



AWARDS 2023

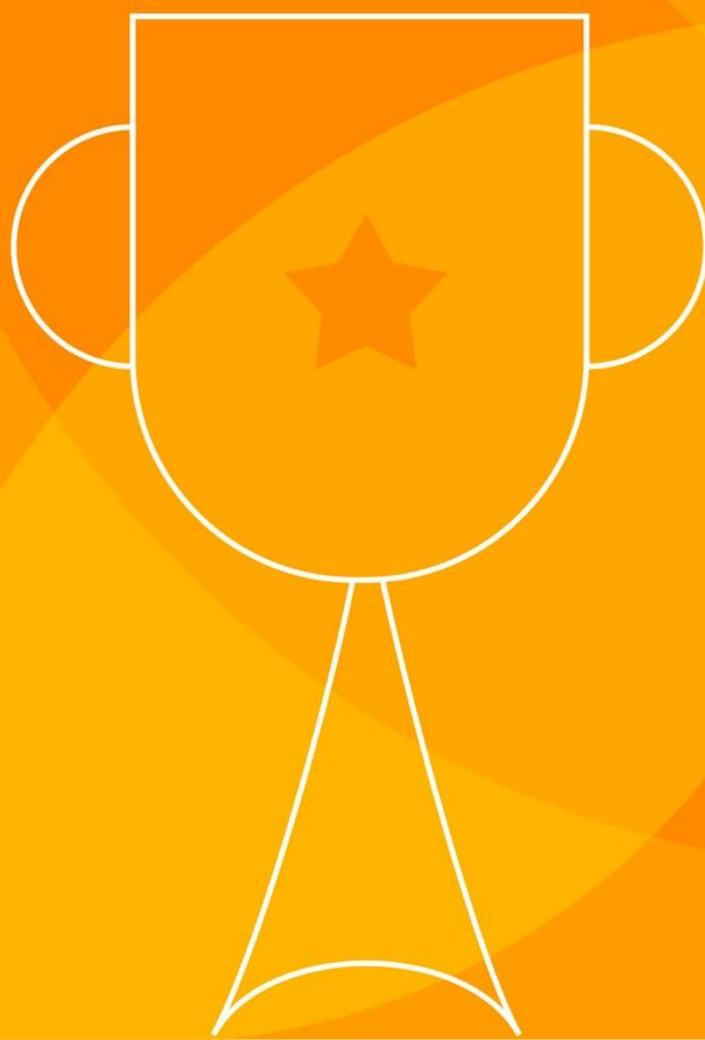
I PROGETTI FINALISTI





AWARDS 2023

NUTRIZIONE



Newtra Food

La startup che valorizza gli scarti di frutta e verdura



NEWTRA FOOD INGREDIENTI ALIMENTARI CON PROPRIETÀ NUTRACEUTICHE DA ECONOMIA CIRCOLARE

Newtra Food realizza ingredienti powdered alimentari da economia circolare con proprietà funzionali e nutraceutiche valorizzando scarti e sottoprodotti provenienti dalle industrie di trasformazione di frutta e verdura. Gli ingredienti sono realizzati attraverso un processo produttivo brevettato che garantisce la trasformazione di qualsiasi tipo di vegetale fresco senza produrre ulteriori scarti. Con i nostri processi otteniamo, ciò che noi chiamiamo, super-ingredienti, ossia concentrati vegetali che contengono circa il 700% dei valori nutrizionali del vegetale di partenza, come Proteine e Fibre, ma anche micronutrienti termolabili (Vitamine, Polifenoli e Antiossidanti) che si perdono durante i tradizionali processi di trasformazione industriale. I nostri ingredienti 100% naturali vengono impiegati per la realizzazione di alimenti fortificati (es. Farine, pasta, panificati, tisane) con miglioramenti delle performance nutrizionali, organolettiche, tecnologiche, shelf life e sostenibilità.

