



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sintra, março de 2021

PROJETO TRANSFORMAR RECOLHE MAIS DE 47 TONELADAS DE PLÁSTICO NAS PRAIAS PORTUGUESAS

A iniciativa esteve presente em 15 praias, de norte a sul do país e, fora da época balnear, promoveu oito ações de limpeza, com os voluntários da Brigada do Mar, ao longo de mais de 200 km de costa. O plástico recolhido foi convertido em donativos monetários para apoiar 15 IPSS selecionadas pelas autarquias que acolheram o projeto.

O projeto TransforMAR, promovido pelo Lidl Portugal e Electrão, em parceria com a Associação Bandeira Azul da Europa (ABAE), Quercus, Associação Zero, Agência Portuguesa do Ambiente (APA) e, com o apoio institucional do Ministério do Ambiente e da Ação Climática, voltou a marcar presença nas praias portuguesas durante a época balnear passada, com o objetivo de sensibilizar os veraneantes para a importância de uma boa conduta ambiental em praia e para os princípios da economia circular - através da recuperação, reutilização, reciclagem e redução do desperdício de materiais plásticos.

Naquela que foi a sua 3ª edição, esta iniciativa contou também com a participação da Brigada do Mar, que se associou ao projeto alargando a sua abrangência e duração, permitindo a recolha de resíduos plásticos em outras zonas, que não as concessionadas, fora da época balnear.

Através da disponibilização de um depósito próprio em 15 praias portuguesas de norte a sul do país, para que os veraneantes pudessem colocar os seus resíduos plásticos durante os meses de julho, agosto e setembro, o TransforMAR recolheu um total de 5,4 toneladas de plástico, um resultado que superou os números da edição anterior (2,6 toneladas). Em parceria com a associação da Brigada do Mar, o projeto promoveu ainda, ao longo do ano de 2020, 8 ações de limpeza de praias, numa extensão de mais de 200 km de costa que, com a intervenção de 76 voluntários, permitiram retirar da orla marítima 42 toneladas de resíduos plásticos, quase 80% do total de resíduos recolhidos.

Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: E: press@lidl.pt | Info: www.institucional.lidl.pt

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



COMUNICADO DE IMPRENSA

Assumindo o compromisso de transformar o plástico recolhido num benefício direto para a comunidade e, em resposta aos desafios económicos trazidos pelo atual contexto de pandemia, o projeto transformou o total das 47,4 toneladas de plástico recolhido em donativos monetários para apoiar IPSS locais nos concelhos das praias onde o TransforMAR marcou presença. Seleccionadas pelas câmaras municipais que têm demonstrado um papel ativo na proteção do planeta, desde a primeira edição do TransforMAR, 15 IPSS irão receber um apoio de mil euros cada, na sequência da valorização de cada tonelada de plástico recolhido, para melhor servirem a comunidade.

Mostrar que, neste caso, o plástico é de valor, tem sido a premissa deste projeto que nas suas duas edições anteriores transformou o plástico recolhido em equipamentos para a prática de atividade física e em mobiliário urbano.

Para Vanessa Romeu, Diretora de Comunicação Corporativa do Lidl Portugal, *"O TransforMAR é um projeto inovador na forma como transforma o plástico recolhido num benefício para a comunidade, numa lógica de economia circular, e os seus resultados têm-se superado ano após ano. Este ano, através da parceria com a Brigada do Mar, conseguimos alargar a abrangência e duração do projeto resultando em mais plástico recolhido das nossas praias".*

Pedro Nazareth, Diretor Geral do Electrão - Associação de Gestão de Resíduos, afirma que *"A necessidade de efetuarmos a separação de resíduos, incluído as embalagens de plástico, e de garantirmos seu correto encaminhamento, é fundamental para a proteção do ambiente! O TransforMAR promove esta educação e sensibilização do público, alertando para o impacto dos resíduos nos ecossistemas e habitats marinhos, ao mesmo tempo que desenvolve ações que contribuem para termos praias e um oceano mais limpo. É por esta razão que continuamos a apoiar o Lidl Portugal nesta campanha, que depois de 3 edições de sucesso, é já uma referência nacional na área da sustentabilidade ambiental!"*

Para Catarina Gonçalves, Coordenadora Nacional do Programa Bandeira Azul, O TransforMAR *"é um projeto que vai ao encontro da mensagem de sensibilização, que deve ser amplamente transmitida a todos os utentes das praias, relativa à urgência de alteração de comportamentos que tenham como resultado a reutilização, a reciclagem e, sobretudo, a redução do plástico/metal, difundida pelo Programa Bandeira Azul. Esta é uma iniciativa que desafia os portugueses, não só a recolher plásticos, mas também a entender o peso/impacto das suas ações nos Oceanos e na sustentabilidade do nosso Planeta."*

Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: E: press@lidl.pt | Info: www.institucional.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 representante da Brigada do Mar, Simão Acciaioli, que se juntou ao TransforMAR pela primeira vez este ano, refere que *“o projeto TransforMAR permitiu-nos fazer muito mais, ajudou a Brigada do Mar a passar do estado “como?” Para o estado “quando?” Deu-nos uma ajuda determinante e sobretudo permitiu descontaminar uma área que há anos queríamos intervir que foi a Reserva Natural das dunas de São Jacinto onde recolhemos umas surpreendentes 12 toneladas! O mar não é de todos, só é de quem o sabe proteger e de o Amar e o projeto Transformar é sem dúvida uma forma de Amar.”*

Sandra Pereira, coordenadora responsável da Quercus, considera que *“Ainda que vivamos um momento muito sensível em termos de saúde pública a nível global, a sociedade continua mobilizada para as questões ambientais, e é indispensável envolver os consumidores numa utilização mais consciente dos recursos. O projeto TransforMAR, pelos resultados alcançados e pela dinâmica demonstrada, tem sido um excelente exemplo de como se pode promover a economia circular em Portugal”*

O TransforMAR contou, 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, bem como os compromissos assumidos a nível nacional neste contexto (New Plastic Economy Global Commitment, Circular Plastics Alliance, Pacto Português para os Plásticos, European Plastic Pact).

Empenhado em promover a redução de plástico a 360 graus, a par do TransforMAR, o Lidl Portugal mantém uma forte estratégia de sustentabilidade que permite contribuir para um amanhã mais sustentável, através da correta gestão dos resíduos e da promoção da economia circular.

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 cadeia foi ainda pioneira ao assumir, em março de 2018, um compromisso de redução de consumo de plástico nas embalagens de marca própria em 20% até 2025; a descontinuar a venda de plásticos descartáveis, em agosto de 2018; e a anunciar o fim da venda de sacos de plástico para transporte de compras até ao final de 2019.

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

Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: E: press@lidl.pt | Info: www.institucional.lidl.pt

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



COMUNICADO DE IMPRENSA

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 7500 colaboradores, distribuídos por mais de 260 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.

O Lidl aposta no fornecimento de 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.

Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: E: press@lidl.pt | Info: www.institucional.lidl.pt

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