

Unilever anuncia nuevos compromisos para lograr un mundo sin residuos

Unilever, propietario de marcas como Dove, Ben & Jerry's, Lipton y Omo, ha anunciado nuevos compromisos para reducir sus desechos plásticos y ayudar a crear una economía circular para este material

Unilever ha confirmado que para 2025:

Reducirá a la mitad su uso de plásticos vírgenes, reduciendo su uso absoluto de envases de plástico en más de 100 000 toneladas y acelerando el uso de plástico reciclado.

Ayudará a recoger y procesar más envases de plástico de los que vende.

Este compromiso convierte a Unilever en la primera gran compañía mundial de bienes de consumo en comprometerse con una reducción absoluta de los plásticos en su cartera de productos.

Unilever está más cerca de cumplir sus compromisos anteriores: garantizar que todos sus envases de plástico sean reutilizables, reciclables o compostables para 2025, y utilizar al menos un 25% de plástico reciclado en sus envases, también para ese año.

Alan Jope, CEO de Unilever, afirma: «Hay espacio para el plástico, pero no en el medio ambiente. Solo podremos eliminar los desechos plásticos actuando de inmediato y tomando medidas drásticas en todos los puntos de su ciclo de vida.

«Nuestro punto de partida debe ser el diseño, la reducción de la cantidad de plástico que usamos y luego asegurarnos de que el que utilizamos proviene cada vez más de fuentes recicladas. También nos comprometemos a garantizar que todos nuestros envases de plástico sean reutilizables, reciclables o compostables.

«Esto exige un replanteamiento fundamental en la estrategia de nuestros envases y productos. Requiere la introducción de nuevos e innovadores materiales de envasado y la ampliación de los nuevos modelos de negocio, como formatos de reutilización y relleno, a una velocidad e intensidad sin precedentes».

Para cumplir con sus compromisos, Unilever necesita ayudar a recoger y procesar alrededor de 600 000 toneladas de plástico al año para 2025. Para ello, se servirá de inversiones y colaboraciones que mejoren la infraestructura de gestión de residuos en muchos de los países en los que opera Unilever.

Joepie añade: «Nuestra visión es un mundo en el que todos trabajemos juntos para garantizar que el plástico permanezca dentro de la economía pero fuera del medio ambiente. Nuestro plástico es nuestra responsabilidad, por lo que nos comprometemos a recoger más de lo que vendemos, como parte de nuestra estrategia para fomentar la economía circular. Es a la vez un desafío y un proyecto emocionante que ayudará a impulsar la demanda mundial de plástico reciclado».

Ellen MacArthur, fundadora de la Ellen MacArthur Foundation, afirma: «El anuncio de Unilever es un paso significativo en la creación de una economía circular para el plástico. Al eliminar los envases innecesarios a través de innovaciones como la recarga, la reutilización y los concentrados, así como con el aumento del uso de plástico reciclado, Unilever está demostrando que las empresas pueden alejarse de los plásticos vírgenes. Animamos a las demás a seguir su ejemplo, para que colectivamente podamos eliminar el plástico que no necesitamos, innovar, para que circule el que necesitamos, y finalmente construir un sistema económico en el que los envases de plástico nunca se desperdicien».

Desde 2017, Unilever ha transformado su estrategia con los envases de plástico a través de su programa «Less, Better, No». A través de Less Plastic, Unilever ha explorado nuevas formas de envasar y entregar productos, incluidos los concentrados, como su nueva recarga ecológica Cif, que elimina el 75% del plástico, y las nuevas estaciones de recarga para champú y detergente de ropa en tiendas, universidades y máquinas expendedoras móviles en el sudeste asiático.

Better plastic se ha traducido en innovaciones pioneras: el nuevo pigmento detectable utilizado por Axe (Lynx) y TRESemmé, que hace que el plástico negro sea reciclable, gracias a que ahora puede verse y clasificarse mediante escáneres de plantas, y la «botella de festival» de Lipton, que está hecha de plástico 100% reciclado y se recoge mediante un esquema de depósito.

Como parte de No plastic, Unilever ha introducido en el mercado innovaciones que incluyen pastillas de champú, tabletas de pasta de dientes recargables, barras de desodorante de cartón y cepillos de dientes de bambú. También se ha registrado en la plataforma Loop, que explora nuevas formas de entregar y recoger productos reutilizables de los hogares de los consumidores.

La huella de los envases de plástico de Unilever actualmente es de alrededor de 700 000 toneladas anuales (incluidas las adquisiciones recientes).

Hoy la empresa se compromete a hacer dos cosas:

- 1) Reducir los envases de plástico virgen en un 50% para 2025, con un tercio (más de 100 000 toneladas) procedente de una reducción absoluta de plástico.

Más de 100 000 toneladas procederán de una reducción absoluta a medida que la empresa invierta en paquetes de uso múltiple (reutilizables y/o recargables), soluciones «sin plástico» (materiales de envasado alternativos o productos sin envase) y reduzca la cantidad de plástico en los paquetes

existentes (concentración). Reemplazar los envases de plástico no reciclados con plásticos reciclados supondrá la reducción restante. Unilever medirá el total de toneladas de envases de plástico virgen utilizadas cada año frente al total de toneladas de envases de plástico virgen utilizadas en 2018. Así, Unilever se compromete a tener una huella de envases de plástico virgen de no más de 350 000 toneladas para 2025.

2) Ayudar a recoger y procesar más envases de plástico de los que venden para 2025.

Para cumplir con sus compromisos, Unilever necesita ayudar a recoger y procesar alrededor de 600 000 toneladas de plástico al año para 2025. Esto es menos que nuestra huella actual de envases de plástico de 700 000 toneladas porque refleja la reducción absoluta de 100 000 toneladas a la que nos hemos comprometido anteriormente.

Unilever cumplirá este compromiso mediante:

i) Una inversión directa y con colaboraciones para la recolección y el procesamiento de residuos

ii) La compra y el uso de plásticos reciclados en sus envases

iii) Participando en estrategias de responsabilidad extendida del productor en las que Unilever paga directamente por la recolección de sus envases

Unilever medirá las toneladas totales de envases de plástico que ha ayudado a recoger y procesar en un año frente a la cantidad de envases de plástico que ha utilizado.

En los últimos cinco años, Unilever ha colaborado con muchos socios para recoger envases de plástico, incluido el Programa de Desarrollo de las Naciones Unidas, para ayudar a separar, recolectar y reciclar envases en toda la India. Además, ha ayudado a establecer casi 3000 bancos de desechos en Indonesia, ofreciendo a más de 400 000 personas la oportunidad de reciclar sus desechos. En Brasil, Unilever mantiene una duradera colaboración con el minorista Grupo Pão de Açúcar para ayudar a recoger desechos a través de estaciones de entrega.

Datos de contacto:

Comunicación Unilever
93 681 24 65

Nota de prensa publicada en: [Londres/Róterdam](#)

Categorías: [Ecología Consumo Otras Industrias](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>