

Pantene e Fairy reforçam esforços para concretizar metas de sustentabilidade ambiental da P&G

10 de Março, 2020

A multinacional norte-americana anunciou recentemente avanços significativos nos compromissos de sustentabilidade europeus, tendo em vista a realização dos objetivos que fazem parte do projeto “**Ambição 2030**”.

A P&G pretende impulsionar a economia circular de plástico reciclado na Europa através da utilização de resina reciclada nas suas embalagens de cuidados capilares (*tereftalato de polietileno* – PET). Além disso, a empresa tem celebrado distinções notáveis nos seus esforços para liderar o setor de embalamento, triagem e distribuição de resina reciclada, com o projeto de embalamento inteligente HolyGrail, vencedor na categoria de inovação do ano em Economia Circular nos Prémios Edie Sustainability, no Reino Unido, e o selo 1000 Soluções Eficientes da Solar Impulse Foundation.

Já a Fairy, através do programa Fairycology, recebeu o selo 1000 Soluções Eficientes da Solar Impulse Foundation, por permitir uma limpeza sustentável através de um menor consumo de energia e água. De destacar também as marcas Lenor Unstoppables e Fairy, que serão as primeiras a implementar comercialmente as embalagens inteligentes HolyGrail na Europa.

As metas do “Ambição 2030” pretendem trazer e inspirar um impacto positivo no meio ambiente e na sociedade através das marcas, da cadeia de distribuição e dos funcionários, criando valor para a empresa e para os consumidores.

“2020 é um ano em que a ação – ação colaborativa – nos colocará na trajetória certa”, afirma Virginie Helias, diretora global de sustentabilidade da P&G. “Para a P&G, 2020 será um ano de ação regenerativa, em que ativaremos as nossas metas ‘Ambição 2030’ com todas as nossas marcas, através de inovação e de parcerias transformadoras. Não se trata apenas de reduzir o nosso impacto, mas de ser uma força de renovação para enfrentar os desafios do desperdício de plástico, escassez de água e perda de biodiversidade. Estaremos a liderar em todas essas frentes de forma a impulsionar mudanças em escala e causar impacto a longo prazo.”

A P&G Hair Care (divisão de Produtos para Cabelo) compromete-se a utilizar resina PET reciclada, aumentando o conteúdo reciclado nas embalagens

A P&G Hair Care irá testar na Europa novas embalagens com material plástico reciclado para os produtos Pantene, a começar pelas embalagens transparentes da marca. O material é fabricado a partir da reutilização do PET circular através da reciclagem avançada de monómeros – o que significa que o material pode ser usado repetidamente em embalagens. O novo material, que será produzido pela Indorama Ventures, é adequado para todas as marcas embaladas em garrafas PET para produtos de higiene e beleza. Ao comprometer-se a

utilizar este material, a P&G impulsiona assim uma nova cadeia de distribuição circular, criando um mercado final para plásticos reciclados.

Tecnologia de Fairy premiada com o selo 1000 Soluções Eficientes da Solar Impulse Foundation

A tecnologia inovadora de Fairy, com o seu programa Fairycology, foi distinguida com o selo 1000 Soluções Eficientes da Solar Impulse Foundation. Este selo pretende ilustrar e incentivar tecnologias expansíveis que protegem o meio ambiente e apoiam um crescimento económico limpo. O selo foi criado pela Solar Impulse Foundation para apoiar a sua visão de mobilizar o público a favor de tecnologias que permitam uma menor dependência de combustíveis fósseis e induzem emoções positivas sobre soluções renováveis. Cada solução é avaliada por especialistas independentes quanto à sua viabilidade tecnológica, benefícios ambientais e socioeconómicos e lucratividade económica. A marca Fairy foi reconhecida como tendo a solução que requer menos energia, menos água e menos desperdício. O detergente líquido Fairy é formulado para funcionar a baixas temperaturas, economizando energia, enquanto que as cápsulas de Fairy para lavagem automática limpam restos de alimentos difíceis sem pré-lavagem, resultando em economia de água e energia.

Projeto de embalamento inteligente HolyGrail 2.0 premiado com o selo 1000 Soluções Eficientes da Solar Impulse Foundation, bem como Inovação do Ano em Economia Circular nos Prémios Edie Sustainability Leaders 2020

O projeto de embalamento inteligente HolyGrail 2.0, que pretende transformar o processo de triagem de embalagens, recebeu recentemente dois grandes reconhecimentos: o selo 1000 Efficient Solutions da Solar Impulse Foundation e um prémio Edie Sustainability Leaders, o maior sistema britânico de atribuição de prémios na área da sustentabilidade a reconhecer pessoas, projetos e iniciativas que estão a acelerar a transformação dos negócios. O projeto de embalamento inteligente HolyGrail foi reconhecido na categoria Inovação do Ano em Economia Circular pelas mudanças significativas que pode trazer para o embalamento, triagem, distribuição de resina reciclada pós-consumo e muito mais. O HolyGrail 2.0 é a segunda fase do projeto que explorará um possível mercado de testes em 2021 com a formação de um mega consórcio de empresas em toda a cadeia de valor (mais de 115 parceiros).

Lenor Unstoppables e Fairy tornam-se as primeiras marcas a implementar as embalagens inteligentes HolyGrail

As marcas Lenor Unstoppables e Fairy serão pioneiras na aplicação de marcas d'água digitais – a tecnologia inteligente HolyGrail – para permitir novas aprendizagens por detrás da triagem e reciclagem nas Instalações de Reciclagem de Materiais. A P&G lidera o projeto pioneiro HolyGrail, sob o patrocínio da Fundação Ellen MacArthur desde 2016. Trata-se de um esforço colaborativo desenvolvido para solucionar um dos maiores obstáculos que a reciclagem de plásticos enfrenta – a triagem ineficaz nas instalações de reciclagem. Estima-se que as novas embalagens de Lenor Unstoppables cheguem ao mercado alemão em outubro de 2020 e depois aos restantes mercados europeus. A Fairy será a segunda marca a integrar marcas d'água digitais

HolyGrail nas embalagens em toda a Europa. Como as marcas d'água digitais são impercetíveis ao olho humano, mas podem ser detetadas por scanners óticos e smartphones, a tecnologia também pode ser usada posteriormente pelas marcas para o engagement e educação do consumidor.