



17 TONNÁVAL KEVESEBB MŰANYAGCSOMAGOLÁS A LIDL ZÖLDSÉG-GYÜMÖLCS KÍNÁLATÁBAN

Budapest, 2020. július 30. – **Tovább csökkentette műanyag-felhasználását a Lidl Magyarország, ezúttal zöldség-gyümölcs kínálatában optimalizálta számos termék csomagolását. A fejlesztés eredményeképpen, éves szinten több mint 17 tonna műanyagot takarít meg a vállalat.**

A beszállítókkal való folyamatos együttműködés részeként most zöldség-gyümölcs szortimentjének csomagolását vizsgálta meg és alakította át az áruházlánc. A Golden, Idared, Fuji, Gála és Jonagold termékek esetében a korábbi műanyag sorolóbetétek kerültek kiváltásra környezetbarát papírtálcákra, míg a 3 db-os zöld csípős paprika és a Red Chief és Granny Smith esetében a 4 db-os kiszerelés állt át lédigre, így a csomagolásból 100%-ban eltávolításra került a műanyag. Az éves szinten 17,1 tonna műanyagmegtakarítást eredményező fejlesztés a vállalat immáron hatodik műanyagmérés-kló intézkedése saját márkás termékkínálatát tekintve.

A Lidl Magyarország számára kiemelten fontos az erőforrások tudatos felhasználása. A Schwarz Csoport REset Plastic stratégiájának részeként az áruházlánc 2018-ban célul tűzte ki, hogy 2025-re 20%-kal csökkentse a műanyag felhasználását, saját márkás termékek csomagolóanyagainak 100%-át pedig újrahasznosíthatóvá tegye. A cél elérése érdekében az elmúlt két évben a vállalat továbbfejlesztette energiatárolóinak, mosószerének és ásványvizeinek csomagolását, egyes tisztítószeres flakonjai pedig nemcsak 100%-ban újrahasznosított műanyagból készülnek, hanem újrahasznosíthatóak is. A Lidl Magyarország eleget tett 2018-as vállalásának is, áruházaiiban már nem kaphatóak az egyszer használatos műanyagtermékek, úgy, mint a szívószálak, az eldobható műanyag poharak, műanyag tányérok és evőeszközök, valamint a műanyag fültisztító pálcikák.

„Környezetünk védelme érdekében minden nap azon dolgozunk, hogy a minőségi elvárások mellett a környezeti fenntarthatóságot is figyelembe véve fejlesszük termékkínálatunkat. Ennek érdekében törekszünk arra, hogy újrahasznosítható csomagolást tervezzünk, s ahol lehetséges, csökkentjük a műanyagot” – mondta Tózsér Judit, a Lidl Magyarország vállalati kommunikációs vezetője. Az áruházlánc termékfejlesztési stratégiájában kiemelt szempont a műanyagcsökkentés, melyet környezetkímélőbb alternatívák alkalmazásával és újrahasznosítható anyagok felhasználásával igyekeznek minél nagyobb mértékben megvalósítani.

Az átláthatóság és a tudatos vásárlói döntések segítésére a Lidl létrehozta saját „Felelősen csomagolva” logóját. A vállalat ezzel a megjelöléssel kommunikálja vásárlói felé a



fenntarthatóság érdekében tett csomagolásfejlesztési intézkedéseit. A „Felelősen csomagolva” logó az alábbi kritériumrendszer alapján kerülhet rá saját márkás termékekre:



- ✓ a csomagolóanyag legalább 80%-ban újrahasznosítható; vagy
- ✓ legalább 30%-ban újrahasznosított csomagolóanyagot tartalmaz; vagy
- ✓ a csomagolóanyag fenntarthatóbb alternatív anyagból áll; vagy
- ✓ legalább 10%-kal csökkent a csomagolóanyag vagy annak súlya.

A műanyaghasználat mérséklése saját működési folyamataiban is hangsúlyos cél, melynek érdekében szervezeten átívelő fejlesztési megoldásokat dolgozott ki és alkalmaz is a vállalat. A környezeti fenntarthatóság melletti elkötelezettség a vásárlói tudatosságnövelést is jelenti a Lidl számára. Ennek érdekében edukatív aktivitásokat szervez, legutóbb a szelektív hulladékgyűjtés témájában fejlesztett applikációt és hirdetett játékos versenyt követői számára.

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 mentésítését.

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 7000 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 · Vállalati kommunikáció

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

sajto@lidl.hu



Lidl Magyarország

Tózsér Judit

Vállalati kommunikációs vezető

Tel: +36-20-776-0017

E-Mail: sajto@lidl.hu