ATTORI DELLA FILIERA COINVOLTI:

Il nostro progetto coinvolge diversi attori nella filiera produttiva: - Industria di trasformazione di frutta e verdura che possano garantire materie prime seconde appena processate e idonee ai nostri standard qualitativi, tracciabilità e conformità a tutte le norme igienico sanitarie del prodotto - GDO e DO per quanto riguarda prodotti ortofruitticoli invenduti - Industria di produzione agroalimentare per la realizzazione di alimenti più nutrienti e sostenibili

FASI DI SVILUPPO:

Attualmente possediamo un impianto pilota presso l'Università degli Studi di Foggia grazie al quale riusciamo a produrre piccoli lotti di ingredienti grazie al quale eseguiamo studi su diverse applicazioni. Al momento abbiamo studiato e pubblicato su riviste internazionali alcuni paper che parlano di: - L'effetto del nostro processo produttivo sull'attività antiossidante e sul contenuto di polifenoli all'interno di tisane ed infusi a base di Malva e di asparago - La rete proteica e le caratteristiche sensoriali nella pasta fresca prodotta con ingredienti al pomodoro o carciofo o vinacce in aggiunta alla semola di grano duro rispetto a pasta fresca convenzionale - Conservazione dei composti bioattivi presenti nella pasta fresca arricchita con ingredienti al carciofo o al pomodoro Abbiamo iniziato a lavorare sul fronte partnership con attori dell'industria agroalimentare per i primi test su scala più grande rispetto al nostro laboratorio. Le aziende che stiamo coinvolgendo in questa fase sono interessate ad avviare progetti con noi. Contemporaneamente abbiamo ultimato la fase progettuale degli impianti ed abbiamo avviato la fase prototipale per eseguire gli ultimi test produttivi. Saremo pronti a supportare i nostri clienti entro la fine del 2024

OBIETTIVI E TEMPSTICHE:

I nostri obiettivi sono quelli di: - Procedere con le prime partnership ufficiali con le aziende di produzione agroindustriale - Effettuare ulteriori studi che possano dimostrare i vantaggi nell'utilizzo dei nostri ingredienti - Concludere la fase costruttiva del nostro stabilimento produttivo - Presentare e lanciare i nostri prodotti in fiere nazionali ed internazionali di settore - Obiettivo nei prossimi 3 anni, valorizzare 3000kg di scarti al giorno

RISULTATI OTTENUTI:

Nella produzione di pasta fresca, con l'aggiunta del 3% dell'ingrediente a base pomodoro/vinacce abbiamo ottenuto rispetto alla pasta fresca convenzionale i seguenti miglioramenti di valori nutrizionali dopo la cottura: - +55% proteine - +86% fibre insolubili - +900% fibre solubili

Scopri di più: [Presentazione](#)

NUTRI IL SAPERE

Un progetto di Pam PANORAMA

In collaborazione con



PAM PANORAMA NUTRI IL SAPERE

Il progetto scuola “Nutri il Sapere” è sviluppato grazie alla collaborazione con la Fondazione Salus Pueri e il Dipartimento di Salute Donna e Bambino dell’Università degli Studi di Padova con l’obiettivo di creare consapevolezza sull’importanza dell’imprinting precoce, cioè la diretta connessione tra un corretto stile di vita adottato da bambini e la salute da adulti. Docenti e famiglie saranno sensibilizzati sul tema dell’obesità infantile. “Nutri il Sapere” fornirà un valido supporto formativo per la promozione della consapevolezza alimentare e dei pericoli di abitudini non salutari, come l’eccessiva sedentarietà dei più piccoli. I bambini saranno coinvolti in attività divertenti ed educative, per fare in modo che imparino, leggendo e giocando, i benefici di uno stile di vita sano e verranno guidati alla condivisione con la propria famiglia, offrendo stimoli per la generazione spontanea di conversazione su temi importanti per la crescita.

ATTORI DELLA FILIERA COINVOLTI:

Fondazione Salus Pueri
Dipartimento di Salute Donna e Bambino dell’Università degli Studi di Padova

OBIETTIVI E TEMPISTICHE:

Creare consapevolezza sull’importanza dell’imprinting precoce, cioè la diretta connessione tra un corretto stile di vita adottato da bambini e la salute da adulti.



