



Lidl România investește 150.000 de lei în renovarea castelului Bánffy din Bonțida. Acesta este cel de-al treilea an în care retailerul donează pentru restaurarea monumentului, în calitate de partener strategic al Electric Castle

Continuându-și angajamentul de a investi în comunitățile unde își desfășoară activitatea, Lidl România se implică pentru al treilea an consecutiv în renovarea castelului Bánffy din Bonțida. În 2021, retailerul și-a propus ca, pentru fiecare recipient PET sau doză de aluminiu colectată prin intermediul aparatelor de colectare selectivă automată din incinta EC_Special, să doneze câte 1 leu pentru restaurarea monumentului. Deși, pe perioada celor 10 zile de festival, participanții au colectat aproximativ 5.000 de recipiente prin intermediul acestor aparate, Lidl a decis să doneze 150.000 de lei, pentru a acoperi toată suma necesară pentru lucrările de renovare și modernizare.

Odată cu donația de 150.000 de lei de anul acesta, Lidl România a investit peste 340.000 de lei în renovarea castelului Bánffy din Bonțida, din 2019 și până acum, în calitate de partener strategic al Electric Castle. Cu ajutorul Lidl, au fost realizate lucrări precum construcția unor scări interioare și a unei rampe de acces din interiorul clădirii. Suma donată în 2021 va fi folosită pentru restaurarea unor porți și uși aferente clădirii principale și de la grajduri, precum și dezvoltarea infrastructurii pentru a facilita accesul turiștilor la castelul Bánffy.

Inițiativa de a investi și anul acesta în renovarea monumentului face parte din programul Environment First, prin care Lidl România și Electric Castle și-au propus să reducă amprenta ecologică a festivalului, dar și să dezvolte o conștiință eco în rândul participanților la festival. Programul a vizat și alte inițiative, derulate în cadrul EC_Special, în perioada 6 – 15 august 2021, la Bonțida și în Cluj-Napoca. Astfel, în parteneriat cu GreenPoint Management, Lidl România a amplasat trei aparate de colectare selectivă





automată, cu ajutorul căroră au fost colectate aproximativ 5.000 de recipiente PET și doze de aluminiu. Totodată, retailerul a amplasat, în cadrul festivalului, 20 de stații de colectare separată pentru deșuri reciclabile și resturi menajere, unde au fost strânse 5,2 tone de plastic și metal, precum și aproape 1,4 tone de carton, care au fost trimise spre centre de reciclare.

Toate inițiativele Lidl România în domeniul reducerii cantității de deșuri din plastic se înscriu în strategia REset Plastic a Grupului Schwarz, din care retailerul face parte. Aceasta cuprinde cinci zone de acțiune – 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.

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 este prezent în 32 de țări din întreaga lume și în prezent operează aproximativ 11.550 de magazine și peste 200 de centre logistice și depozite în 29 de țări la nivel mondial.

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