



Granarolo nel segno della sostenibilità: il vasetto della gamma yogurt Yomo Intero passa da plastica a carta 100% riciclabile

Oggi sono 66 milioni di vasetti/anno che diventano di carta, entro il 2023 si arriverà a 165 milioni di vasetti (-738 tonnellate di plastica/anno)

Bologna, 3 giugno 2021 – Granarolo S.p.A. annuncia un'importante novità in fatto di packaging nel segno dell'innovazione e della sostenibilità: la conversione di tutta la gamma Yomo intero 125gx2 dal vasetto di plastica a quello di carta 100% riciclabile certificata PEFC, utilizzando materia prima da foreste gestite in maniera sostenibile e da fonti controllate. È una nuova tappa in fatto di materiali alternativi, una carta con una propria filiera di riciclo.

Le nuove confezioni, disponibili a partire dal 26 maggio, coinvolgono tutte le 18 referenze della gamma Yomo Intero: bianco, fragola, agrumi, caffè, ciliegia, mirtillo, frutti di bosco, albicocca, banana, ananas, malto, biscotto, miele, vaniglia stracciatella, cocco, pistacchio e nocciola.

Lo storico marchio Yomo, lo yogurt italiano dal 1947, che utilizza solo latte 100% italiano della filiera Granarolo, prosegue il suo percorso di rilancio proponendosi anche come il **brand della sostenibilità, oltre che dell'italianità e naturalità**. Fino a oggi, il mondo dello yogurt è stato legato e condizionato dal vasetto di polistirene (PS), che non ha una sua filiera di riciclo, pur essendo conferito nella plastica. Il passaggio della gamma Yomo Intero al vasetto di carta rappresenta la risposta di Granarolo all'obiettivo di ridurre in modo significativo la quantità di plastica utilizzata per il proprio packaging, in coerenza con il piano di sostenibilità redatto avendo come riferimento il Goal 12 dell'Agenda 2030.

Attualmente sono passati alla carta 66 milioni di vasetti/anno. L'obiettivo del Gruppo Granarolo è quello di convertire alla carta tutta la produzione yogurt Yomo Intero e Magro, ovvero 165 milioni di vasetti, entro il 2023, con un risparmio di plastica previsto di 738tons/anno. Per raggiungere questo traguardo, a settembre 2021 il passaggio alla carta coinvolgerà anche tutte le confezioni della linea Yomo Intero 125x4 e Yomo Magro 125x2.

Il nuovo packaging non è l'unica novità al centro del rilancio della linea Yomo:

- **una nuova veste grafica a scaffale**, con una maggior focalizzazione al centro del brand, e maggiore evidenza sull'italianità del latte di filiera, la naturalità degli ingredienti e la specificità di ogni gusto. Lo storytelling unico e distintivo di Yomo coinvolgerà ogni parte del pack, compresa la capsula, con informazioni per il consumatore direttamente nel momento del consumo.
- **Una ricetta migliorata per essere più cremosa con solo ingredienti naturali**: alle classiche *Ricette originali di Yomo* (bianco naturale, caffè, biscotto ai 4 cereali, malto e miele) e *Ricette golose di Yomo* (cocco, nocciole, vaniglia, pistacchio e stracciatella) si affiancano le formulazioni rinnovate con solo ingredienti naturali alla frutta, ancora più cremose (fragola, mirtillo neri, frutti di bosco, agrumi di Sicilia, albicocca, banana, ananas, ciliegia e amarena).

Le novità di prodotto si inseriscono nel contesto del piano di rilancio di Yomo per il 2021 e saranno sostenute da un'importante **campagna di comunicazione multimediale**, che utilizzerà diversi *touchpoint*, tra i quali un **nuovo spot tv e radio**, un **ricca campagna digital** che coinvolgerà i principali social media e canali web



con diversi formati (display, banner, skin) e un **piano di supporto con diverse azioni sul punto vendita** in via di definizione.

Grazie alle confezioni rispettose dell'ambiente, la linea Yomo Intero in vasetto di carta è in coerenza con #bontàresponsabile, il piano strategico di lungo periodo che, agendo sulla leva dell'innovazione, focalizza l'impegno del Gruppo sui temi della sostenibilità per l'oggi e per il futuro, in linea con il percorso intrapreso dal Piano di Sostenibilità triennale promosso nel 2018 e in coerenza con il Goal 12° "Consumo e Produzione Responsabili" dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite. Il marchio #bontàresponsabile è anche un segno grafico rappresentato su tutte le confezioni della nuova gamma: un quadrifoglio costruito facendo perno sulla "G" del logo Granarolo dove ogni foglia identifica uno dei 4 pilastri della sostenibilità Granarolo.