ANDRIANI ANDRIANI EDUCATIONAL

Andriani Educational è un percorso innovativo di educazione alla sostenibilità alimentare dedicato agli studenti delle scuole italiane. Dal 2018 ad oggi il progetto si è perfezionato grazie a una didattica dinamica, fondata su laboratori e sulla ricerca-azione, e a un approccio multidisciplinare. Nell'anno scolastico 2022/2023 sono stati coinvolti 200 insegnanti e circa 4.000 studenti delle scuole italiane di ogni ordine e grado, dall'infanzia alle secondarie di secondo grado, anche grazie alla collaborazione con la rete Dialogues di educazione alla cittadinanza globale e al supporto di tutor ed esperti capaci di fornire agli insegnanti spunti operativi efficaci da sviluppare nelle classi. Inoltre, per la prima volta Andriani Educational ha superato i confini italiani grazie a un progetto pilota che ha messo in contatto, con il supporto di Magia Verde Onlus, alcuni alunni veneti con altrettanti coetanei della regione del Tamil Nadu in India per un confronto sulla biodiversità.

ATTORI DELLA FILIERA COINVOLTI:

I soggetti coinvolti sono in parte interni all'azienda (CSR Manager e Food Trust & CSR Communication) e in parte esterni, nello specifico: Cricket Production, Carla Barzanò, Rete Dialogues, Magia Verde Onlus; Grillo Editore, oltre alle scuole italiane di 16 regioni

OBIETTIVI E TEMPISTICHE:

Tre gli obiettivi cardine del progetto: Educare i più giovani alla sostenibilità alimentare, con particolare riferimento agli obiettivi dell'Agenda ONU 2030. - Educare alla tutela della biodiversità, fa parte della sostenibilità...) Favorire cambiamenti attraverso la realizzazione e la ripetizione di esperienze concrete che conducano a stili di vita sostenibili. - Coinvolgere attivamente gli stakeholder interni (dipendenti Andriani). Il progetto è in essere da 5 anni.

FASI DI SVILUPPO:

Il progetto ha una struttura ben definita: prevede la formazione in aula virtuale dei docenti, il supporto per la formazione degli studenti, con presenza di esperti in rete nelle aule, e la distribuzione del sussidiario La Magia dei Legumi come strumento didattico fondamentale. Formulato sui temi del calendario scolastico, si estende da ottobre a maggio e prevede il riconoscimento di 70 ore di formazione suddivise in: 15 ore di formazione in area virtuale, 15 ore di ricerca, lettura ed elaborazione delle schede progetto, 40 ore per preparazione materiale per gli allievi, valutazione in itinere e riprogettazione, raccolta e rielaborazione dei lavori prodotti dagli allievi, produzione della documentazione del processo di lavoro, risposta ai questionari finali. I materiali e il processo formativo sono ampiamente testati e il confluire dei contributi delle esperienze delle singole classi ne rappresenta il tratto distintivo, nonché garanzia di ampliamento e replicabilità.

RISULTATI OTTENUTI:

