**

**Lidl amplia la propria strategia REset Plastic**

**per imballaggi sempre più sostenibili**

*L’insegna si impegna ad aumentare l’impiego di materiale riciclato nei packaging entro la fine del 2025 e ad eliminare entro l’anno la plastica nera*

*Arcole (VR), 13 luglio 2021 –* Lidl Italia, catena di supermercati leader nel Paese e da sempre consapevole della propria responsabilità nei confronti dell’ambiente, compie un ulteriore passo avanti verso la creazione di un'economia circolare. Nell’ambito della **strategia REset Plastic del Gruppo Schwarz,** l'Azienda si è posta, infatti, l’obiettivo di **raggiungere una media del 20% di materiale riciclato negli imballaggi di plastica delle proprie private label** **entro la fine del 2025**. Inoltre, Lidl annuncia **l’eliminazione della plastica nera** negli imballaggi a marchioproprio **entro la fine del 2021**, aumentandone in modo significativo la riciclabilità.

“Si tratta di un importante traguardo nell’ambito della nostra strategia per la riduzione della plastica. Oltre a ridurre l’utilizzo di questo materiale, stiamo infatti contribuendo a rafforzare le possibilità di riciclo eliminando la plastica nera. Una presa di posizione aziendale che lancia un chiaro segnale al mercato e pone l’accento sulla priorità che riveste per Lidl Italia l’adozione di un modello di economia circolare” **commenta Eduardo Tursi, Amministratore Delegato Acquisti e Marketing di Lidl Italia.**

Nel marzo 2018 Lidl Italia aveva già annunciato che **entro il 2025 avrebbe ridotto l’utilizzo di plastica nel packaging a marchio proprio di almeno il 20%** e **avrebbe** **reso riciclabili il 100% degli imballaggi in plastica** dei prodotti a proprio marchio.

Con queste nuove misure, Lidl Italia contribuisce alla strategia internazionale REset Plastic del Gruppo Schwarz che mira a ridurre l'uso della plastica in tutti i mercati in cui opera e a creare cicli chiusi. ([www.reset-plastic.com](http://www.reset-plastic.com)).

**Riduzione e riciclabilità della plastica in Lidl Italia:**

Un importante passo in avanti in questa direzione era già avvenuto nel 2015 quando l’Azienda si era posta, assieme ai propri fornitori, l’obiettivo di **eliminare entro il 2021 l’impiego delle microplastiche più piccole di cinque millimetri** nelle formulazioni dei prodotti cosmetici a marchio proprio.

Inoltre, Lidl ha già rivistonumerosi packaging a marchio proprio al fine di **ridurre l’impiego di plastica**. Si tratta di **confezioni più sostenibili** che sono state ridisegnate a seconda dei differenti prodotti, con interventi sia a livello di formato che di materiali. Un esempio concreto in tal senso è rappresentato dalle uova, il cui involucro in plastica è stato sostituito da un contenitore in polpa di legno. Nel caso dei detersivi liquidi Formil vi è stata, invece, una riduzione delle dimensioni del flacone che ha permesso di risparmiare in media il 25% di plastica. Questi sono solo alcuni esempi delle private label Lidl con un **“packaging responsabile”**, come viene riportato dall’omonimo logo che è apposto sulle confezioni per una comunicazione trasparente ed efficace nei confronti dei consumatori.

Tra le iniziative per limitare il proprio impatto sull’ambiente, Lidl Italia promuove anche un processo virtuoso sul territorio della Penisola, tramite uno **smaltimento dei rifiuti attento all’ambiente** in tutte le strutture di pertinenza e mettendo a disposizione per i clienti appositi contenitori per la raccolta differenziata. In questo modo, è possibile il **recupero delle plastiche degli imballaggi e la loro trasformazione in nuova materia prima.**

Infine, Lidl Italia ha recentemente ampliato la propria offerta di prodotti realizzati con plastica riciclata con il lancio della collezione sportiva “**Crivit Ocean Bound**”. Una gamma che regala nuova vita ai rifiuti plastici raccolti da spiagge, isole o zone costiere utilizzandoli come principale componente per top, pantaloni e scarpe innovative e sostenibili, offerti ad un prezzo accessibile. Tutti gli articoli di questa linea sono **certificati Global Recycled Standard (GRS) e Recycled Material Certification (RMC) Blue**, certificazioni promosse rispettivamente dall’associazione internazionale Textile Exchange e dall’organizzazione PFI Fareast.

Ulteriori informazioni sulla strategia per la plastica di Lidl in Italia sono disponibili al seguente link: [https://corporate.lidl.it/responsabilita-sociale/landingpage\_resetplasticImpossibile](https://corporate.lidl.it/responsabilita-sociale/landingpage_resetplastic) caricare i risultati completiRiprova

Nuovo tentativo…

Nuovo tentativo…

**Company profile Lidl**

Lidl Italia è una catena di supermercati presente nel Paese dal 1992 che dispone attualmente di una rete di oltre 680 punti vendita riforniti quotidianamente da 10 piattaforme logistiche dislocate sul territorio nazionale, impiegando complessivamente oltre 18.500 collaboratori. L’offerta a scaffale si compone di oltre 2.500 referenze attentamente selezionate di cui oltre l’80% prodotte in Italia e si caratterizza per una forte presenza (oltre l’85%) di private label per garantire al cliente il miglior rapporto qualità-prezzo.

**Contatti per la stampa:**

LIDL Italia srl a socio unico - Ufficio Comunicazione

Via Augusto Ruffo, 36 - 37040 Arcole (VR)

Tel. 045.6135100

E-mail: stampa@lidl.it