



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sintra, 08 de julho de 2020

TRANSFORMAR É DE VALOR - LIDL DEVOLVE À COMUNIDADE O VALOR DO PLÁSTICO RECOLHIDO, TRANSFORMANDO-O EM DONATIVO PARA IPSS LOCAIS

O projeto TransforMAR está de regresso e veio para ficar: o projeto passa a ter a duração de 1 ano e irá marcar presença, durante dois meses consecutivos, em 15 praias de norte a sul do país, no decorrer desta época balnear. Em resultado do atual contexto socio-económico, o plástico recolhido será convertido em valor e devolvido à comunidade através de um donativo monetário a IPSS locais.

O TransforMAR já regressou aos areais nacionais e irá marcar presença em 15 praias, de norte a sul do país, durante os meses de julho e agosto, para sensibilizar os veraneantes para a importância de uma boa conduta ambiental em praia e para os princípios da economia circular. De forma permanente, no decorrer destes dois meses, cada uma destas praias terá um depósito próprio, que promove a recolha de materiais plásticos e de metal, produzidos pelos veraneantes enquanto usufruem do seu tempo em praia. Integrado na estratégia Reset Plastic, a estratégia internacional para os plásticos do Grupo Schwarz, grupo do qual o Lidl faz parte, o TransforMAR promove um repensar dos comportamentos através da recuperação, reutilização, reciclagem e redução do desperdício de materiais plásticos. Alargando a sensibilização das boas práticas coletivas, o referido depósito conta ainda com uma explicação da nova sinalética de praia - semáforos – necessária para a redução de contágio do vírus COVID-19.

Em resposta ao atual contexto de pandemia, e aos desafios económicos por ele trazidos, o TransforMAR, atento às necessidades da comunidade, volta a reinventar-se, transformando o plástico recolhido em donativos monetários para 15 IPSS locais nos concelhos das praias onde o TransforMAR irá marcar presença, mostrando, ainda com uma força maior, que aqui o plástico é de valor! Em conjunto com as câmaras municipais, que têm demonstrado um papel ativo na proteção do planeta

Lidl Portugal

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

Cunha Vaz & Associados: Sofia Duff Burnay/Joana Nunes | T: 210 120 600 | E: sb@cunhavaz.com/jn@cunhavaz.com



COMUNICADO DE IMPRENSA

desde a primeira edição do projeto, e que demonstram agora forte empenho para com a sua comunidade, será possível selecionar estas IPSS e responder às suas dificuldades.

Nesta 3ª edição junta-se ao TransforMAR, também enquanto parceiro, a Brigada do Mar, que permitirá ao projeto dar mais um passo diferenciador, alargando a sua duração: a limpeza de praias, e de outras zonas não concessionadas, fora da época balnear, assegurando a recolha de todo o tipo de resíduos ao longo do ano.

Este projeto, que surge de uma iniciativa pioneira do Lidl Portugal e Electrão, conta com as parcerias da Associação Bandeira Azul da Europa (ABAE), Quercus, Associação Zero, Agência Portuguesa do Ambiente (APA) e, pelo segundo ano consecutivo, com o apoio institucional do Ministério do Ambiente e da Ação Climática – que destaca o TransforMAR como um projeto alinhado com os objetivos e prioridades do Ministério em matéria do uso sustentável do plástico e com os seus compromissos assumidos a nível nacional neste contexto (New Plastic Economy Global Commitment, Circular Plastics Alliance, Pacto Português para os Plásticos, European Plastic Pact).

Para Vanessa Romeu, Diretora de Comunicação Corporativa do Lidl Portugal, *“A 3ª edição do TransforMAR reforça o nosso compromisso em prol da redução do plástico e não só garante as praias mais limpas, como promove comportamentos responsáveis. Este ano através da parceria com a Brigada do Mar conseguimos alargar a nossa intervenção, levando mais longe este projeto que prevê sensibilizar a sociedade e proteger o planeta. Simultaneamente, é-nos possível reforçar o apoio às comunidades locais, através da valorização do plástico recolhido, que é devolvido à população através de donativos monetários a 15 IPSS locais, nos concelhos das praias envolvidas no projeto”.*

Pedro Nazareth, Diretor-Geral do Electrão refere, *“Acreditamos que esta campanha e esta parceria com o Lidl Portugal, que conta já a 3ª edição, são fundamentais para o desenvolvimento da nossa missão de sensibilizar a população para um consumo mais sustentável e para a separação do plástico e o seu correto encaminhamento para reciclagem. O TransforMAR é cada vez mais uma campanha de referência nacional no que diz respeito à recolha de plásticos e à proteção dos oceanos, que este ano incorpora também a componente da limpeza das praias em parceria com a Brigada do Mar. São iniciativas destas que simbolizam a importância da ação e responsabilidade individual para fazer diferença.”*

Lidl Portugal

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

Cunha Vaz & Associados: Sofia Duff Burnay/Joana Nunes | T: 210 120 600 | E: sb@cunhavaz.com/jn@cunhavaz.com



COMUNICADO DE IMPRENSA

Simão Acciaioli, Presidente da Brigada do Mar afirma, *"A parceria com o projeto TransforMAR, vai-nos permitir continuar a descontaminar uma vasta área da costa portuguesa assim como concretizar a ambição de atuar em novas zonas fortemente afetadas pela poluição marinha. O resultado destas ações de forma continuada e consistente, onde habitualmente recolhemos cerca de 2 toneladas por dia, irá ter um impacto extremamente positivo na biodiversidade e no complexo dunar da costa portuguesa, ver para crer"*

Sobre a estratégia REset Plastic

O Grupo Schwarz, composto pelas suas duas empresas, Lidl e Kaufland, é uma das maiores empresas retalhistas internacionais. Como tal, está consciente da sua responsabilidade para com o ambiente e assume-a. Com o nome REset Plastic, o grupo desenvolveu uma estratégia holística aplicada internacionalmente, comprometendo cinco áreas de ação para com os plásticos: desde evitar e desenhar, passando pela reciclagem e remoção, até à inovação e educação. Ao fazê-lo, a visão de "menos plástico - ciclos fechados" irá tornar-se realidade. Os cinco princípios orientadores das áreas de ação da "REset Plastic, a estratégia de plásticos do Grupo Schwarz" são:

REduzir

Evitamos o plástico sempre que possível, de forma sustentável. Não só na embalagem!

REdesenhar

Desenhamos embalagens recicláveis, que fechem o ciclo.

REciclar

Recolhemos, separamos e reciclamos o plástico de forma a fecharmos o ciclo dos materiais.

REmover

Apoiamos a remoção de resíduos plásticos do ambiente.

Pesquisar (REsearch)

Investimos na investigação e no desenvolvimento de soluções inovadoras e educamos sobre reciclagem.

Saiba mais: www.reset-plastic.com

Sobre o Lidl:

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

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.

Lidl Portugal

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

Cunha Vaz & Associados: Sofia Duff Burnay/Joana Nunes | T: 210 120 600 | E: sb@cunhavaz.com/jn@cunhavaz.com



COMUNICADO DE IMPRENSA

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.

Sobre o Electrão:

O Electrão – Associação de Gestão de Resíduos é a entidade responsável por três dos principais sistemas de recolha e reciclagem de resíduos: equipamentos elétricos, pilhas e embalagens. Gere uma rede de cerca de 5500 locais de recolha de equipamentos elétricos e pilhas usados.

Lidl Portugal

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

Cunha Vaz & Associados: Sofia Duff Burnay/Joana Nunes | T: 210 120 600 | E: sb@cunhavaz.com/jn@cunhavaz.com