



Mediemeddelande
21.11.2019

100 % av Fazers konfektyrförpackningar kan återvinnas – nya återvinningsanvisningar på omslagen underlättar sorteringen

Behovet av att vidta åtgärder för att motverka klimatförändringarna, bevara den biologiska mångfalden och tackla andra miljöproblem blir allt större. Fazer har förbundit sig att fortsätta att skapa hållbara lösningar till förmån för människan och miljön, och i detta har förpackningarna en egen roll. Allt material som används i Fazers konfektyr- och kexförpackningar kan återvinnas och utnyttjas i allt större omfattning. Förpackningspåskrifterna uppdateras från och med början av 2020 för att underlätta sorteringen ytterligare.

Det globala livsmedelssystemet har en avsevärd inverkan på klimatet och därför är det viktigt att utveckla systemet i en mer hållbar riktning. Fazer deltar i detta arbete – tillsammans med kunder, samarbetspartner, leverantörer och forskarvärlden. Som konkreta åtgärder inom konfektyrverksamheten innebär detta att Fazer fokuserar på att minska matsvinnet, utveckla förpackningarna ur hållbarhetsperspektiv och öka användningen av växtbaserade råvaror i sina produkter. Exempel på dessa åtgärder är bland annat lanseringen svinggodispåsen Mumsiga Missar i oktober 2019, minskningen av mängden plast i Tutti Frutti- och Remix-godispåsarna och receptändringarna som har gjort flera produkter veganska, till exempel godisklassikern Pihlaja. Fazer uppmanar konsumenterna att hantera förpackningarna på ett hållbart sätt även efter att de avnjutit själva produkterna och förnyar därför sorteringsanvisningarna från och med början av 2020.

Ändamålsenligt materialval möjliggör återvinning

Förpackningens uppgift är att skydda produkten. Rätt slags förpackning skyddar konfektyrprodukter till exempel från att torka, skadas eller förlora smak. Då en produkt är rätt förpackad i en förpackning av rätt storlek håller den bättre och svinet minskar, eftersom hela produkten konsumeras. Miljöpåverkan från ett livsmedel som kastas bort är alltid större än miljöpåverkan från förpackningen. Plast är tills vidare det förpackningsmaterial som ger produkten bäst skydd när det gäller till exempel fruktgodis i påse. Men genom utveckling av förpackningen har man lyckats minska mängden plast som använts i Remix- och Tutti Frutti-påsarna.

Ett exempel på ett ändamålsenligt materialval är att pralinomslagen numera består av PET-plast i stället för cellofan, som användes tidigare. Cellofan sorteras som blandavfall, medan plastomslag kan återvinnas. Cellofan lämpar



sig inte heller lika bra som plast i de kalla och torra förhållandena i norr, och därför håller produkterna nu ännu bättre än tidigare.

Nya påskrifter underlättar sorteringen

Förpackningen för varje enskild Fazer-produkt är planerad så att materialanvändningen är ändamålsenlig med tanke på både minskat matsvinn och förpackningens återvinningsgrad. Alla Fazers tomma konfektyr- och chokladoslag kan sorteras för återvinning som kartong, metall eller plast. Från och med början av 2020 uppdateras omslagen med nya, tydliga sorteringsanvisningar.

”För oss är det ytterst viktigt att vidta åtgärder som främjar cirkulär ekonomi. Utöver att utveckla vår egen verksamhet vill vi göra avfallssorteringen i hemmen så enkel som möjligt. När tomma förpackningar och omslag sorteras rätt kan råvaran i dem återanvändas”, säger **Nathalie Ahlström**, VD för Fazer Konfektyr och expert inom förpackningssektorn.

Ytterligare information:

Liisa Eerola, kommunikationsdirektör, Fazer Finland, tfn +358 44 710 8860
E-postadresserna på Fazer har formen fornamn.efternamn@fazer.com

Kuvia: www.fazergroup.com – Media – Bildbank – Media_Press – Finland - Lajittelumerkinnät

Fazer-koncernen

1891 öppnade den unge Karl Fazer sitt första konditori, med en mission att skapa mat med mening – och en passion för att skapa stunder av glädje för alla människor runt omkring honom. Detta är Northern Magic. Made Real. I dag är Fazer ett internationellt familjeägt företag som erbjuder bageri-, konfektyr-, kex- och spannmålsprodukter, växtbaserade måltider, mjölkfria produkter och on-the-go-mat och -dryck samt måltids- och café-tjänster av hög kvalitet. Koncernen har egen verksamhet i nio länder och export till cirka 40 länder. Fazers framgång grundar sig på Karl Fazers vision, värderingar och kreativitet: bästa kvalitet i produkter och tjänster, populära varumärken, kunniga medarbetares engagemang och företagets ansvarsfulla sätt att arbeta. Fazer-koncernens omsättning 2018 uppgick till 1,6 miljarder euro och antalet anställda till över 15 000. Fazers verksamhet följer etiska principer som baserar sig på koncernens värderingar och FN-initiativet Global Compact.

Northern Magic. Made Real.