua nei bacini prioritari". Il piano coinvolgerà anche i dipendenti, premiando quelli che introdurranno nel lavoro quotidiano atteggiamenti e pratiche per la sostenibilità.



"I consumatori si aspettano che i marchi di cui si fidano offrano performance superiori e aiutino

anche a risolvere alcuni dei problemi più complessi che il mondo deve affrontare - commenta il CEO di P&G, David Taylor -. La nostra portata globale e la comprensione dei cinque miliardi di consumatori che serviamo, unitamente alle capacità di innovazione di P&G, ci forniscono una capacità esclusiva di fare la differenza”.

“Sulla base dei progressi compiuti a tutt’oggi, i nostri obiettivi per il 2030 puntano ad affrontare due dei problemi ambientali più pressanti del mondo: le risorse limitate e i consumi crescenti - aggiunge Virginie Helias, vicepresidente per la sostenibilità globale di P&G -. Sappiamo che da soli non troveremo tutte le risposte. Occorreranno collaborazioni e partenariati per compiere significativi progressi e i nostri marchi svilupperanno innovazioni per far progredire il consumo responsabile”.

© Polimerica - Riproduzione riservata