

Lidl wprowadza wielokrotki i robi kolejny krok w eko rewolucji

data aktualizacji: 2020.01.16



Sieć Lidl Polska właśnie wprowadziła do sprzedaży „wielokrotki” - wielorazowe torby na zakupy oznaczone certyfikatem Blue Angel, dzięki którym jest możliwe wyeliminowanie do 2 000 ton plastiku w ciągu roku. To kolejny krok sieci w drodze do gospodarki obiegu zamkniętego i realizacji przyjętych zobowiązań w zakresie redukcji plastiku w ramach strategii REset Plastic.

Sieć Lidl Polska realizuje kolejne cele dotyczące redukcji plastiku, prowadzące do zmniejszenia wpływu na środowisko naturalne. Sieć właśnie wprowadziła do sklepów reklamówki i torby na zakupy wielokrotnego użytku, wykonane w 80 proc. z surowców z recyklingu i w 100 proc. nadające się do recyklingu. Zmiany zauważymy na wszystkich plastikowych torbach na zakupy dostępnych w sieci Lidl. Wprowadzone zmiany w gramaturze i surowcu pozwolą zaoszczędzić aż do 2 000 ton plastiku w ciągu roku.

- W ciągu roku w dalszym ciągu każdy z nas zużywa średnio 250-300 toreb - to ogromna ilość plastiku. Korzystając z toreb wiele razy jesteśmy w stanie znacznie ograniczyć jego wolumen. Lidl Polska już eliminuje plastik w opakowaniach produktów marek własnych oraz pracuje nad tym aby wszystkie te opakowania nadawały się do recyklingu. Kolejnym, istotnym krokiem są właśnie zmiany

w zakresie toreb na zakupy - komentuje Aleksandra Robaszkiewicz, Head of Corporate Communication, Lidl Polska.

Grupa Schwarz, do której należą Lidl i Kaufland, jest jednym z największych detalistów na arenie międzynarodowej. Grupa opracowała całościową strategię REset Plastic obejmującą pięć obszarów działania: od redukcji i projektowania przez recykling i niwelowanie wykorzystania plastiku po innowację i edukację.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/lidl-wprowadza-wielokrotki-i-robi-kolejny-krok-w-e,60133>