



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sintra, 23 de março de 2018

LIDL PORTUGAL REDUZ O CONSUMO DE PLÁSTICO EM 20% ATÉ 2025

O esforço na redução de plástico faz parte da estratégia de sustentabilidade do Lidl, que atua sobre o mote “A Caminho do Amanhã”. Com uma forte preocupação pela sustentabilidade o Lidl foi o primeiro retalhista em Portugal a ter a totalidade da sua oferta de bacalhau com a certificação MSC e a abolir a venda de ovos de galinhas de gaiola.

Após várias medidas em prol da sustentabilidade, chega agora a altura do plástico: o consumo de plástico do Lidl em Portugal será reduzido em pelo menos 20% até 2025. Este objetivo será alcançado através de medidas associadas às embalagens dos seus produtos de marca própria, que representa cerca de 80% dos produtos vendidos pelo Lidl Portugal, bem como as embalagens exteriores de produtos de marcas de fabricante.

O Lidl anuncia também que até 2025, todas as suas embalagens de marca própria serão recicláveis, apoiando assim parte da estratégia europeia para os plásticos apresentada recentemente pela Comissão Europeia.

Em linha com a sua aposta na eficiência, o Lidl investe há já vários anos na redução do uso dos materiais utilizados nas embalagens, enquanto melhora o potencial de reciclagem dos mesmos. Desde Julho de 1995, data da entrada do Lidl no mercado português, foi introduzido o pagamento dos sacos de plástico, de forma a incentivar uma utilização prudente e ponderada dos mesmos. O Lidl foi pioneiro nesta medida, tendo também disponibilizado soluções mais duradouras e sustentáveis para o transporte das compras ao longo do tempo. Com o anúncio da redução de 20% do consumo de plástico nas suas marcas próprias, o Lidl dá continuidade a este trabalho de fundo.

Lidl Portugal – Departamento de Comunicação Corporativa

Rua Pé de Mouro 18, Linhó | 2714-510 Sintra



COMUNICADO DE IMPRENSA

A empresa tem analisado, em parceria com os seus parceiros de negócio, as situações onde é possível abdicar do plástico, ou onde existem alternativas mais sustentáveis. O Lidl procura também disponibilizar artigos não embalados ou a granel na sua secção de Frutas e Legumes, Padaria e Frutos Secos, sendo que irá continuar a otimizar a oferta noutras famílias de produtos.

O Lidl Portugal defende, com efeito, a economia circular, como prova de uma política de gestão de recursos eficiente e como forma de prevenir resíduos e contribuir para a redução do desperdício. A marca aposta por isso na promoção de processos de gestão de resíduos por valorização/reciclagem em todo o país, nas suas mais de 250 lojas e 4 centros logísticos, tendo reciclado e/ou valorizado mais de 3.500 toneladas de plástico apenas nos últimos três anos. Outro exemplo é que todo o cartão separado é reciclado, dando vida a novas embalagens e evitando desperdício.

Para dar continuidade à sua política de gestão eficiente de recursos a empresa assinou recentemente uma parceria com a AMB3E, enquanto entidade gestora do fluxo de embalagens e resíduos de embalagens, com o objetivo de reforçar o princípio da sustentabilidade e contribuir para o aumento do ciclo de vida dos materiais.

A aposta numa política de sustentabilidade 360º é visível também nos seus produtos, com um grande esforço de certificação associadas à procura pela máxima qualidade ao melhor preço. Por exemplo, a totalidade da oferta de bacalhau do Lidl tem a certificação MSC, que permite o rastreio do produto durante todo o processo de produção e assegura a sustentabilidade da espécie. Além disso, o Lidl foi pioneiro ao abolir a venda de ovos de galinhas de gaiola, promovendo o bem-estar animal e a qualidade do seu produto final. No que toca a chocolate, toda a sua gama Favorina oferece chocolates com cacau produzido de forma sustentável, garantindo a qualidade da produção e o respeito pelos direitos dos trabalhadores envolvidos.

A sustentabilidade é um eixo essencial para o Lidl Portugal poder cumprir diariamente a sua promessa de qualidade ao melhor preço.

Lidl Portugal – Departamento de Comunicação Corporativa

Rua Pé de Mouro 18, Linhó | 2714-510 Sintra



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sobre o Lidl:

O Lidl, empresa de retalho pertencente ao grupo alemão Schwarz, é um dos líderes de mercado a nível europeu. Tem representação em 30 países e conta com mais de 10.000 lojas, mais de 150 centros de distribuição em 28 países e cerca de 225.000 colaboradores. Há mais de 20 anos em Portugal, o Lidl continua a apostar na remodelação das suas lojas, cumprindo a promessa de Mais para Si e fornecendo produtos de máxima qualidade ao melhor preço.

O dinamismo no trabalho do quotidiano, a força como um resultado e o respeito mútuo com colaboradores e parceiros caracterizam o trabalho da empresa em todos os países onde está presente. A simplicidade e a orientação de processos determinam as operações diárias nas lojas, centros de distribuição regionais e serviços. Para o Lidl a sustentabilidade é cumprir a sua promessa de qualidade, todos os dias. A empresa foca-se onde as suas próprias ações têm efeitos reais e por isso centra-se em cinco áreas de atuação: Sortido, Colaboradores, Ambiente, Parceiros de Negócios e Sociedade.

Lidl Portugal – Departamento de Comunicação Corporativa

Rua Pé de Mouro 18, Linhó | 2714-510 Sintra



COMUNICADO DE IMPRENSA

O Grupo Schwarz é o maior retalhista alimentar da Europa desde 2014 e gerou um volume de negócios de 90,2 mil milhões de euros no ano fiscal de 2016

Contactos

Lidl Portugal:

Departamento de Comunicação Corporativa | 219 102 124 | comunicacao@lidl.pt

Cunha Vaz & Associados:

Sofia Duff Burnay & Patrícia Brito | 210 120 600 | sb@cunhavaz.com / pb@cunhavaz.com

Site: <http://www.lidl.pt>

Facebook: <http://www.facebook.com/lidlportugal>

Instagram: <http://www.instagram.com/lidlportugal>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/lidl-portugal/>

Lidl Portugal – Departamento de Comunicação Corporativa

Rua Pé de Mouro 18, Linhó | 2714-510 Sintra