



## Lidl România introduce, în premieră, în oferta săptămânală de produse *in-and-out*, articole de uz casnic realizate din plastic reciclat

Ca parte a strategiei sale REset Plastic, Lidl implementează constant măsuri pentru a reduce utilizarea plasticului și, în același timp, pentru a se orienta mai mult către plasticul reciclat. Aceste demersuri contribuie la acțiunile implementate de întreg Grupul Schwarz, din care retailerul face parte, pentru a susține viziunea de „Mai puțin plastic – închiderea buclei”. Împreună cu PreZero, divizia de mediu a Grupului Schwarz, Lidl România introduce din 1 aprilie, pentru prima dată în sortimentul său de produse *in-and-out*, articole de uz casnic realizate din cel puțin 95% plastic reciclat.

Lidl și PreZero dau o nouă viață plasticului, prin realizarea produselor de uz casnic din cel puțin 95% plastic reciclat. Astfel, din 1 aprilie, în oferta săptămânală de articole *in-and-out* de la Lidl, clienții vor găsi noi produse prietenoase cu mediul, precum **coșuri pentru rufe**, disponibile în două variante, de 36 L (34,99 lei) și de 27 L (17,99 lei), **găleți**, de 12 L (9,99 lei) sau de 5 L (4,99 lei), **seturi de umerășe** (13,99 lei, 10 buc.) și **coșuri de gunoi** (24,99 lei).

### Ce este special la noile produse de uz casnic realizate din plastic reciclat

O mare parte din lanțul de valoare este susținut de diverse companii din Grupul Schwarz. În calitate de divizie de mediu a Grupului Schwarz, PreZero este responsabilă pentru gestionarea colectării și





reciclării plasticului, iar produsele obținute din plasticul reciclat sunt vândute de Lidl. Acest lucru asigură o colaborare de succes între companiile grupului, ca parte a strategiei REset Plastic.

Plasticul este utilizat pentru fabricarea multor produse, dar și ca material de ambalare. Acest lucru, alături de consumul ridicat de resurse asociat, ratele reduse de reciclare, precum și poluarea mediului din cauza deșeurilor fac din plastic o resursă cu un impact ridicat asupra mediului. Din acest motiv, Lidl are ca obiectiv să folosească mai multe materiale plastice reciclate, reutilizând astfel materialele reciclabile în mod eficient. În plus, în procesul de fabricare al produselor din plastic reciclat, se utilizează semnificativ mai puține resurse față de produsele noi obținute din plastic convențional.

Prin urmare, Lidl se orientează asupra plasticului reciclat, prin introducerea de noi articole de uz casnic realizate din acest material. Astfel, deșeurile de plastic provenite din gospodării sunt colectate de PreZero, curățate, mărunțite și apoi prelucrate în plastic regranulat, cu care se creează produse noi, de înaltă calitate, prietenoase cu mediul.

Prin alegerea articolele de uz casnic fabricate din plastic reciclat, clienții pot opta pentru o alternativă sustenabilă, iar, prin achiziția lor, contribuie activ la conservarea resurselor și la protejarea mediului înconjurător. De astfel, peste 1400 de tone de plastic reciclat au fost deja folosite în fabricarea articolelor de uz casnic disponibile în magazinele Lidl din toată lumea.

Întregul proces de reciclare și fabricare a produselor noi este gestionat în Europa. Cu rețeaua sa corporativă, Lidl poate acoperi producția completă și lanțul de valoare, asigurând astfel standarde ridicate pentru reciclare. Noile produse fac parte din strategia REset Plastic, inițiată de Grupul Schwarz.

### **Despre strategia REset Plastic**

Grupul Schwarz, din care Lidl face parte, este unul dintre cei mai mari retaileri internaționali și este conștient de responsabilitatea sa față de mediu. Strategia sa REset Plastic este o strategie holistică, internațională, dezvoltată pentru a acoperi cinci domenii de activitate: de la reducerea cantității de plastic din ambalaje și regândirea design-ului acestora, la reciclare și eliminarea completă a acestui





material, până la inovare și educare în domeniu. Prin acest demers, viziunea „Mai puțin plastic – închiderea buclei” poate deveni realitate. Mai multe detalii sunt disponibile [aici](#).

### **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 Europa. Lidl este prezent în 32 de țări din întreaga lume și în prezent operează aproximativ 11.200 de magazine și peste 200 de centre logistice în 29 de țări la nivel mondial.

Lidl este un smart discounter care le oferă clienților produse de cea mai bună calitate la cel mai bun preț. În spatele operațiunilor din magazine, din centrele logistice și din sediile centrale stau simplitatea și orientarea către eficiență. Design-ul și structura proceselor standardizate sunt asigurate de către Lidl Stiftung, cu sediul central de la Neckarsulm.

În toate domeniile sale de activitate, Lidl este o companie care acționează cu responsabilitate față de oameni, societate și mediu. Pentru Lidl, sustenabilitatea este metoda prin care își îndeplinește, zi de zi, promisiunea cu privire la calitate.

**Pentru mai multe informații, vă rugăm să vizitați:**

[www.lidl.ro](http://www.lidl.ro)

[www.reset-plastic.com](http://www.reset-plastic.com)

[www.corporate.lidl.ro](http://www.corporate.lidl.ro)

[Facebook Lidl Romania](#)

[Instagram @LidlRomania](#)

[Youtube LidlRomania](#)

[Twitter Lidl Romania](#)



**Lidl România · Biroul de presă Lidl România**

Str. Cpt. Av. Alexandru Șerbănescu, Nr. 58 B · [presa@lidl.ro](mailto:presa@lidl.ro)



**Lidl România · Biroul de presă Lidl România**

Str. Cpt. Av. Alexandru Șerbănescu, Nr. 58 B · [presa@lidl.ro](mailto:presa@lidl.ro)