



Un nou pas în plus în combaterea risipei alimentare: Lidl România introduce Punga Anti-risipă și oferă o nouă șansă fructelor și legumelor cu mici imperfecțiuni cosmetice

Lidl România introduce în magazine Punga Anti-risipă, o nouă inițiativă menită să contribuie la reducerea risipei alimentare prin valorificarea fructelor și legumelor care nu mai îndeplinesc standardele estetice de prezentare la raft, dar care își păstrează calitatea și sunt în continuare potrivite pentru consum. Disponibilă în toate magazinele Lidl din țară la prețul unic de 5 lei, Punga Anti-risipă conține aproximativ 2 kg de fructe și/sau legume, într-un mix de produse divers. Pentru siguranța consumatorilor, pungile nu vor include produse alergene, precum țelina sau păstârnacul.

Inițiativa se alătură eforturilor pe care Lidl le desfășoară de peste un deceniu pentru reducerea pierderilor alimentare, de la optimizarea permanentă a stocurilor până la programe de vânzare accelerată prin reducerea prețurilor produselor aflate aproape de termenul de valabilitate sau distribuția produselor care și-au pierdut valoarea comercială către Rețeaua Băncilor pentru Alimente. Punga Anti-risipă face parte dintr-o inițiativă implementată în prezent în peste 20 de țări în care Lidl este prezent. Numai în anul financiar 2025, prin acest concept au fost salvate de la risipă peste 100.000 de tone de fructe și legume.

„Fiecare produs pe care reușim să îl salvăm de la risipă reprezintă un succes important – pentru lanțul de valoare, mediu și protejarea climei. Aceasta nu este doar o măsură de eficiență operațională prin care transformăm obiectivele de sustenabilitate în acțiuni concrete, ci și o dovadă că reducerea risipei alimentare și conservarea resurselor țin de alegerile pe care le facem împreună, zi de zi”, a declarat **Mihai Cazacu, Head of Corporate Communications Lidl România**.

Lansarea Pungii Anti-risipă completează și demersurile prin care Lidl România îi sprijină pe clienți să adopte obiceiuri de consum mai responsabile. În octombrie 2024, compania a lansat campania „Evită risipa alimentară! Verifică frigiderul înainte de cumpărături”, iar în aprilie 2025 a pus la dispoziția consumatorilor un ghid digital de organizare eficientă a frigiderului, cu recomandări practice pentru păstrarea alimentelor și reducerea risipei în gospodărie.



Despre Lidl

Lidl, parte a grupului Schwarz, cu sediul central în Neckarsulm, este una dintre companiile de top de pe piața de retail alimentar din Germania și Europa. Lidl operează în prezent în jur de 12.900 de magazine și peste 230 de centre logistice în 31 de țări.

La Lidl, punem preț pe un raport optim calitate-preț pentru clienții noștri. Simplitatea și orientarea către procese definesc activitățile zilnice din magazine, din centrele logistice regionale și din sediul central.

În activitatea sa de zi cu zi, Lidl își asumă responsabilitatea față de oameni, societate și mediu. Pentru Lidl, sustenabilitatea înseamnă respectarea promisiunii de calitate, din nou, în fiecare zi.

În prezent, Lidl are peste 395.000 de angajați, dintre care peste 14.000 în România, unde retailer-ul german are deschise peste 400 de magazine și 6 centre logistice.

Pentru mai multe informații, vă rugăm să vizitați:

www.lidl.ro

www.corporate.lidl.ro

www.surprize.lidl.ro

[Facebook Lidl Romania](#)

[Instagram @LidlRomania](#)

[Youtube Lidl Romania](#)

[TikTok @LidlRomania](#)

[LinkedIn@LidlRomania](#)