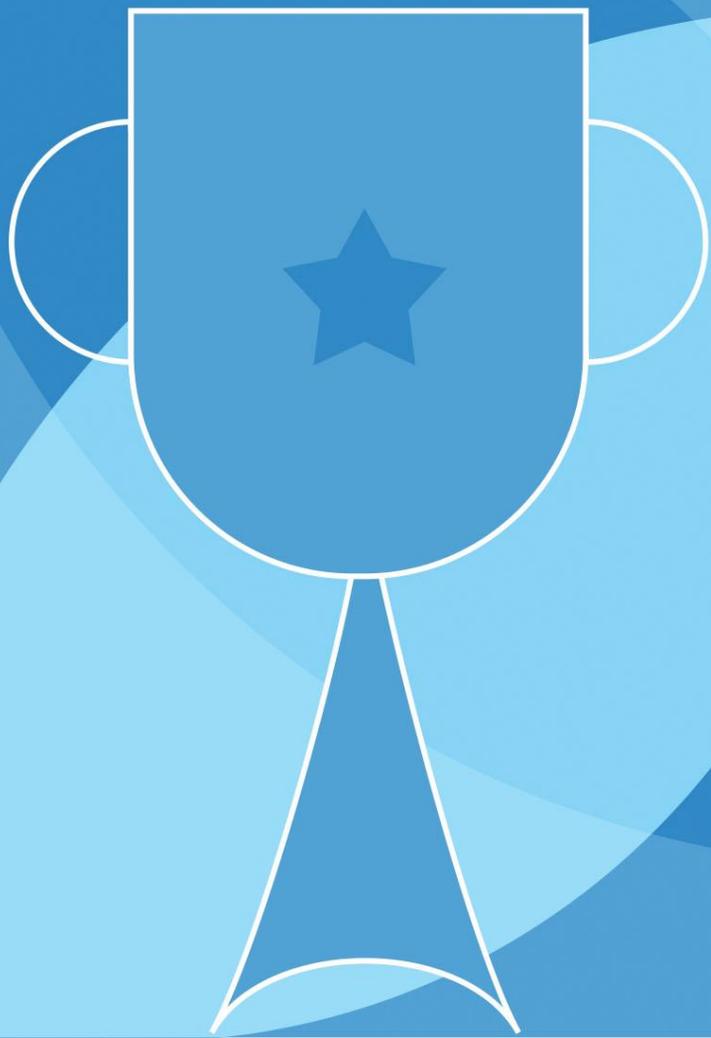
Tutte le scuole partecipanti hanno documentato e condiviso le loro esperienze di cambiamento, raccolte poi in un drive della rete condiviso. Si evidenzia una maggiore attenzione verso le relazioni generatrici di una comunità volta alla sostenibilità. I dati raccolti nel corso dell'anno scolastico 2022-2023 hanno restituito un ampio consenso: l'81,6% dei docenti ha affermato di essere riuscito a coinvolgere anche allievi con difficoltà di apprendimento e il 94,1% di loro ha percepito negli allievi cambiamenti positivi rispetto all'attenzione per la natura e una maggiore consapevolezza verso le proprie scelte alimentari, interiorizzando una maggiore cognizione del vivere sostenibile. Il 71,8% degli ha dichiarato di esserne stato ispirato nel fare scelte diverse a scuola e a casa, sperimentando nuovi alimenti salutari e adottando nuove abitudini virtuose.

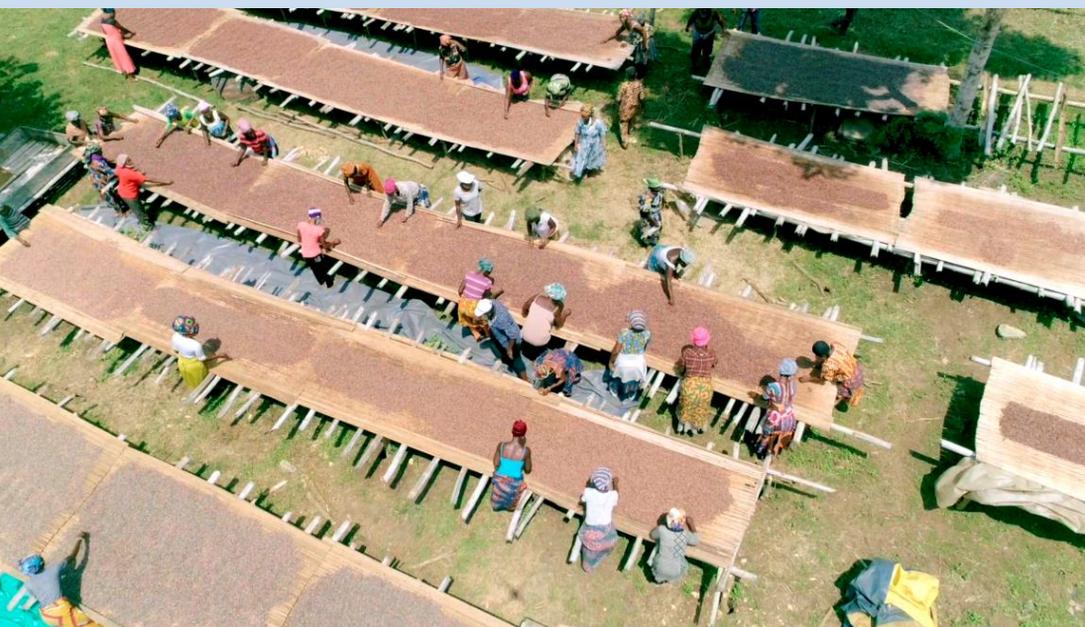
Scopri di più: [Presentazione](#)



AWARDS 2023

PERSONE





ESSELUNGA CACAO SOSTENIBILE

Entro il 2025 Esselunga utilizzerà il 100% di cacao equo-solidale per tutti i prodotti a marchio privato realizzati internamente o da fornitori terzi. Obiettivo è sostenere le comunità impegnate nella coltivazione del cacao, garantire qualità e trasparenza attraverso il tracciamento della materia prima, assicurando la tracciabilità fisica delle fave di cacao, dal campo allo scaffale, tramite tecnologia blockchain (con il supporto di Bext 360).

