

Roll'eat lidera la lucha contra el plástico de un solo uso con más de 10 millones de unidades de producto vendidas internacionalmente

Noticias 24hs | 10-07-2024 | 14:35



Meritxell Hernández, CEO y fundadora de Roll'eat

"Nos encontramos en una nueva era que podemos denominar como la 'eco-innovación', un momento en el que la ecología se sitúa en el centro de la conversación en la industria", explica Meritxell Hernández, CEO y fundadora de Roll'eat

En un contexto en que la preservación del planeta está al orden del día, los productos zero waste cobran fuerza en los nuevos hábitos de consumo para luchar contra los plásticos de un solo uso. Esta es la premisa de Roll'eat, una empresa con sede española que se dedica al diseño y producción de envoltorios sostenibles, reutilizables e innovadores para alimentos.

Desde su fundación en 2006, la empresa con sede en Barcelona ha vendido más de 10 millones de unidades de producto. Sus colecciones están conformadas por el Snack'n'Go, Grab'n'Go, Eat'n'Out y la estrella de las ventas, el porta bocadillos, Boc'n'Roll.

Y es que el auge de la filosofía del residuo cero se ha visto reflejado en que tanto empresas como consumidores ya apuestan por la eliminación de plásticos de un solo uso y optan por alternativas como los materiales sostenibles que, al ser reutilizables y resistentes, permiten ahorrar una gran cantidad de residuos durante todo el ciclo de vida del producto.

¿Entramos así en una nueva era que podemos denominar como la 'eco-innovación', un momento en el que la ecología se sitúa en el centro de la conversación en la industria?, explica Meritxell Hernández, CEO y fundadora de Roll'eat.

Roll'eat está presente en más de 25 países de Europa, Asia y América. Además, la fundadora

indica que cada año cierran numerosas colaboraciones con administraciones públicas de todo el territorio nacional. ¿Este comportamiento nos muestra que la concienciación sobre la preservación del medioambiente está empezando a calar entre la sociedad, así como entre los gobiernos autonómicos y municipales?, explica Hernández, que también reconoce que ¿aún queda un largo camino por recorrer?.

Tendencias en el packaging de alimentos

En los últimos años, el mundo del packaging ha apostado fuertemente por la sostenibilidad y un mayor nivel de personalización.

¿La sostenibilidad sigue siendo la piedra angular del packaging. Cada vez son más los consumidores conscientes por el daño irreparable que está sufriendo el medio natural y quieren, con sus acciones, aportar su granito de arena contra el cambio?, comenta la CEO de Roll?eat.

Así, en aras de ofrecer un producto que se adapte mejor al consumidor, los envases personalizados con nombres o mensajes específicos, permiten establecer una conexión emocional con el comprador final, convirtiendo la personalización en un aspecto clave y definitivo para el éxito.

Desde Roll?eat trabajan con diseños personalizables como regalos para empresas. ¿Se trata de una forma de sumarse a la tendencia ¿Zero Waste?, posicionando a la marca como eco-responsable, diferenciándola del resto y apostando por la sostenibilidad, durabilidad y el ahorro familiar?, concluye.

Autor: Redacción