



ÚJ CÉLOKAT TŰZÖTT KI A LIDL A MŰANYAGFELHASZNÁLÁS ELLENI KÜZDELEMBEN

Budapest, 2021.07.01. – **A Schwarz Csoport REset Plastic műanyag stratégiájának részeként a Lidl Magyarország célul tűzte ki, hogy 2025-ig a sajátmárkás termékeinek csomagolásában átlagosan legalább 20%-ban újrahasznosított anyagot használ fel. Továbbá törekszik arra, hogy 2021 végéig kivonja a sajátmárkás csomagolóanyagából a fekete műanyagot, ezáltal jelentősen növelve a csomagolás újrafeldolgozhatóságát.**

A Lidl Magyarország 2018-ban kötelezte el magát a fenntarthatóbb műanyaghasználat mellett azáltal, hogy vállalta, 2025-ig 20%-kal csökkenteni műanyagfelhasználását, sajátmárkás termékeinek csomagolásának 100%-át pedig maximálisan újrahasznosíthatóvá teszi. E törekvések mentén az áruházlánc már számos csomagolását átalakította, ahol lehetséges, elhagyta a műanyagot, csökkentette a mennyiségét, növelte az újrahasznosíthatóságot vagy újrahasznosított műanyagot használt fel.

Beszállítóival együttműködve a diszkontlánc folyamatosan optimalizálja többek között zöldség-gyümölcs kínálatában is a csomagolást, aminek eredményeképpen 2020-ban, éves szinten több mint 24,94 tonna műanyagot takarított meg a vállalat. A lédig termékek környezetkímélőbb tárolására és szállítására alternatív megoldásként újrahasználható zsákok is kínál vásárlóinak a Lidl. A Next Level Darált karbonsemleges¹ vegán termék esetében 67%-kal, a Next Level Burger készítménynél 71%-kal csökkent 2020-ban a műanyag csomagolás, amit újrahasznosítható papírral helyettesített az áruházlánc. Tavaly számos W5 tisztítószer flakonja is megújult, amelyek a fejlesztések által nemcsak újrahasznosíthatóak, de 100%-ban újrahasznosított műanyagból is készülnek.

Az új műanyagcélokkal a Lidl további konkrét lépéseket tett a műanyagfelhasználás elleni küzdelemben, a fenntarthatóbb csomagolás és a körkörös gazdaság modelljének előmozdítása érdekében. A körkörös gazdaság célja a termékek élettartamának megnövelése azáltal, hogy újrahasznosíthatóságuk biztosításával az alapanyagokból új késztermékek nyerhetőek, így a hulladék mennyisége is csökken. „A műanyag elkerülése és csökkentése mellett fontos törekvésünk, hogy a fekete műanyag használatának megszüntetésével elősegítsük a csomagolások újrahasznosíthatóságát. Ezenfelül az újrahasznosított anyagok használata egyértelműen jelzi elkötelezettségünket a körkörös gazdaság mellett”- mondta Tózsér Judit, a Lidl Magyarország vállalati kommunikációs vezetője.

¹ Ellentételezési projekt által.



A teljes cél- és intézkedéscsomaggal a Lidl Magyarország a Schwarz Csoport átfogó REset Plastic műanyag stratégiáját támogatja, amely a műanyag elkerülésétől kezdve a tervezésen és az újrahasznosításon át az innovációt és az oktatást is magában foglalja.

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: 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 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

Lidl Magyarország • Vállalati kommunikáció

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

2 | 2

sajto@lidl.hu