



Unilever sceglie il trasporto “green” e affida a Trenitalia i suoi gelati Algida

Meno camion sulle strade, più aria pulita e maggiore convenienza

Può un semplice gelato contribuire allo sviluppo sostenibile del nostro Paese? Secondo Unilever e Trenitalia (Gruppo FS Italiane) la risposta è affermativa. Green Express è un progetto innovativo che pone l'Italia all'avanguardia: per la prima volta in Europa, il treno trasporterà uno dei simboli dell'Italian style, il gelato.

Unilever e Trenitalia, sotto l'egida del Ministero dell'Ambiente, hanno infatti deciso di 'cambiare le regole del gioco' creando un'alleanza che dà nuovo impulso al trasporto merci su rotaia. Un modello di collaborazione che pone il treno e il trasporto su rotaia al centro di un modello sostenibile di logistica integrata finalizzato alla riduzione delle emissioni di CO2 nel nostro Paese.

Dal 5 luglio, infatti, il servizio dedicato consente di utilizzare il treno come vettore principale per il trasporto dei gelati Algida prodotti da Unilever nella fabbrica di Caivano (NA) all'hub logistico di Parma, distante circa 700 chilometri. La scelta dell'attuale servizio, con una frequenza di 3 coppie di treni andata e ritorno, consente di togliere dalla strada ogni anno circa 3.500 camion e di evitare di rilasciare in atmosfera ogni anno oltre 2.600 tonnellate di CO2 (-76,4% rispetto al trasporto effettuato solo su gomma), pari all'assorbimento di circa 260mila alberi in un anno. Inoltre, il trasporto ferroviario consente, oltre alla riduzione dell'incidentalità dovuta al traffico veicolare, anche un risparmio energetico annuale di oltre 40milioni di MJ (-75,1% rispetto al trasporto effettuato solo su gomma), pari al fabbisogno annuale di circa 4.200 famiglie medie italiane.

Il progetto Green Express non 'viaggia' da solo, ma anzi è uno dei progetti che si inseriscono nel Sustainable Living Plan di Unilever, il piano con il quale Unilever punta, entro il 2020, a raddoppiare il proprio volume d'affari dimezzando al contempo il proprio impatto ambientale e aumentando quello sociale. La riduzione dell'impatto ambientale di tutte le proprie attività si misura attraverso obiettivi di riduzione di CO2, di utilizzo dell'acqua e di produzione dei rifiuti che l'azienda si è data nel 2010, considerando l'intero ciclo di vita del prodotto: dall'approvvigionamento sostenibile delle materie prime, alla produzione e al trasporto, fino ad arrivare al momento di consumo e al fine vita.

“Con questo progetto contribuiamo in maniera significativa alla riduzione della CO2 delle nostre attività in Italia e stimiamo che otterremo anche una riduzione importante dei costi di



trasporto: un risparmio annuale del 6% e un ritorno dell'investimento in 5 anni. La sostenibilità ambientale oggi deve essere considerata dall'impresa come l'unica strategia possibile per lo sviluppo economico di lungo periodo" ha affermato Angelo Trocchia, Amministratore Delegato di Unilever Italia. "Dal lancio del nostro Piano di Sostenibilità ad oggi il fatturato globale è infatti aumentato di 11 miliardi di euro. Contemporaneamente sono stati risparmiati in tutto il mondo 100.000.000 di euro di energia, 186.000.000 di materiali, 17.000.000 di euro per l'acqua e 10.000.000 per i rifiuti. Questi risparmi economici hanno chiaramente un corrispettivo in termini di riduzione dell'impronta ecologica aziendale con obiettivi di grande impatto per il 2020: -50% di CO2, - 65% di utilizzo di acqua, -80% di produzione di rifiuti e questo testimonia che si può aumentare il fatturato senza impattare sull'ambiente" ha proseguito Trocchia.

Per l'Italia, i numeri di Unilever sono altrettanto significativi: dal 2010 ad oggi abbiamo ridotto le emissioni di CO2 di 33.423 tonnellate, risparmiato 255.000 litri di acqua e raggiunto lo zero waste to landfill, ovvero la piena applicazione delle 3R: riciclo, riutilizzo e riuso senza mandare più nulla in discarica.

"Si tratta di un'iniziativa importante per il nostro Paese, di un punto di snodo decisivo per il nostro sistema dei trasporti", ha dichiarato Mario Castaldo, Direttore della Divisione Cargo di Trenitalia. "Per ogni tonnellata trasportata, le emissioni generate da un camion euro5 (il più 'ecologico') sono oltre tre volte quelle del treno. La scelta del treno è quindi quella più sostenibile". "Questa nuova iniziativa – ha continuato Mario Castaldo – costituisce un esempio molto positivo per tutte le aziende che producono nel nostro Paese. Se le aziende infatti puntassero ad un sistema di trasporto intermodale basato sulla rotaia, i benefici sarebbero notevoli per tutti e si ridurrebbe notevolmente l'inquinamento atmosferico in Italia. Ci auguriamo perciò che questo esempio positivo sia seguito da altre aziende".

Il nostro Paese, però, nel trasporto merci su rotaia è fanalino di coda in Europa. Ma questa iniziativa può dare una svolta decisiva convincendo altre aziende a 'convertirsi' alla rotaia.



Notizie su Unilever

Unilever lavora per creare un futuro migliore ogni giorno, stimolando i consumatori a fare piccole azioni quotidiane che, unite, possono fare una grande differenza per il mondo.

Attraverso i propri marchi e prodotti, aiuta le persone a sentirsi bene, ad avere un bell'aspetto ed una vita più piacevole. Entro il 2020 Unilever ambisce a raddoppiare il proprio volume d'affari dimezzando contemporaneamente l'impatto ambientale e approvvigionandosi al 100% di materie prime sostenibili. Da quattordici anni consecutivi Unilever figura prima nel Dow Jones Sustainability World Indexes.

Unilever è una delle principali aziende mondiali di beni di largo consumo, radicata in oltre 190 Paesi in tutto il mondo, i suoi marchi sono utilizzati da più di due miliardi di persone ogni giorno. Il portafoglio comprende alcuni tra i marchi più conosciuti ed amati al mondo, tra cui 12 da oltre 1 miliardo di €, nonché la leadership globale in molte categorie nelle quali opera.

Il portafoglio Italiano include marchi come Algida, Knorr, Calvé, Lipton, Dove, Svelto, Cif, Lysoform, Mentadent, Sunsilk, Fissan e tanti altri.

L'Azienda si è classificata come miglior posto di lavoro in molte delle nazioni in cui è presente ed è considerata tra le aziende leader per innovazione. Unilever impiega circa 171.000 persone in quasi 100 Paesi e ha generato un fatturato di € 50 miliardi nel 2012.

Per ulteriori informazioni su Unilever e i suoi marchi potete visitare il sito www.unilever.it

Unilever

Carla Sangiorgio, *Media Relations Manager*

Carla.Sangiorgio@unilever.com

Tel 06.54492808