



## PET-PALACKOK FELHASZNÁLÁSSAL KÉSZÜLT CIPŐT KÍNÁL A LIDL

Budapest, 2021. május 4. – **Először kínál vásárlóinak a Lidl Magyarország olyan saját márkás cipőt, melynek felső textilrészre 100%-ban újrahasznosított PET-palackokból készült, új életet adva ezáltal a régi műanyagoknak. Az új termékek különlegessége, hogy ennek az újrahasznosított műanyagból a 25%-át olyan hulladékok, régi műanyagpalackok képezik, melyeket Ázsia tengerparti régióiban, strandokon, szigeteken és a part menti területeken gyűjtöttek össze. Az időszakosan elérhető szabadidőcipők május 6-ától kaphatók az üzletekben.**

A Lidl REset Plastic műanyag stratégiájának részeként olyan intézkedéseket hoz, amelyekkel hozzájárul a műanyag csökkentéséhez, valamint a műanyagok újrafelhasználásához. Törekszik arra, hogy megakadályozza a műanyag hulladékok környezetbe jutását, valamint, hogy eltávolítsa a műanyag hulladékokat a környezetből, legjobb esetben visszahelyezve azokat a körforgásba. Ezt a törekvését tükrözik a vállalat új, saját márkás sport-és szabadidő cipő termékei, amelyekkel a Lidl a textiltermékek piacán is megmutatja, hogyan lehet a műanyagot és műanyag hulladékot racionálisan újrahasznosítani.

A lábbelik különlegessége, hogy felső textil részük újrahasznosított poliészterből, részben a környezetből, Ázsia partjainál összegyűjtött PET-palackokból készült. A PET-palackokat préselik, tisztítják, aprítják, majd újrahasznosított fonalakká dolgozzák fel. Ezt a fonalat cipők, de textilíák gyártására is használhatják. A Lidl új termékeinek esetében mérettől és modelltől függően cipőként átlagosan 11-16 PET-palackot használnak fel a lábbelik felső anyagához. A női-, férfi-és gyermekcipőknek légáteresztő felsőrészük, kellemes viseletet biztosító textilhálós és memóriahabos talpbetéjük van. Felső textilrészük 100%-ban újrahasznosított poliészter fonalból készült, ezáltal egy fenntarthatóbb alternatívát kínál a vásárlók számára.

A Lidl célul tűzte ki, hogy 2025-ig 20%-kal csökkenteni műanyagfelhasználását, a saját márkás termékek csomagolásának 100%-át pedig maximálisan újrahasznosíthatóvá teszi. Célja, hogy az értékes alapanyagokat hatékonyan újra feldolgozza. Ezen törekvés részeként vezette be kínálatába 2020 márciusától az időszakosan kapható, legalább 95%-ban újrahasznosított műanyagból készült háztartási termékeit, most májustól pedig az akciós jelleggel elérhető új sportcipőket, melyek felső textil része 100%-ban újrahasznosított műanyagból készült.

*„A Lidl elkötelezett a fenntartható fejlődés mellett, ezért törekszik olyan termékek tervezésére, melyek gyártása kevésbé terheli a természeti környezetünket. A részben PET-palackokból és*



újrahasznosított műanyagból készült cipőkkel alternatív, fenntarthatóbb fogyasztási megoldást kínálunk vásárlóink számára.” – mondta Tózsér Judit, a Lidl Magyarország vállalati kommunikációs vezetője. A vállalat további műanyagcsökkentéssel kapcsolatos intézkedéseiről vagy a mikroműanyagokkal kapcsolatos állásfoglalásáról az áruházlánc Fenntarthatóság aloldalán, a [lidl.hu/resetplastic](https://www.lidl.hu/resetplastic) oldalon találhatóak bővebb információk.

## A REset Plastic stratégiáról

A Schwarz Csoport a Lidl és Kaufland kiskereskedelmi láncával az egyik legnagyobb nemzetközi kiskereskedelmi vállalat, aki tisztában van környezeti felelősségével és vállalja is ezt a felelősséget. REset Plastic műanyag stratégiája egy átfogó, nemzetközi stratégia, mely öt tevékenységi területet fed le az elkerüléstől kezdve a tervezésen és az újrahasznosításon át az innovációig és oktatásig bezáróan. Ennek köszönhetően megvalósulhat a "kevesebb műanyag - zárt körforgás vízója. További információ: [lidl.hu/resetplastic](https://www.lidl.hu/resetplastic)

### Lidl Magyarországról

Az 1930-as években, Németországban alapított Lidl hazánk egyik legdinamikusabban fejlődő élelmiszerlánc. A Lidl Magyarországon 2004-ben nyitotta meg első logisztikai központját és 12 üzletét, ma pedig már 187 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

Tózsér Judit  
Vállalati kommunikációs vezető  
Tel: +36-20-776-0017  
E-Mail: [sajto@lidl.hu](mailto:sajto@lidl.hu)