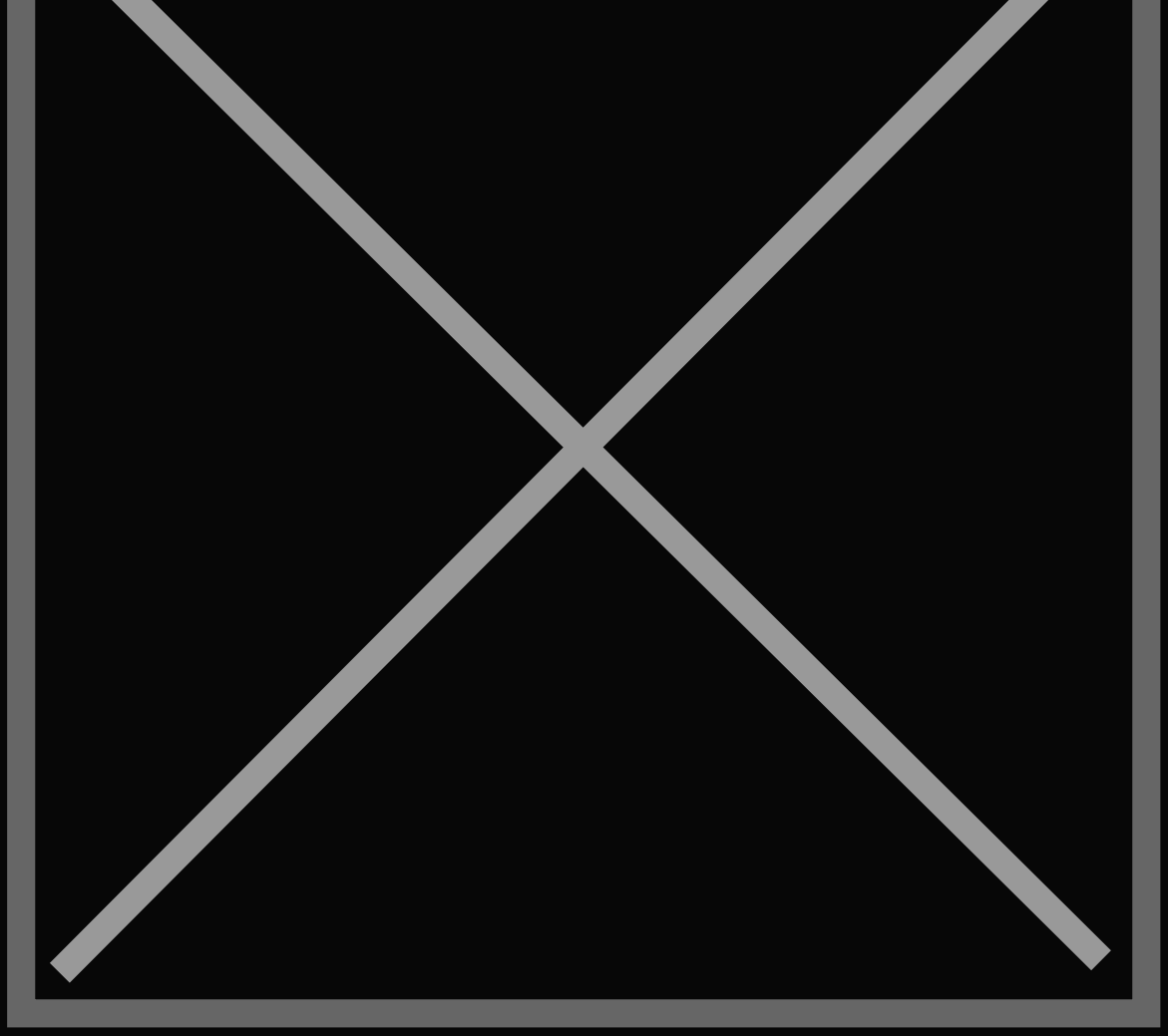
World Water Day, Brita lancia la Borraccia Filtrante

brita-borraccia-filtrante-0b9c169b

In occasione della Giornata Mondiale dell'Acqua, **Brita** lancia la **Borraccia Filtrante**: un ulteriore strumento per **bere acqua in modo sostenibile**, obiettivo che da oltre 50 anni guida l'azienda che ha inventato le caraffe filtranti.

