



INAUGURATO A TRIESTE IL NUOVO LIDL DI VIA POLLAIUOLO

Un complesso intervento di bonifica in un'area da anni degradata che restituisce alla città uno spazio funzionale con una nuova viabilità

Trieste, 4 luglio 2019 – Si è tenuto stamattina, alla presenza del Sindaco **Roberto Dipiazza**, il taglio del nastro del **nuovo punto vendita Lidl di Via Pollaiuolo, angolo Via Ippodromo**. Il nuovo supermercato è frutto di un ambizioso **progetto di riqualificazione** che restituisce a tutta la cittadinanza triestina un'area di **circa 5.000 mq che da oltre 20 anni versava in stato di abbandono**.

L'intervento di bonifica, che ha previsto anche lo **smaltimento di amianto**, si estende nell'area compresa tra Via Pollaiuolo, Via Girlandaio, Via Settefontane e Via Pordenone, nei pressi della cosiddetta ex cartotecnica Saul Sadoch. Il nuovo supermercato ha un'area vendita di circa **1.500 mq** ed è stato costruito in un'ottica di **zero consumo del suolo**. Per contenere al massimo la volumetria, la struttura si sviluppa infatti su due piani e vede al **piano terra la zona vendita**, mentre al **primo piano circa 90 posti auto** a disposizione dei clienti. L'attenzione alla sostenibilità e all'efficienza sono alla base di questo edificio che rientra in **classe energetica A** ed è dotato di ampie vetrate per favorire la luminosità naturale, oltre che di un impianto di **illuminazione a led e di pareti insonorizzate**.

Contestualmente all'inaugurazione del nuovo Lidl la comunità potrà godere di un'area che si presenta con una **rinnovata immagine e maggiori servizi**: i lavori hanno portato infatti il **ripristino della viabilità e la cessione al Comune di Via Ghirlandaio** a cui si aggiunge **l'allargamento di Via Pollaiuolo con la realizzazione di 10 posti auto** a disposizione dei cittadini. Per facilitare l'accesso sono stati anche **demoliti alcuni edifici pericolanti** con un vantaggio in termini di **vivibilità e di luminosità** dell'area. Il progetto, frutto di un'operazione sinergica della durata di solo **23 settimane di cantiere**, ha riportato alla luce il quartiere e ha permesso **l'assunzione di ben 10 collaboratori**.

Umberto Nordio, Direttore Regionale di Lidl Italia, ha dichiarato: *“Oggi non siamo qui solo per inaugurare il nostro nuovo punto vendita, ma anche per raccontare di un progetto di riqualificazione che riporta alla luce un'area da anni degradata. Siamo orgogliosi di offrire alla città di Trieste un punto vendita funzionale e moderno che è stato costruito con soluzioni all'avanguardia, senza consumo di suolo. Un servizio aperto alla collettività per la spesa sotto casa che ha portato alla trasformazione dell'area con una nuova viabilità e maggiori parcheggi. Questo intervento esprime tutta la volontà di Lidl di rispondere alle esigenze del territorio ed è stato possibile grazie alla proficua collaborazione instaurata con l'amministrazione comunale.”*



COMUNICATO STAMPA

Sugli scaffali del nuovo supermercato di Via Pollaiuolo, angolo Via Ippodromo aperto da lunedì a sabato dalle 8:00 alle 22:00 e la domenica dalle 8:30 alle 21:00, i clienti potranno trovare un ampio assortimento di **oltre 2.000 prodotti. Più dell'80% degli articoli è Made in Italy**, in particolare la linea *Italiama* che rappresenta il meglio del patrimonio gastronomico del nostro Paese e coniuga ottima qualità ad un prezzo conveniente. Infine, per tutta la settimana di apertura Lidl ha previsto sconti e offerte su ortofrutta, carne e molti altri articoli.

LIDL IN FRIULI

Lidl opera in Friuli con 29 punti vendita e una piattaforma logistica a Sesto al Reghena (PN) che complessivamente impiegano oltre 850 collaboratori.

Company profile Lidl

Lidl è presente in Italia da 27 anni. Ad oggi, può contare su una rete di più di 630 punti vendita in 19 regioni che occupano oltre 15.000 collaboratori. Il rifornimento quotidiano dei negozi è garantito da 10 piattaforme logistiche dislocate sul territorio nazionale. Negli ultimi anni è stato portato avanti un percorso di profondo rinnovamento dell'insegna che, da un lato, ha coinvolto il radicale ammodernamento della rete vendita per offrire un'esperienza d'acquisto più piacevole e funzionale ai clienti, dall'altro ha visto la completa revisione dell'assortimento di prodotti a scaffale con una netta virata verso il Made in Italy. Attualmente, oltre l'80% dei prodotti offerti dall'insegna è prodotto in Italia.