



FOLYAMATOSAN CSÖKKENTI MŰANYAG-FELHASZNÁLÁSÁT A LIDL

PAPÍRSZÍVÓSZÁL, CUKORNÁD ALAPÚ TÁNYÉR ÉS FA EVŐESZKÖZ

Budapest, 2020. június 24. – **A Lidl Magyarország eleget téve 2018-as vállalásának, áruházai már nem kaphatók az egyszer használatos műanyag termékek. Az alternatív és a minél fenntarthatóbb, környezetbarát termékekre való átállásnak köszönhetően a vállalat így mintegy 37 tonna műanyagot takarít meg.**

A Lidl a környezettudatosság jegyében kiemelt figyelmet fordít a műanyag felhasználás minimalizálására. Az áruházlánc 2018-ban célul tűzte ki, hogy 2025-re 20 százalékkal csökkentse a műanyag felhasználását és a saját márkás termékek csomagolóanyagainak 100%-át újrahasznosíthatóvá tegye.

A vállalat műanyag hulladék visszaszorítására irányuló stratégiájának megfelelően megszüntette kínálatában az egyszer használatos műanyag termékek, többek között a szívószálak, az eldobható műanyag poharak, műanyag tányérok és evőeszközök, valamint a műanyag fültisztító pálcikák értékesítését, melyeket a lehetőségek szerint minél fenntarthatóbb alternatívákkal helyettesített. *„A Lidl Magyarország az egyszer használatos műanyag termékek kivezetése által évente mintegy 37 tonna műanyagot spórol meg. Ahol lehetséges, fenntarthatóbb alternatívákkal helyettesítjük ezeket. Felelős vállalként tovább kívánjuk folytatni a felhasznált műanyag mennyiségét csökkentő intézkedéseinket, hogy hosszú távon hozzájáruljunk környezetünk megóvásához és a Schwarz csoport REsetPlastic stratégiájához.”* – mondta Tózsér Judit a vállalat kommunikációs vezetője.

A Lidl beszállítóival együttműködve környezetkímélőbb alternatívákból és újrahasznosítható anyagok felhasználásával biztosítja vásárlóközönsége számára a már jól ismert és kedvelt termékeket, így a szezonális kínálatban elérhető papírpoharakat, papírtányérok, papír szívószálakat, a természetben lebomló, cukornádból készült papír mélytányérok, valamint fa evőeszközöket. A termékfejlesztéseknek köszönhetően az áruházlánc Cien saját márkás fültisztító pálcika anyaga papír alapú lett, így 100%-ban műanyagmentes és újrahasznosítható csomagolásban kerül a polcokra. A fenntartható, újrahasznosítható anyagoknak köszönhetően igyekszik a vállalat hozzájárulni környezetünk, természeti erőforrásaink védelméhez.

A REset Plastic-ról

A Schwarz csoport a Lidl és Kaufland kiskereskedelmi vállalataival az egyik legnagyobb nemzetközi kiskereskedő, aki tudatában van és vállalja is a környezet iránti felelősségét. A REset

Lidl Magyarország • Vállalati kommunikáció

Tózsér Judit • H-1037 Budapest – Rádl árok 6. • 0036-20-776-0017

1 | 2



Plastic a csoport által kifejlesztett nemzetközileg alkalmazott átfogó stratégia, mely öt cselekvési területet fed le. Az elkerüléstől a tervezésen és az újrahasznosításon át az innovációt és az oktatást is magában foglalja. Ezáltal csökken a műanyaghasználat és megvalósul a zárt körforgás elve.

A REset Plastic cselekvési területeinek 5 alapelve – a Schwarz Group műanyag stratégiája:

REduce – csökkentés

A fenntarthatóság szempontjait figyelembe véve, ahol lehetséges, csökkentjük a műanyagot. Nem csak a csomagolásban!

REdesign – újratervezés

Újrahasznosítható csomagolásokat tervezünk a zárt körforgás elérése érdekében.

REcycle – újrahasznosítás

A zárt körforgás megvalósításához összegyűjtjük, válogatjuk és újrahasznosítjuk a műanyagot.

REmove - Mentésítés

Támogatjuk a környezetünk műanyagtól való mentesítését.

REsearch - Kutatás

Befektetünk az újrahasznosítással összefüggő innovatív megoldások fejlesztésébe és kutatásába, illetve a témával kapcsolatos edukációba is.

Bővebben: vallalat.lidl.hu/reset-plastic

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 183 áruházzal van jelen hazánkban, és több mint 6000 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 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:

Lidl Magyarország

Tózsér Judit

Vállalati kommunikációs vezető

Tel: 0036-20-776-0017

E-Mail: sajto@lidl.hu