



A LIDL TOVÁBB CSÖKKENTI MŰANYAG-FELHASZNÁLÁSÁT

100 százalékban újrahasznosított PET-ből készült csomagolóanyagok

Budapest, 2020. június 30. – **A Lidl Magyarország elkötelezett a saját márkás termékek műanyag csomagolásának újrahasznosíthatósága iránt. A folyamatos optimalizálásnak köszönhetően egyes W5 tisztítószeres flakonjai nemcsak 100 százalékban újrahasznosított műanyagból készülnek, hanem újrahasznosíthatóak is.**

A Lidl elhivatott a környezetterhelés csökkentése mellett, ezért a vállalat a REset Plastic stratégiájának részeként azt a célt tűzte ki, hogy 2025-ig a saját márkás termékei plasztik csomagolóanyagait újrahasznosíthatóvá tegye. A stratégia a zárt anyagciklusok megvalósítását is magában foglalja minél több újrahasznosított anyag felhasználása által. A W5 tisztítószeres flakonok optimalizálásával a Lidl közelebb kerül mindkét kitűzött cél eléréséhez.

Egyes W5 tisztítószeres flakonjai az optimalizálás révén már 100 százalékban újrahasznosított PET-ből készülnek, továbbá az átlátszó műanyagokra való átállásnak köszönhetően a tisztítószeres flakonok jó újrahasznosíthatósági tulajdonságokkal rendelkeznek. Így az áruházlánc a saját márkás termékei esetében a korábbi csomagolási megoldásokhoz képest évente nagy mennyiségű újonnan gyártott műanyag-felhasználását spórolja meg.

A Lidl saját márkás W5 tisztítószeres flakonjai már újrahasznosított műanyagból készült csomagolásban érhetők el az áruházak polcain: így a W5 általános és W5 ECO ecetes általános tisztítószer, a W5 WC- és W5 ECO WC-tisztító gél, a W5 fürdőszobai tisztító és a W5 ablaktisztító is.

"Célunk középtávon, hogy a saját márkás tisztítószeres PET flakonjait fenntarthatóbb, 100 százalékban újrahasznosított műanyagból készült csomagolásra cseréljük. Mindez hatalmas környezeti előnyökkel jár, mellyel vállalatunk évente nagy mennyiségű újonnan gyártott műanyag felhasználását takarítja meg. Az újrahasznosítási ciklusnak köszönhetően pedig a műanyagok a tisztítószeres termékcsoportjában is újra és újra felhasználhatóak." - mondta Tózsér Judit, a Lidl Magyarország vállalati kommunikációs vezetője.

A W5 tisztítószeres optimalizált csomagolása által a Lidl magas minőségű terméket kínál vásárlóinak környezetkímélőbb csomagolásban. A vásárlók számára a csomagolás optimalizálását a flakonokon elhelyezett „felelősen csomagolva” logó jelzi.

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 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: +36-20-776-0017

E-Mail: sajto@lidl.hu