1. Qualità garantita di filiera italiana del latte

La distintività e unicità della filiera Granarolo, la più grande d'Italia, totalmente presidiata e controllata sin dalla stalla: italiana, perché il latte è degli oltre 600 soci-allevatori presenti in 12 regioni italiane, e garantita, perché ogni anno vengono effettuati 500mila controlli su tutta la filiera per verificare ogni fase di produzione e trasformazione.

2. Benessere animale certificato

Più benessere animale alla stalla anche lavorando sulla riduzione dell'impatto ambientale: i soci-allevatori saranno sempre più parte attiva del cambiamento avviato. Tutte le stalle del Gruppo, certificate sul benessere animale tra il 2018 e il 2019, hanno elevato ulteriormente, nel corso del 2020, i punteggi minimi richiesti da Granarolo. E nuovi traguardi di sostenibilità si sono posti per il 2021.

3. Progetti di sostegno per comunità vicine e lontane

L'attenzione di Granarolo verso le comunità e i territori per dare risposte a bisogni concreti, anche uscendo dai confini nazionali. Ne sono un esempio **Allattami – La Banca del Latte Umano Donato di Bologna**, in collaborazione con il Policlinico di S. Orsola di Bologna (www.allattami.org), **Africa Milk Project** in Tanzania (<https://www.gruppogranarolo.it/il-nostro-impegno/i-progetti-per-la-comunita/africa-milk-project>) e **AfricHand Project** in Mozambico (www.gruppogranarolo.it/il-nostro-impegno/i-progetti-per-la-comunita/africhand-project), in collaborazione con CEFA onlus.

4. Riduzione di plastica, CO₂ e sprechi alimentari

La sostenibilità del packaging rappresenta per il Gruppo un valore importante e un percorso di miglioramento continuo delle prestazioni ambientali, specifico per ogni tipo di materiale e prodotto, e risparmierà all'ambiente l'immissione di 3.787t di CO₂ in 4 anni (piano 2018-2021, più o meno quel che serve all'illuminazione annua di una città di 54.726 abitanti). La strategia è basata sulla riduzione del peso degli imballaggi primari e secondari, l'utilizzo di plastica riciclabile e riciclata e di materiali alternativi alla plastica. In parallelo, per ridurre gli sprechi, Granarolo sta lavorando sull'aumento della *shelf life* dei prodotti, sul recupero degli imballaggi del latte reso da mercato, sulla veicolazione dei resi da piattaforma a persone in difficoltà.

Gruppo Granarolo

Il Gruppo Granarolo comprende due realtà diverse e sinergiche: una cooperativa di produttori di latte - Granlatte - che opera nel settore agricolo e raccoglie la materia prima - e una società per azioni - Granarolo S.p.A. - che trasforma e



commercializza il prodotto finito e conta 12 siti produttivi dislocati sul territorio nazionale, 2 siti produttivi in Francia, 3 in Brasile, 1 in Nuova Zelanda, 1 nel Regno Unito ed 1 in Germania.

Il Gruppo Granarolo rappresenta la più importante filiera italiana del latte direttamente partecipata da produttori associati in forma cooperativa. Riunisce infatti oltre 600 allevatori produttori di latte, un'organizzazione di raccolta della materia prima alla stalla con 70 mezzi, 720 automezzi per la distribuzione, che movimentano 850 mila tonnellate/anno e servono quotidianamente circa 50 mila punti vendita presso i quali 20 milioni di famiglie italiane acquistano prodotti Granarolo.

La missione del Gruppo all'estero è di esportare la tradizione di prodotti Made in Italy. Il Gruppo si avvale di controlli qualità esterni svolti da enti di certificazione internazionale qualificati e garantiti dall'International Food Standard (IFS), dal British Retail Consortium (BRC) e dall'EU Organic Food Certification (CCPB). Dal 2002, il processo produttivo è certificato dal sistema di gestione qualità ISO 9001.

Il Gruppo Granarolo conta 2.454 dipendenti al 31/12/2020. Il 77,48% del Gruppo è controllato dal Consorzio Granlatte, il 19,78% da Intesa Sanpaolo, il restante 2,74% da Cooperlat.

Nel 2020 il Gruppo ha realizzato un fatturato di 1.280 milioni di Euro.

www.gruppogranarolo.it

Comunicazione, Relazioni Esterne e CSR Granarolo S.p.A.

Myriam Finocchiaro

Tel +39 051 4162417

Mobile +39 348 7124967

myriam.finocchiaro@granarolo.it

Tommaso Simili

Tel +39 051 4162652

Mobile +39 338 6912491

tommaso.simili@granarolo.it

Media Relations

True Relazioni Pubbliche

Carlo Prato

Tel: +39 02-76341410

Mobile: +39 335 6506483

c.prato@true-rp.it

Federica Menichino

Tel 39 02-76341410

Mobile + +39 349 6976982

f.menichino@true-rp.it