Esselunga si è avvalsa della collaborazione di Altromercato, principale realtà di Commercio Equo e Solidale in Italia e Gebana, suo partner in Togo. Fondamentale anche la generosità dei clienti Esselunga che, grazie ai punti Fidy, hanno permesso di raccogliere 560.000 euro, che si sommeranno a 575.000 euro stanziati da Esselunga per un investimento totale di 1.135.000 euro in 5 anni, da destinare a progetti in favore delle comunità locali, individuati tramite una need analysis. Il progetto è stato illustrato da BBC StoryWorks in un filmato.

ATTORI DELLA FILIERA COINVOLTI:

Esselunga, Altromercato, Gebana, fornitori, piccoli coltivatori locali.

FASI DI SVILUPPO:

Il progetto prevede 4 ambiti di intervento: sviluppo tecnico agricoltori e formazione; diversificazione raccolto; organizzazione delle fasi post raccolta; sviluppo tecnologico. 2018 – partenza progetto 2021 – lancio primi prodotti con cacao di filiera equosolidale 2025 – tutti i prodotti a marchio privato conterranno cacao equosolidale..

OBIETTIVI E TEMPISTICHE:

Entro il 2025 tutti i prodotti a marchio privato, realizzati dalle nostre produzioni o da fornitori terzi, conterranno cacao equosolidale e completamente tracciato tramite tecnologia blockchain. Il progetto si avvale di materia prima proveniente da diverse origini. Attualmente, Esselunga ha in corso un progetto etico in Togo.

RISULTATI OTTENUTI:

Sul piano etico sociale il progetto in Togo ha permesso: la formazione di nuovi agricoltori e produttori sulle buone pratiche agricole; l'implementazione di fonti alternative di guadagno; La creazione di siti per la gestione nelle fasi di post raccolta; la digitalizzazione dei dati relativi alla formazione e ai dati dei pagamenti dei produttori. Alla fine del 2022 sugli scaffali Esselunga già 50 degli 85 prodotti a marchio privato contiene cacao di filiera equosolidale.



INALPI INCLUSIONE LAVORATIVA

Progetto attuato in collaborazione con l'Associazione Papa Giovanni XXIII, per l'inclusione nel mondo del lavoro, di giovani profughi e ragazze vittime di tratta. Un percorso iniziato nel 2018, che ha ottenuto nel 2019 e nel 2022 il riconoscimento Welcome. Working for refugee integration assegnato da UNHCR - Agenzia ONU per i Rifugiati - alle piccole e medie imprese e alle organizzazioni della società civile per il loro impegno a favore dell'integrazione lavorativa dei rifugiati. Il progetto rappresenta un tangibile esempio della filosofia Inalpi che ritiene che fare impresa non debba significare solo fare profitto, ma voglia anche dire pensare al territorio in cui si opera quotidianamente, alla sua comunità, alle generazioni di domani, per costruire insieme un futuro. E' quindi importante creare opportunità anche per ragazzi che hanno avuto storie complesse alle spalle, nella convinzione che il lavoro sia dignità, riscatto e renda le persone libere

ATTORI DELLA FILIERA COINVOLTI:

I pilastri su cui si basa il protocollo di filiera Inalpi – sottoscritto da ogni conferitore - prendono in considerazione un'ampia gamma di argomenti e conseguenti comportamenti da adottare, che sono stati ampliati a favore di una crescente attenzione oltre che al benessere animale e alla sostenibilità ambientale, anche al controllo dei rapporti sociali perché vi sia tutela dei diritti umani e del lavoro e legalità nei contratti di lavoro

FASI DI SVILUPPO:

