



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sintra, agosto de 2020

LIDL LANÇA A SUA PRIMEIRA COLEÇÃO DE TÊNIS, DA SUA MARCA PRÓPRIA, CRIVIT, FEITA COM PLÁSTICO RECICLADO

Focado na sustentabilidade e inovação, procurando sempre a melhoria entre a preservação ambiental e a qualidade dos seus produtos ao melhor preço, o Lidl estreia-se no calçado casual e desportivo com uma coleção de ténis fabricada com plástico reciclado, a Ocean Bound Plastic, da marca Crivit.

A proteção do planeta é um dos três princípios de atuação responsável e sustentável do Lidl na estratégia de responsabilidade corporativa, “A caminho do amanhã”, a par com a promoção de estilos de vida sustentáveis e o apoio às comunidades locais, pelo que a oferta de produtos com menor impacto ambiental e que contribuem para a sustentabilidade do ecossistema é uma das principais preocupações da marca. A pensar nisso, e como parte da estratégia global do Grupo de redução do plástico – Reset Plastic - o Lidl lançará, a 31 de agosto, a sua primeira coleção de ténis fabricada com plástico reciclado.

De acordo com a organização não governamental WWF, cerca de 32% do plástico a nível mundial produzido é libertado para o ambiente e para os oceanos, aumentando a sua poluição e colocando em risco os animais. Por forma a proteger os oceanos e a evitar que o lixo entre no mar, 25% do tecido dos ténis é Ocean Bound Plastic - termo utilizado para o plástico recolhido nas praias, ilhas e zonas costeiras - neste caso da Ásia - e que dá nome a esta coleção. Os restantes 75% do tecido, são feitos a partir de garrafas de plástico recolhidas e recicladas de forma convencional. As garrafas são prensadas, limpas e trituradas para que possam ser processadas em fios de reciclagem, que é então usado para a fabricação de calçado (material superior em tecido). Assim, a parte têxtil da coleção Ocean Bound Plastic do Lidl, é feita 100% de plástico reciclado, representando cerca de 20% do total dos ténis.

Disponível para toda a família - para criança, a 14,99€, e para adulto, a 16,99€ - nas cores rosa, cinzento e preto, cada modelo é produzido com aproximadamente 11 a 16 garrafas de plástico. Para um maior conforto, o exterior é feito em malha respirável e a palmilha com espuma de memória, adaptando-se perfeitamente ao pé e proporcionando um maior conforto.

Lidl Portugal

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

Press Club: Margarida Borges | T: 21 011 33 20 | E: margarida@pressclub.pt



COMUNICADO DE IMPRENSA

Comprometido a cuidar do nosso planeta, o Lidl procura diariamente integrar as melhores práticas de sustentabilidade ao longo da sua cadeia de valor. A redução do impacto ambiental, a rastreabilidade das matérias-primas, o cumprimento das condições de trabalho socialmente aceitáveis e a sustentabilidade do ecossistema, são alguns dos seus objetivos principais, a par da sensibilização da sociedade para estes temas fulcrais.

Exemplo disso, é o projeto TransforMAR, que tem a decorrer a sua 3ª edição, em que os veraneantes são desafiados a colocarem os seus resíduos plásticos e de metal num depósito próprio, evitando que o seu destino seja o mar, com o compromisso de os transformar num benefício direto para a comunidade, já que o plástico recolhido será transformado em donativos monetários para 15 IPSS locais nos concelhos das praias onde o projeto irá marcar presença.

Com o [Reset Plastic](#), o Grupo desenvolveu uma estratégia holística internacional com cinco áreas de ação: desde o design à reciclagem e remoção, até à inovação e educação, tendo vindo a assumir vários compromissos sustentáveis e tendo sido pioneiro em alguns deles, nomeadamente: em 2018, assumiu o compromisso de reduzir o consumo de plástico nas embalagens de marca própria em 20% até 2025 e garantir até esta data que 100% das suas embalagens de marca própria são recicláveis; desde agosto de 2018, descontinuou a venda de plásticos descartáveis, evitando a entrada no sistema de copos e pratos de plástico descartáveis, poupando 125 toneladas de plástico anualmente; e foi a primeira cadeia do retalho a abolir a venda de sacos de plástico para transporte de compras em todas as lojas a nível nacional - menos 25 milhões de sacos de plástico por ano. Adicionalmente, estão disponíveis para venda, em todas as suas lojas, sacos de poliéster reutilizáveis e 100% recicláveis para frutas e legumes, que suportam um peso até 5kgs e podem ser reutilizados e lavados a 30°C múltiplas vezes – os 'Green Bags'.

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.

Lidl Portugal

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

Press Club: Margarida Borges | T: 21 011 33 20 | E: margarida@pressclub.pt



COMUNICADO DE IMPRENSA

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

Lidl Portugal

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

Press Club: Margarida Borges | T: 21 011 33 20 | E: margarida@pressclub.pt