



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sintra, 03 de janeiro de 2020

LIDL ENTRA EM 2020 SEM SACOS DE PLÁSTICO E COM NOVO COMPROMISSO EM PROL DO AMBIENTE

O Lidl Portugal entra no novo ano mais amigo do ambiente, tornando-se na primeira empresa do setor de retalho alimentar a eliminar a venda de sacos de plástico para o transporte de compras, nas suas mais de 255 lojas de Norte a Sul do país.

Adicionalmente, assume um novo compromisso: até ao fim de 2020, as embalagens de todos os artigos alimentares e não alimentares de marca própria serão feitas de material reciclado ou fibra virgem com certificação FSC.

Comprometido em reduzir em 20% a utilização de plástico até ao ano de 2025, o Lidl Portugal começa 2020 sem sacos de plástico para transporte de compras. A operação, iniciada de forma faseada em maio de 2019, está agora concluída e o Lidl entra neste novo ano sem sacos de plástico nas suas mais de 255 lojas em território nacional, de Norte a Sul do país – o que significa que a empresa deixará de colocar no mercado cerca de 25 milhões de sacos de plástico em Portugal anualmente.

O retalhista tem vindo a investir na sensibilização da sociedade para a importância da reutilização, pelo que disponibiliza, para transporte de compras, sacos de ráfia com 60% de material reciclado, vendidos a 50 cêntimos, ou, no caso das frutas e legumes, sacos reutilizáveis, laváveis e 100% recicláveis, com duas unidades a custarem 69 cêntimos, capazes de suportar um peso até 5Kg – para além destas opções, os clientes podem igualmente optar por sacos de papel em dois tamanhos, médio e grande, vendidos a 10 e 14 cêntimos respetivamente, com 60% a 70% de pasta de papel reciclada na sua composição e certificação FSC Misto (embalagens provenientes de fontes responsáveis).

O ano inicia-se ainda com um novo compromisso: **até ao final de 2020, as embalagens de todos os artigos de marca própria, que representam cerca de 70% dos seus produtos vendidos, serão feitas de material reciclado ou fibra virgem com certificação FSC.** Esta certificação assegura que o papel e o

Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: T: 219 102 277 | E: press@lidl.pt

Cunha Vaz & Associados: Sofia Duff Burnay/Patrícia Brito | T: 210 120 600 | E: sb@cunhavaz.com/pb@cunhavaz.com



COMUNICADO DE IMPRENSA

cartão utilizados na produção de embalagens têm origem em florestas com gestão sustentável e promovem benefícios sociais, ambientais e económicos. Desta forma, a empresa procura apoiar o uso mais responsável da celulose e proteger as florestas.

Segundo Bruno Pereira, Administrador de Compras do Lidl Portugal, *“a sustentabilidade faz parte do nosso ADN e é transversal a toda a nossa cadeia de valor. O trabalho que temos vindo a desenvolver com o objetivo de eliminar, reduzir, substituir e transformar - e a sensibilização da sociedade em relação ao plástico é primordial, mas é apenas um dos nossos focos e não o único: a utilização de papel sustentável, garante de uma boa gestão florestal, assegura um equilíbrio igualmente importante e vital para o meio ambiente.”*

De acordo com o relatório da ANP|WWF “Repensar o Plástico em Portugal” (2019), a quantidade de embalagens de plástico descartáveis produzidas em 2016 no nosso país, nas quais se incluem os sacos, foi de 195.902 toneladas. Ângela Morgado, Diretora Executiva desta ONG, reforça que *“para além dos valores de produção altos, a percentagem de itens reciclados globalmente no período de 1950-2015 foi apenas de 9%, e 12% foram incinerados. Os restantes 79% ficaram acumulados em aterros e perdidos na natureza, por isso é urgente travar a fuga de plásticos para os oceanos. Todas as ações responsáveis, como é exemplo a decisão do Lidl em parar a venda de sacos plásticos em todas as lojas e passar a utilizar menos plástico em artigos de marca própria, são um passo na direção certa”*.

Com uma forte estratégia de sustentabilidade e de redução de plástico a 360º graus, o Lidl foi a primeira cadeia de retalho em Portugal a assinar o pacto ambiental com as Nações Unidas e com a Fundação Ellen MacArthur. A nível nacional, a empresa tem sido pioneira na implementação de medidas em prol da redução do consumo de plástico.

SABIA QUE:

- Desde agosto de 2018 que descontinuámos a venda de plásticos descartáveis, evitando a entrada anual no sistema de 12,5 milhões de copos e mais de 5 milhões de pratos;
- Estamos a substituir as couvettes de plástico por cartão nas frutas e legumes (ex. kiwi e alho francês) e a reduzir a micragem das embalagens de plástico;
- O plástico preto utilizado em parte do nosso sortido de carne fresca, tem vindo a ser substituído por plástico transparente, já que o método usado para colorir o plástico preto faz com que este não

Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: T: 219 102 277 | E: press@lidl.pt

Cunha Vaz & Associados: Sofia Duff Burnay/Patrícia Brito | T: 210 120 600 | E: sb@cunhavaz.com/pb@cunhavaz.com



COMUNICADO DE IMPRENSA

seja reconhecido pelos sistemas de triagem usados na maioria das fábricas, indo diretamente para o aterro. O plástico transparente é reciclado mais facilmente.

Mais informações em: www.institucional.lidl.pt/media-center

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 32 países e conta com cerca de 10.800 lojas e mais de 160 centros de distribuição em 29 países. Há quase 25 anos em Portugal, o Lidl tem cerca de 6800 colaboradores, distribuídos por mais de 255 lojas, de norte a sul do país, e quatro direções regionais e entrepostos, para além da sede: Famalicão (Norte), Torres Novas (Oeste), Sintra (Centro) e Palmela (Sul).

O Lidl aposta no fornecimento produtos de máxima qualidade ao melhor preço. A simplicidade e a orientação de processos determinam as operações diárias nas lojas, centros de distribuição regionais e serviços. A sede do Lidl, localizada na cidade alemã de Neckarsulm, é responsável pela conceção e estrutura de todos os processos standardizados.

O Lidl conta atualmente com cerca de 287.000 colaboradores em todo o mundo. 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.

No quotidiano, a empresa assume a responsabilidade pelas pessoas, sociedade e ambiente. Para o Lidl a sustentabilidade é cumprir a sua promessa de qualidade, todos os dias. Assim, 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.

De acordo com a LZ Retailytics, o Grupo Schwarz é o maior retalhista alimentar da Europa, tendo gerado vendas superiores a 100 mil milhões de euros no ano fiscal de 2018.

Segundo um Estudo de Impacto realizado pela consultora independente KPMG, só em 2018, o Lidl Portugal contribuiu com 2.120 milhões de euros a nível de geração de riqueza, representando 1% do PIB nacional.

Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: T: 219 102 277 | E: press@lidl.pt

Cunha Vaz & Associados: Sofia Duff Burnay/Patrícia Brito | T: 210 120 600 | E: sb@cunhavaz.com/pb@cunhavaz.com