L'organizzazione di Moretta è particolarmente attenta alla creazione di nuove opportunità lavorative, impegno che declina sia attraverso un inserimento medio annuale di circa 40 lavoratori in apprendistato, che portando avanti un progetto di inclusione lavorativa – in collaborazione con l'associazione Papa Giovanni XXIII - che ha condotto negli ultimi 12 mesi all'inserimento, sempre in apprendistato, di 13 soggetti richiedenti o beneficiari di protezione

OBIETTIVI E TEMPISTICHE:

Gli obiettivi sono rappresentati dalla prosecuzione e dallo sviluppo del progetto realizzato in collaborazione con l'Associazione Papa Giovanni XXIII

RISULTATI OTTENUTI:

Negli ultimi 12 mesi è stato effettuato l'inserimento, sempre in apprendistato, di 13 soggetti richiedenti o beneficiari di protezione.



ICAM CIOCCOLATO ICAM UGANDA

Nel 2010 ICAM, nell'ottica di esportare il proprio bagaglio di conoscenze nel cuore dell'Africa e realizzare un importante progetto di sviluppo sul territorio, fonda in Uganda una propria società, ICAM Chocolate Uganda Ltd. Il progetto ha puntato sulla formazione dei coltivatori su tecniche agronomiche moderne e la condivisione di esperienze e best practice; la realizzazione di un centro organizzato di raccolta e lavorazione del cacao fresco. ICAM costruisce così a Bundibugyo il suo primo centro di lavorazione del cacao e, da allora, le attività della filiale ugandese si sono ampliate, con la costruzione nel 2011 e 2013 di due nuovi centri a Hoima e a Mukono. Oggi il cacao ugandese è un cacao d'altura particolarmente pregiato, apprezzato dal mercato, coltivato e lavorato in loco, garantendo così proprietà organolettiche uniche. Il progetto è stato volano dello sviluppo socio-economico del territorio e della comunità locale, superando così le difficoltà storiche e ambientali

ATTORI DELLA FILIERA COINVOLTI:

I coltivatori di cacao Ugandesi

FASI DI SVILUPPO:

Creazione del primo centro di raccolta nel 2010 e dei due successivi nel 2011 e nel 2013

OBIETTIVI E TEMPISTICHE:

Icam sta lavorando insieme ad altri partner internazionali a un progetto finalizzato a promuovere e implementare i sistemi agroforestali in Uganda (nel distretto di Bundibugyo) e ad aumentare ulteriormente le competenze degli agricoltori nell'applicazione delle buone pratiche agricole, per rendere il sistema produttivo resiliente ai cambiamenti climatici. Il progetto è al momento nella fase di studio

RISULTATI OTTENUTI:

Nel 2022, ICAM Chocolate Uganda L.t.d. ha impiegato 185 dipendenti, (di cui il 95% di età inferiore ai 50 anni), con un incremento del 24%. I lavoratori con un contratto a tempo indeterminato sono il 69%. Annualmente vengono inoltre impiegati lavoratori occasionali e stagionali, che supportano la Società nei picchi di attività per il trasporto del cacao dagli appezzamenti degli agricoltori alle strutture di ICAM; nel 2022 ICAM Chocolate Uganda si è avvalsa del supporto di 205 di questi lavoratori.

PER APPROFONDIRE:
[CLICCA QUI](#)



AWARDS 2023

AMBIENTE





PENNY ITALIA PIANETIAMO

La linea "Pianetiamo" è dedicata all'agricoltura verticale. La tecnologia aeroponica rappresenta la nuova frontiera in termini di agricoltura sostenibile, una coltivazione sospesa, fuori terra, in verticale, che salvaguarda e rispetta le risorse più preziose del nostro pianeta. In particolare, la produzione utilizza il 95% di acqua in meno, con zero pesticidi, ridotto utilizzo di suolo, in una filiera decisamente corta, tutta italiana. Inoltre, da un punto di vista organolettico queste insalate sono uniche a livello di gusto rispetto alle standard di IV GAMMA. Anche il packaging è sostenibile in quanto realizzato con il 90% di plastica riciclata. PENNY con questo ambizioso progetto si posiziona come prima e unica insegna in Italia con un marchio privato da vertical farming

OBIETTIVI E TEMPISTICHE:

Lo sviluppo della linea "Pianetiamo" ha l'obiettivo di ampliare l'offerta in frutta e verdura con una linea sostenibile amplificando il nostro impegno sul tema. Infatti, la marca privata per PENNY rappresenta un canale privilegiato attraverso il quale trasferire i valori dell'insegna. Inoltre con le referenze balsamica e piccantina offriamo prodotti più ricercati a livello gustativo dato che la tecnologia produttiva consente di differenziarsi rispetto alle insalate di IV gamma tradizionali. Le referenze sono a scaffale dal 3 luglio

ATTORI DELLA FILIERA COINVOLTI:

Fornitore, acquisti, marketing, qualità Penny.

