

SAJTÓKÖZLEMÉNY

A MŰANYAGHULLADÉK VISSZASZORÍTÁSA ÉRDEKÉBEN ÚJABB INTÉZKEDÉST VEZET BE A LIDL

Budapest, 2018. július 4. – **A Lidl 2019 év végéig megszünteti az áruházaiában kapható egyszer használatos műanyag termékek forgalmazását. A most bejelentett intézkedés a vállalat műanyag hulladék visszaszorítására irányuló stratégiájának következő lépése.**

Miután a Lidl 2018 áprilisában bejelentette, hogy 2025-re 20 százalékkal csökkenti a műanyag felhasználását, a vállalat máris a újabb konkrét intézkedést vezet be. Ennek első lépéseként a Lidl Magyarország 169 áruházában 2019 végéig megszünteti az egyszer használatos műanyag termékek, mint a szívószálak, az eldobható műanyag poharak, műanyag tányérok és evőeszközök, valamint a műanyag fültisztító pálcikák értékesítését. A vállalat beszállítóival együttműködve azon dolgozik, hogy az egyszer használatos műanyagok helyett, alternatív és újrahasznosítható anyagok felhasználásával állítsa elő a termékeket. Második lépésben a Lidl arra törekszik, hogy az azonnal fogyasztható, azaz „ready to eat” és üdítőital termékek mellől folyamatosan kivonja az értékesítésből a hozzácsomagolt műanyag evőeszközöket és szívószálakat.

„Műanyag-stratégiánk egyértelmű célkitűzéseket fogalmaz meg, amely a következőt jelenti: elkerülni - csökkenteni - újrahasznosítani. Azzal, hogy megszüntetjük az egyszer használatos műanyag termékek forgalmazását, csökkentjük a műanyag-felhasználást, tudatos és felelősségteljes vállalként hosszú távon tudunk hozzájárulni környezetünk megóvásához.” - mondta Tózsér Judit, a Lidl Magyarország kommunikációs vezetője.

A Lidl Magyarország azt tervezi, hogy 2019 év végéig minden raktárkészletét értékesíti, majd fokozatosan átáll a környezetkímélőbb alternatívákra, így biztosítva a vásárlóközönség számára, hogy a már jól ismert és kedvelt termékeket a jövőben is megtalálják az áruházak polcain.

A Lidl Magyarország az energiatalok egységcsomagolásával indítja a műanyag hulladék visszaszorítására irányuló intézkedéseit: augusztusban a megújult csomagolásnak köszönhetően a Lidl sajátmárkás energiatalok papírtálcáiról eltűnik a műanyag, ennek eredményeként hazánkban évente közel öt tonnával kevesebb fóliát kell majd csomagolásra felhasználni. A Lidl Magyarország más árucsoportok esetében is a legmegfelelőbb csomagolási koncepció kialakítására törekszik.

„Áruházainkban és logisztikai központjainkban a munkafolyamatok során keletkezett műanyagokat és fóliaanyagokat már most is 90 százalékos meghaladó mértékben hasznosítjuk újra. Arra törekszünk, hogy tovább csökkenthessük a műanyag-felhasználást, az újrahasznosítás mértékét pedig növeljük” – mondta el Tózsér Judit, a Lidl Magyarország vállalati kommunikációs vezetője.

A környezettudatosságot tekintve más területeken is jó példával járnak elől: a Lidl Magyarország a SuperStore 2017 verseny közönségdíját a fővárosban található, Hungária körüti

környezetbarát áruházával nyerte el. Szintén Budapesten két áruházánál is kiépített elektromos töltőállomást, ezzel is hozzájárulva a fenntartható hazai közlekedés megteremtéséhez.

A Schwarz-cégcsoport 360 fokos műanyag stratégiájáról

A Lidl és a Kaufland áruházakat is tulajdonló Schwarz-cégcsoport, mint a világ egyik vezető kereskedelmi vállalata felelősségének tudatában kiemelt figyelmet fordít a környezet hosszú távú fenntarthatóságára. A Schwarz-cégcsoport egy 360 fokos átfogó műanyag-stratégia keretében egységes intézkedéseket vezet be világszerte, amely határozott célokat fogalmaz meg a műanyag-felhasználás csökkentésére és a műanyagok forgalomból történő folyamatos kivonására vonatkozóan.

A Lidl Magyarországról

Az 1930-as években, Németországban alapított Lidl hazánk egyik legdinamikusabban fejlődő élelmiszerláncja. A Lidl Magyarországon 2004-ben nyitotta meg első logisztikai központját és 12 üzletét, ma pedig már 169 áruházzal van jelen hazánkban, és több mint 5000 munkavállalót foglalkoztat. A vállalat 2004-es magyarországi piacra lépése óta töretlenül fejlődik: nem csak a diszkont szegmensben ért el vezető szerepet, de forgalmát tekintve az élelmiszer kiskereskedelmi láncok között is a legdinamikusabb növekedést tudhatja magáénak.

A Lidl Magyarország az FMCG szektor meghatározó foglalkoztatójaként kiemelt figyelmet fordít munkavállalói elismerésére. Országos szinten egyedülálló ütemben és mértékben növeli munkavállalóinak bérét: 2018. március 1-jével átlagosan 20%-kal emelte bolti és raktári fizikai munkavállalói munkabérét, így 2016 januárja óta összesen 52%-os béremelést valósított meg.

A vállalat emellett különös figyelmet fordít a magyar beszállítókra, a magyar gazdaság támogatásának és fejlesztésének jegyében, ennek köszönhetően termékeinek közel 60 százalékát magyar beszállítóktól szerzi be.

További információk:

Tózsér Judit

vállalati kommunikációs vezető

Lidl Magyarország

Tel: 06-20-776-0017

sajto@lidl.hu