



Protejarea climei prin cumpărături sustenabile: Lidl România introduce sortimentul de produse neutre din punct de vedere climatic

Prin aderarea la [Obiectivele bazate pe știință](#) (Science Based Targets Initiatives -SBTs) prin intermediul Grupului Schwarz, Lidl România adoptă o abordare strategică asupra protejării climei și se angajează să atingă obiective climatice concrete, corecte din punct de vedere științific. În acest context, Lidl ia diverse măsuri: un element de bază este introducerea sortimentului de produse marcă proprie, neutre din punct de vedere climatic.

Schimbările climatice sunt o amenințare pentru întreaga planetă, iar efectele încălzirii globale sunt vizibile. Pentru a încetini acest fenomen, emisiile de gaze cu efect de seră (GHG) trebuie reduse. De aceea, Lidl România se numără printre companiile care își asumă responsabilitatea pentru o mai bună protejare a climei, implementând o serie de măsuri. De exemplu, fiecare magazin Lidl din țară dispune de sisteme de iluminare cu LED, o tehnologie foarte eficientă din punct de vedere energetic, precum și de sisteme de recuperare a căldurii integrate în instalațiile de climatizare.

Protejarea climei este, de asemenea, o componentă esențială a sortimentului de produse sustenabile, marcă proprie Lidl. În acest sens, Lidl își extinde sortimentul pentru a include produse neutre din punct de vedere climatic - oferind astfel clienților alternative mai prietenoase cu mediul. Pe lângă produsele organice și certificate Fairtrade, produsele ce înlocuiesc carnea și produsele alimentare regionale locale, retailerul extinde sortimentul de produse sustenabile pentru a include produse neutre din punct de vedere climatic. Acest lucru le oferă clienților posibilitatea să facă cumpărături sustenabile și





să contribuie activ la protejarea climei. Articolele sub marca proprie Vemondo, Next Level și anumite articole nealimentare, precum cosmeticele Cien Nature sau produsele de curățenie W5 Eco, sunt comercializate deja ca neutre din punct de vedere climatic. Mai mult, din 26 iulie, ca parte a unei promoții săptămânale de tip in-and-out, clienții vor putea găsi sub mărcile Vemondo și Cien Nature și mai multe produse neutre climatic în oferta Lidl.

În parteneriat cu ClimatePartner, Lidl calculează și compensează în prezent emisiile de gaze cu efect de seră care apar în timpul producției, transportului și eliminării produselor din circuitul comercial. Proiectele de compensare sunt selectate în conformitate cu cerințe exigente. Astfel, Lidl sprijină proiecte certificate de protejare a climei, cu efecte sociale pozitive, cum ar fi investiții în reîmpădurire în Uganda, apa potabilă curată în Eritreea și energie solară în India. În viitor, compania va examina modul în care emisiile de CO₂ pot fi evitate, reduse sau compensate pe lanțul de aprovizionare pe termen lung și, astfel, va oferi treptat și alte produse neutre din punct de vedere climatic. În plus, Lidl lucrează cu parteneri de încredere pentru a stabili standarde înalte pentru produsele marcă proprie neutre din punct de vedere climatic.

Extinderea sortimentului de produse marcă proprie Lidl cu produse neutre din punct de vedere climatic le permite clienților să acționeze în mod sustenabil la cumpărături și să aibă o contribuție activă la protecția climei. Numai produsele precum alimentele vegetariene și vegane, sau produsele reciclabile se califică pentru sortimentul Lidl de produse neutre din punct de vedere climatic. În același timp, pentru a contribui la protejarea climei, clienții pot alege și produse regionale locale, precum cele din gama marcă proprie Cămara Noastră și legumele și fructele de la furnizori din România.

În acest fel, Lidl le oferă clienților mai multe opțiuni pentru cumpărături sustenabile, prin produse neutre din punct de vedere climatic, care, în același timp, au și efecte pozitive asupra biodiversității și conservării resurselor.

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

www.corporate.lidl.ro

www.globalgap.org

[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