



ÚJABB LÉPÉST TETT A LIDL A MŰANYAGHULLADÉK CSÖKKENTÉSE ÉRDEKÉBEN

PET palackos üdítők csomagolását újítja meg a diszkontlánc

Budapest, 2025.07.29. – **A Lidl Magyarország elkötelezett a saját márkás termékek csomagolásának optimalizálása iránt, melynek jegyében 2024-től fokozatosan megújítja saját márkás üdítőinek palackjait is. Legújabb intézkedésének köszönhetően összesen 38 ital palackja (kupak és címke nélkül) ma már legalább 75%-ban újrahasznosított műanyagot (rPET) tartalmaz, ezáltal megelőzve a szűz műanyag-felhasználást, előmozdítva a körforgásos gazdasági modellt, s óvva környezetünket.**

A műanyag része mindennapi életünknek, hiszen strapabíró, könnyű és rugalmasan felhasználható. Ugyanakkor egész életciklusa során terheli a környezetet, ezért fontos a felelős felhasználása. Erre válaszként alakította ki a Schwarz Csoport az összes vállalata, így a Lidl Magyarország által is elfogadott nemzetközi, holisztikus műanyagstratégiáját, a REset Plastic-ot. Ezen stratégiával összhangban újítja meg saját márkás üdítői csomagolását a Lidl Magyarország, aminek eredményeként ma már a magyar beszerzésű, hazai beszállítóktól származó, állandó kínálatban kapható PET-palackos Freeway üdítők minimum 75%-ban újrahasznosított PET-palackban kerülnek forgalomba. Az átállás részeként a Freeway mellett más márkák csomagolását is fejlesztette a cég, így összesen 38 termék palackja (kupak és címke nélkül) tartalmaz 75% vagy afeletti arányban újrahasznosított műanyagot.

„Felelős és etikus vállalatként folyamatosan törekszünk a fenntartható működésre. Jelentős eredménynek tekintjük, hogy ezen intézkedésünkkel, beszállítóinkkal együttműködve az üdítő, ásványvíz és gyümölcsital kategóriára vonatkoztatva éves szinten mintegy 3000 tonna nem újrahasznosított (szűz) műanyag felhasználását előzzük meg, hiszen helyette újrahasznosított műanyagot használunk. Ráadásul, miután beszállítóink termékeit a környező országokba is exportáljuk, így a régiót érintő intézkedésről van szó” – mondta el Tózsér Judit, a vállalat kommunikációs vezetője.

Nemcsak az üdítőknél számít azonban a műanyag. Az étolaj, a palackos bor, a tej és tejtermékek és a higiéniai papírok csomagolásában, vagy akár az olyan háztartási cikkek, mint például a mosó- és öblítőszeres flakonokban is megtalálható a műanyag, ezért ezek esetében is arra törekszik a vállalat, hogy minél nagyobb százalékban növelje bennük az újrahasznosított anyag arányát, ahol csak lehetséges. Emellett a vállalat a PreZero-val, a Schwarz Csoport környezetvédelmi vállalatával együttműködve időszakosan kínál újrahasznosított műanyaggal készült saját márkás háztartási termékeket. Továbbá időről időre elérhetőek a Lidl áruházakban olyan sportruházati cikkek, amelyek különlegessége, hogy anyagukban olyan újrahasznosított műanyag hulladékot építettek be, amelyeket strandokon és tengerparti régiókban gyűjtöttek össze. A fenti intézkedésekkel a Lidl célja, hogy csökkentse műanyaghasználatát és megvalósuljon a zárt körforgás elve is.



Lidl Magyarországról

A Lidl Magyarországon 2004-ben nyitotta meg első logisztikai központját és 12 üzletét, ma pedig már 216 áruházzal van jelen hazánkban, és közel 9500 munkavállalót foglalkoztat. Az elmúlt két évtized alatt a vállalat 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, így a kereskedelmi toplisták alapján ötödik éve az első helyen áll az FMCG szektorban az éves forgalom alapján. 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. A Lidl Magyarország 2025-ben ismét elnyerte a Top Employer Hungary minősítést.