



Eliminarea plasticului negru și creșterea utilizării materialului reciclat în ambalajele produselor marcă proprie: Lidl România extinde obiectivele strategiei REset Plastic

Lidl România face pași concreți în direcția promovării unei economii circulare sustenabile. Ca parte a strategiei sale REset Plastic, Lidl își propune ca, până la sfârșitul anului 2025, ambalajele de plastic ale produselor marcă proprie să conțină 20% material reciclat. În plus, Lidl și-a propus ca, până la sfârșitul anului 2021, să nu mai folosească plastic negru în ambalarea produselor marcă proprie și să crească semnificativ capacitatea acestor ambalaje de a fi reciclate.

„Acesta este un alt pas major în strategia noastră de reducere a utilizării materialelor plastice. În plus, pe lângă evitarea și reducerea utilizării acestor materiale, eliminarea plasticului negru contribuie la posibilitățile de reciclare”, a spus Daniel Ștefănescu, Directorul Național de Achiziții și Marketing Lidl România, subliniind modul în care utilizarea materialelor reciclate transmite pieței un semnal clar cu privire la importanța economiei circulare pentru retailer.

Lidl România anunțase încă din 2018 că, până în 2025, își propune ca toate ambalajele utilizate pentru produsele marcă proprie să fie reciclabile în proporție maximă posibilă, dar și să reducă cu 20% cantitatea de plastic utilizată în ambalajele produselor marcă proprie. Aceste obiective sunt extinse acum, prin demersul de a elimina plasticul negru din ambalajele produselor marcă proprie, până la finalul anului 2021. Toate măsurile luate de Lidl România în ceea ce privește plasticul se înscriu în strategia REset Plastic a Grupului Schwarz, din care retailerul face parte, pentru a susține viziunea „Mai





puțin plastic – închiderea buclei”. Prin REset Plastic, Grupul Schwarz a dezvoltat o strategie integrată, ce cuprinde cinci zone de acțiune – de la reducerea cantității de plastic din ambalaje și regândirea design-ului acestora, la reciclare și eliminarea din mediul înconjurător a acestui material, până la inovare și educație în domeniu.

Printre măsurile implementate de Lidl România menite să susțină viziunea strategiei REset Plastic se numără și optimizarea ambalajelor folosite pentru carnea ce provine de la furnizorii locali. Astfel, de la finalul lunii aprilie 2021, toate produsele din carne de la furnizorii români sunt vizate de această modificare de ambalaj, incluzând aici peste 90 de articole, atât din sortimentul permanent, cât și din promoțiile de tip in-and-out. Noile caserole contribuie la obiectivul Lidl România de a reduce consumul de plastic - în funcție de dimensiunea caserolei, procentajul cu care se reduce consumul de plastic pentru ambalarea fiecărui articol variază de la 17% la 40%, față de soluțiile folosite anterior. În plus, noile caserole au capacitatea de a fi reciclate în proporție maximă și pot fi colectate împreună cu deșeurile din plastic.

Totodată, ca măsură pentru reducerea consumului de plastic, din 2020, Lidl România a introdus în toate magazinele din țară săculeții reutilizabili pentru cântărirea și transportul fructelor și legumelor din Piața Lidl. Mai mult, Lidl România a exclus definitiv din sortimentul său toate articolele de unică folosință din material plastic, cum ar fi paie, pahare, farfurii și tacâmuri. Demersul a fost unul asumat de Lidl România voluntar, încă din 2019, înainte ca Decizia Consiliului UE de a interzice utilizarea acestor articole să intre în vigoare, în 2021.

Optimizarea ambalajelor este un obiectiv la care Lidl România lucrează cu consecvență. Compania a diminuat cantitățile de plastic pentru ambalajele produselor marcă proprie, iar rezultatele sunt descrise în cel mai recent raport de sustenabilitate publicat de Lidl România, ce acoperă perioada 1 martie 2019 – 29 februarie 2020 și poate fi consultat [aici](#). Astfel, pentru perioada menționată s-au redus cantități importante de plastic, prin măsuri precum:





- Ambalajele a 2 produse din carne (vrăbioară și antricot de mânzat), ceea ce a condus, raportat la perioada menționată, la o reducere totală de 30.489 kg de plastic
- Înlocuirea ferestrei din plastic a pungilor de hârtie din Brutăria Lidl cu una din material compostabil, pentru a reduce cantitatea de plastic pusă în circulație cu 23.000 kg.
- Introducerea unui tip nou de material folosit la ambalarea produsului Smoothie Solevita. Cantitatea totală de material virgin PET folosit a scăzut cu 50%.
- Ambalajul din PET al produsului Budincă Belbake a fost înlocuit integral cu ambalaj din hârtie FSC MIX.

Pe lângă măsurile interne pe care compania le ia pentru a reduce plasticul în magazinele sale, Lidl România investește pe termen lung și în programe de impact în domeniul protecției mediului, derulate de organizații non-profit. Un prim astfel de program este „[Cu Apele Curate](#)”, lansat în 2019 împreună cu Asociația MaiMultVerde, ce combate poluarea cu plastic a apelor Dunării și ale afluenților săi, prin acțiuni de igienizare a malurilor fluviului și de identificare și implementare a soluțiilor de prevenire a poluării cu plastic a apelor. Astfel, în perioada 2019 - 2020 au fost colectate 120 de tone de deșuri de plastic în spațiile amenajate (prevenire) și 14 tone de deșuri de plastic colectate în acțiuni de igienizare (combateri). În plus, pentru a marca extinderea programului Cu Apele Curate în 2021, în perioada 14 – 22 martie, a fost organizată Săptămâna Apelor, care a constat într-o serie de acțiuni de ecologizare și conștientizare a efectelor poluării cu plastic în 20 de orașe din întreaga țară. În urma acestor acțiuni au fost colectate 12,5 tone de deșuri, dintre care 4,5 tone de plastic. Programul Cu Apele Curate include și evaluarea și revizuirea politicilor publice privind gestiunea deșeurilor din plastic, protejarea apelor sau educația pentru mediu cu implicarea autorităților române.





Un alt program este și platforma [ASAP](#), lansată în 2019 împreună cu The Institute. ASAP este un program de responsabilitate socială care urmărește să genereze schimbare în comportamentul adolescenților față de plastic, de la utilizare la colectarea selectivă și reciclare.

Pentru mai multe informații, vă rugăm să vizitați:

www.lidl.ro

www.reset-plastic.com

www.corporate.lidl.ro

[Facebook Lidl Romania](#)

[Instagram @LidlRomania](#)

[Youtube @LidlRomania](#)

[Twitter @LidlRomania](#)



Lidl România · Biroul de presă Lidl România

Str. Cpt. Av. Alexandru Șerbănescu, Nr. 58 B · presa@lidl.ro