FASI DI SVILUPPO:

Concept di linea, valutazione fornitori, assaggio, audit, sviluppo brand & packaging design, stampa, produzione, confezionamento, distribuzione ai cedi e pdv, lancio e comunicazione a negozio.

RISULTATI OTTENUTI:

Non sono disponibili dati di vendita consolidati per articolo essendo stati distribuiti da pochi giorni nei nostri punti di vendita.



EURO COMPANY RIFRUTTA

RIFRUTTA è il progetto Euro Company contro lo spreco di risorse, che valorizza materie prime di eccellenza. Ogni anno nel mondo vengono prodotte circa 4 milioni di tonnellate di cibo. Di queste, più di 1/3 vengono sprecate: buttate nei rifiuti o lasciate scadere senza essere utilizzate. Le conseguenze si ripercuotono sulla società e sull'ambiente, perché continuano ad essere usate energie per produrre alimenti che non verranno mai consumati. Come Euro Company abbiamo voluto dare il nostro contributo, e abbiamo scelto di farlo con il progetto RIFRUTTA, che segue la "regola 3R" dell'economia circolare: Riduco, Riutilizzo, Riciclo con l'obiettivo di valorizzare al massimo le nostre risorse

ATTORI DELLA FILIERA COINVOLTI:

R&D Euro Company, Euro Company Marketing e produzione, Produttore esterno locale, Fondazione Banco Alimentare Emilia-Romagna ONLUS, Collaboratori Euro Company

OBIETTIVI E TEMPISTICHE:

La lotta allo spreco alimentare e la valorizzazione delle nostre risorse e materie prime di eccellenza. Il progetto Rifrutta è nato nel 2021 con l'ideazione delle conserve di frutta essiccata, prosegue nel 2023 con le creme di frutta secca e proseguirà anche per il prossimo triennio

RISULTATI OTTENUTI:

Oltre una tonnellata di materia prima salvata, recuperata e donata sotto una nuova forma. Produzione di oltre 7.000 vasetti tra conserve di frutta essiccata e creme di frutta secca

FASI DI SVILUPPO:

Nel 2021 abbiamo dato vita al progetto, andando alla ricerca di un produttore locale con i nostri stessi valori, che ci aiutasse a trasformare le nostre materie prime qualitativamente perfette, che tuttavia per le logiche del mercato sarebbero rimaste inutilizzate. Grazie all'incontro con un produttore romagnolo è stata data nuova forma a due materie prime straordinarie e abbiamo realizzato due prodotti unici: le conserve di frutta essiccata in vasetto da 250 grammi. Attraverso un'accurata lavorazione artigianale di arance e prugne essiccate che ne ha rinnovato il ciclo di vita, sono nate le preziose conserve Rifrutta: Arance Caramellate e Prugne Sciropate. Prodotti di eccellente qualità, pensati appositamente per essere donati in esclusiva alla Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna Onlus e a tutti i collaboratori di Euro Company. Oltre una tonnellata di materia prima coinvolta nel progetto, tra arance, prugne essiccate e zucchero di foresta biologico, per dare vita alla produzione di oltre 5.000 vasetti di conserve. Di queste, circa 4.000, donati nel febbraio 2022 alla Fondazione Banco Alimentare Emilia Romagna Onlus, per un valore di oltre 25.000 euro. La Fondazione si è poi impegnata nella distribuzione a 29 organizzazioni benefiche convenzionate, dislocate nel territorio, da Bologna a Rimini passando per Faenza, Imola, Cesena e i piccoli centri come Codigoro (FE) e Savignano sul Rubicone(FC). La lotta allo spreco alimentare in Euro Company non si è mai fermata. A gennaio 2023 abbiamo scelto di rinnovare il progetto RIFRUTTA questa volta dando nuova forma alla nostra eccellente frutta secca, non conforme a standard estetici o dimensionali, che le logiche del mercato avrebbero scartato. Abbiamo quindi ricettato e prodotto internamente - con eccellente materia prima che sarebbe rimasta inutilizzata e/o filtrata tramite vibrovaglio - la crema Rifrutta 100% frutta secca: attraverso una selezione di anacardi, nocciole, mandorle e pinoli che sono state accuratamente rilavorati e macinati fino a divenire una crema spalmabile 100% frutta secca (oltre 331 kg di materia prima di scarto coinvolta, per produrre circa 2.000 vasetti da 175 grammi). Le creme Rifrutta sono state, in prima fase, distribuite a tutti i collaboratori Euro Company a fine giugno 2023



