



Lidl România introduce în magazine noi articole pentru uz casnic realizate din 100% plastic reciclat, în oferta săptămânală de produse de tip *in-and-out*

Din 14 octombrie, Lidl România lansează o nouă colecție de articole de uz casnic, realizate din 100% plastic reciclat, ca parte a sortimentului său de produse *in-and-out*. La fel ca prima colecție de articole de uz casnic realizate din plastic reciclat, introdusă în luna aprilie, și acest demers se aliniază la REset Plastic, strategia de reducere a plasticului a Grupului Schwarz, din care retailerul face parte, pentru a susține viziunea „Mai puțin plastic – închiderea buclei”. Pentru realizarea produselor pentru uz casnic din cea de-a doua colecție introdusă în magazinele Lidl din România s-au utilizat aproape 23 tone de plastic reciclat.

Împreună cu divizia de mediu a Schwarz Group, PreZero, Lidl lansează o a doua colecție de produse de uz casnic din plastic reciclat. Materialul utilizat pentru realizarea acestor produse este așa-numitul "material reciclat după consum" (*Post Consumer Recycling Material* sau PCR), adică 100% plastic reciclat. Prin intermediul noii colecții de produse de uz casnic, Lidl și PreZero oferă plasticului vechi o nouă viață. În același timp, procesul de fabricare a produselor din colecție folosește semnificativ mai puține resurse decât produsele convenționale, realizate din plastic virgin.

Ce este special la produsele pentru uz casnic realizate din material reciclat: contribuția diferitelor divizii ale Grupului Schwarz oferă valoare adăugată acestor produse și creează o colaborare





transversală în cadrul strategiei REset Plastic. PreZero, divizia de mediu a grupului, este responsabilă cu gestionarea deșeurilor și a reciclării, iar produsele astfel reciclate sunt comercializate în magazinele Lidl.

Astfel, din 14 octombrie, în oferta săptămânală de articole *in-and-out* de la Lidl, clienții vor găsi noi produse prietenoase cu mediul, precum *cutii de depozitare cu capac (29,99 lei)*, *coșuri de gunoi duo (49,99 lei)*, *cutii pentru depozitare (14,99 lei)* și *coșuri pentru rufe (14,99 lei)*.

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. În acest fel, a fost posibilă reutilizarea a aproape 23 tone de plastic în fabricarea noilor produse de uz casnic disponibile în magazinele din România, și peste 1.400 tone de plastic pentru fabricarea aceluiași tipuri de produse care au ajuns în magazinele Lidl din întreaga lume.

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.





De asemenea, tot 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, iar până la sfârșitul anului 2021, să nu mai folosească plastic negru în ambalarea produselor marcă proprie, contribuind semnificativ la creșterea capacității acestor ambalaje de a fi reciclate. 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.

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 30 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.reset-plastic.com
www.corporate.lidl.ro
[Facebook Lidl Romania](#)
[Instagram @LidlRomania](#)
[Youtube LidlRomania](#)
[Twitter Lidl Romania](#)