Nonostante la crescente attenzione ai temi della lotta alla plastica, tra il 2009 e il 2019 il volume delle vendite di acque minerali imbottigliate in plastica è più che raddoppiato, secondo i dati Ismea rilasciati a giugno 2020. Se durante il periodo pandemico si è abbassato drasticamente il consumo di bottigliette d'acqua legato ai pasti fuori casa, nella GDO il volume delle vendite è aumentato del 2% come rilevato dal Report Euromonitor 2020, evidenziando la forte abitudine in Italia al consumo di acqua in bottiglia: bevono acqua minerale naturale 9 italiani su 10 (90,3%) secondo una ricerca Censis.

La Borraccia Filtrante di Brita è frutto del costante impegno nel promuovere un **cambio di abitudini delle persone nel consumo d'acqua**. Disponibile in tre colorazioni - Pink, Blue e Lime - la Borraccia Filtrante consente di avere sempre con sé e on-the-go 600 ml di acqua filtrata con la tecnologia Brita, un'alternativa sicura e sostenibile alla bottiglietta in plastica. Il nuovo prodotto arricchisce il portafoglio delle soluzioni di filtrazione domestiche dell'azienda, costituito dalle caraffe filtranti e dal sistema filtrante Brita On Tap da installare direttamente sul rubinetto di casa. Un'alternativa sostenibile per un consumo d'acqua più consapevole e rispettoso dell'ambiente, sia fra le mura domestiche che fuori.



La Borraccia

Filtrante Brita sfrutta l'innovativa tecnologia di filtrazione Pure Taste di MicroDisc: un disco filtrante costituito da carboni attivi naturali compressi provenienti dalle noci di cocco che assicurano un gusto puro e fresco. I dischi filtranti Brita MicroDisc riducono cloro e altre sostanze che possono alterare il sapore dell'acqua di rubinetto, macroparticelle, pesticidi ed erbicidi, se presenti.

#MessageInABottle è la campagna di digital PR pensata da Brita per promuovere l'abbandono della plastica monouso in occasione del lancio della Borraccia Filtrante. Perché per cambiare le abitudini nel consumo dell'acqua serve offrire prodotti innovativi e rispettosi dell'ambiente, ma anche attività di sensibilizzazione sull'impatto del consumo della plastica e dunque sui benefici che derivano dall'adozione di soluzioni sostenibili.
Una squad di influencer appositamente selezionata contribuirà a diffondere il messaggio di Brita a difesa dell'ambiente, raccontando alle rispettive community la nuova soluzione per bere acqua buona

in casa e fuori casa e parlerà alle generazioni Z e Millennials mostrando i propri addii alla plastica tramite la dinamica del "messaggio nella bottiglia".

"Il lancio della Borraccia Filtrante rappresenta per noi un traguardo importante", spiega **Lorenzo Sarvello**, Managing Director di Brita Italia. "Come leader del mercato della filtrazione, continuiamo a fare la nostra parte per proteggere il nostro bene più prezioso, nella speranza che sempre più persone decidano definitivamente di dire addio alla plastica monouso, evitando il più possibile sprechi e inquinamento".

Solo nel 2017 l'utilizzo dell'acqua Brita ha **evitato il rilascio nell'atmosfera di 300.000 tonnellate di Co2**; passare da un'acqua in bottiglia a una borraccia filtrante, o a una caraffa filtrante, può significare **ridurre la plastica del 98% e le emissioni di Co2 fino al 90%** con, in più, un **risparmio al litro fino al 70%**.

"L'emergenza sanitaria ha generato una maggior consapevolezza rispetto ai temi dell'inquinamento e delle alternative sostenibili: siamo ad un momento critico di svolta. I prodotti Brita offrono un'alternativa sostenibile, e questi dati la valida ragione per adottare nuove abitudini", prosegue Lorenzo Sarvello.

L'impegno di Brita a difesa dell'acqua e dell'ambiente continua anche sul fronte del sostegno all'organizzazione no profit per la protezione degli oceani **Whale and Dolphin Conservation**, con la quale è attiva dal 2016 la campagna Less Plastic is More con l'obiettivo di salvaguardare gli oceani dall'inquinamento della plastica, una tendenza destinata a crescere pericolosamente, se si pensa che nel 2050 il rapporto plastica-pesci è stimato di 1 a 1.