COCA-COLA HBC ITALIA CCH CIRCULAT PET, RIDIAMO FORMA AL FUTURO

Nel 2022 abbiamo inaugurato lo stabilimento di CCH CircularPET di Gaglianico (Biella) che, da fabbrica dimessa, grazie a un investimento di oltre 30 milioni di euro completamente autofinanziato, il più grande del Gruppo Coca-Cola HBC, è stato reso un polo all'avanguardia nell'ambito dell'economia circolare. Il sito, alimentato al 100% con energia da fonti rinnovabili, grazie a tecnologie all'avanguardia è capace di trasformare il PET in nuove preforme in 100% PET riciclato (rPET). Le preforme, simili per forma a delle provette, vengono spedite negli stabilimenti produttivi dove, una volta soffiate, diventeranno bottiglie in 100% rPET per tutte le nostre bibite in Italia. Secondo uno studio LCA certificato da enti terzi, nella produzione della preforma in rPET nel nostro stabilimento di Gaglianico si riducono le emissioni di CO2 del 70% rispetto alla produzione della stessa preforma in PET vergine in altro stabilimento

ATTORI DELLA FILIERA COINVOLTI:

Lo stabilimento acquista direttamente da fornitori esterni i frammenti di plastica riciclata, non ancora idonea al consumo alimentare. HUSKI è il fornitore della tecnologia che anima lo stabilimento. Attraverso trasportatori esterni, le preforme prodotte a Gaglianico vengono portate negli stabilimenti. Agenzia Piemonte Lavoro ha supportato nell'individuazione del personale. Contatto e supporto costante da parte delle istituzioni locali (Comune, Regione)

PER APPROFONDIRE:
[CLICCA QUI](#)

FASI DI SVILUPPO:

I frammenti di plastica che arrivano in stabilimento (chiamati Hot Washed Flakes) vengono analizzati e poi separati da eventuali corpi estranei, cerniti e trasferiti in appositi silos. Al momento della lavorazione, il materiale viene portato dallo stato solido allo stato liquido, decontaminato da potenziali impurità e reso idoneo all'uso alimentare. Il PET decontaminato viene trasformato in fili e tagliato in piccoli pezzetti, chiamati anche "resina di PET". La resina viene fusa e iniettata in un uno stampo dove diventa la preforma. Le preforme vengono infine portate negli stabilimenti di imbottigliamento di Coca-Cola HBC Italia, dove vengono soffiate per diventare bottiglie in 100% PET riciclato. Le preforme occupano molto meno spazio rispetto a delle bottiglie già formate: ottimizzando i trasporti, in questo modo, si diminuisce ulteriormente l'impatto ambientale

OBIETTIVI E TEMPISTICHE:

Lo stabilimento è già in funzione e pienamente operativo. Questa estate ha pure ricevuto il via libera dell'Autorità Europea per la Sicurezza Alimentare per lavorare direttamente i frammenti di PET riciclato per renderli idonei all'uso alimentare, dando una seconda vita a questo prezioso materiale

RISULTATI OTTENUTI:

Ogni anno riusciamo a trasformare 30 mila tonnellate di plastica riciclata in nuove preforme in rPET. Questo ci ha consentito di usare in tutto il territorio italiano bottiglie di plastica riciclata prodotte nel nostro stabilimento di Gaglianico



AWARDS 2023

VOTA ANCHE TU!

[Clicca qui](#)

per esprimere un voto i
progetti FINALISTI

