



## 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, 100% das suas embalagens plásticas de marca própria incorporam materiais 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.

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.

---

**Lidl Portugal – Departamento de Comunicação Corporativa**

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



## COMUNICADO DE IMPRENSA

---

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.

### **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](mailto:comunicacao@lidl.pt)

#### Cunha Vaz & Associados:

Sofia Duff Burnay & Patrícia Brito | 210 120 600 | [sb@cunhavaz.com](mailto:sb@cunhavaz.com) / [pb@cunhavaz.com](mailto: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