



Idag är det billigare att ta fram ny plast än att återvinna gammal. För att ändra på detta satsar Nestlé 1,5 miljarder CHF för att skapa en marknad för återvunnen plast.

2020-03-06 11:16 CET

Nestlé går med i European Plastics Pact – ska minska användningen av jungfruplast med en tredjedel

De senaste 50 åren har användningen av jungfruplast ökat dramatiskt. Plasten har gett enorma fördelar men även stora problem. Vi måste se till att plasten inte hamnar på soptippen, i haven, sjöarna och floderna. Därför skriver Nestlé på European Plastics Pact. Målet är att all plast ska vara återvinningsbar eller återanvändningsbar senast 2025 och att minska användningen av jungfruplast.

Pakten, som startades av Frankrike och Nederländerna, har ett övergripande mål. Att öka takten mot en cirkulär plastekonomi för att bryta beroendet av jungfruplast – plast som är gjord av icke-förnybart fossilt bränsle. Pakten består av företag, NGO's och regeringar som tillsammans åtar sig att sträva mot gemensamma mål senast 2025.

Pakten vill:

- Minska användningen av plastprodukter och förpackningar med minst 20 procent
- Förbättra förmågan att återvinna plastförpackningar i Europa med minst 25 procent
- Öka användningen av återvunnen plast till förpackningar med minst 30 procent

- Vi är glada över att skriva på The European Plastics Pact. Ett av våra gemensamma mål är att skapa en cirkulär ekonomi genom att förbättra återvinnningssystemen i Europa. Men detta kommer inte att bli lätt. Nestlés högsta prioritet är säkra produkter. Plast som används till matförpackningar måste vara säker och inte innehålla substanser som kan vara farliga för människor. Återvinningsprocessen måste utvecklas. Utmaningen är att det idag är billigare att ta fram ny plast än att återvinna gammal. För att ändra på detta satsar Nestlé 1,5 miljarder CHF för att skapa en marknad för återvunnen plast. Detta ger en tydlig signal till återvinningsföretagen att satsa på detta, Marco Settembri, Nestlé CEO for Europe, Middle East and North Africa.

För att ytterligare minska användningen av ny plast provar Nestlé nya sätt att leverera sina produkter. Man testar bland annat ett förpackningsfritt system för dispensering av Purina Pet Care husdjursmat och Nescafé pulverkaffe. Nestlé har också samarbetat med LOOP, en hemleveransservice som erbjuder återanvändningsbara förpackningar. De första produkterna kommer snart att finnas tillgängliga i Frankrike.

För att ytterligare påskynda innovationerna har Nestlé lanserat en fond med 250 miljoner CHF till start-ups som satsar på förpackningsinnovation, inklusive nya material, samt påfyllningssystem och återvinningslösningar.

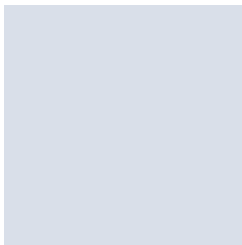
För mer information om Nestlé och plast (på engelska):

<https://www.nestle.com/ask-nestle/environment/answers/tackling-packaging-waste-plastic-bottles>

<https://www.nestle.com/csv/global-initiatives/zero-environmental-impact/packaging-plastic-pollution>

Nestlé är världens största matföretag och också det företag som investerar mest i forskning om mat (15 miljarder kronor). Företaget är branschledande i hållbarhet enligt ett flertal oberoende externa granskande institut och index. Nestlé finns i 189 länder världen över och de 328 000 medarbetarna arbetar för Nestlés mål att förbättra livskvaliteten och underlätta till ett hälsosammare liv. Nestlé erbjuder en mängd produkter och tjänster för människor och deras djur genom hela livet. Företaget har över 2000 varumärken med ikoner såsom Nescafé, Nespresso, Purina djurmat, Nestlé barnmat, Cheerios och Kit Kat samt lokala varumärken som Zoégas. Nestlés huvudkontor ligger i Vevey i Schweiz där företaget grundades för mer än 150 år sedan.

Kontaktpersoner



Mikael Lindgren

Presskontakt

Kommunikationschef, Nestlé Sverige

Consumer & Corporate Communications

mikael.lindgren@se.nestle.com

+46 768 798 513