

Lidl šetří tisíce tun plastu ročně

9.11.2023 - | PROTEXT

Prvotní závazek spojený s redukcí plastů si Lidl stanovil již v roce 2018.

Zavázal se k tomu, že do roku 2025 sníží množství plastů v obalech vlastních značek, a to o 25 % v porovnání s rokem 2017. Tohoto milníku se Lidlu podařilo dosáhnout s předstihem, o celé tři roky dříve. V práci spočívající v redukování plastů ovšem nepolevuje. „V našem úsilí chceme pokračovat i nadále, protože omezení množství plastů vnímáme jako svou prioritu. I z toho důvodu jsme si stanovili nový cíl. Do roku 2025 chceme plasty v obalech našich značek zredukovat o celých 30 %,“ přibližuje jednatel společnosti Lidl odpovědný za Nákup Zoltán Nepp. Redukce plastů se týká celé řady výrobků napříč sortimentem. Vybrané obaly jsou menší, mají užší fólii, u některých výrobků plasty zmizely kompletně.

Do roku 2025 plánuje Lidl také upravit své obaly tak, aby byly co nejvíce recyklovatelné. Již nyní proto byly odstraněny černé plasty, které není možné recyklovat, u hovězího masa, sezónních grilovacích produktů nebo u drogerie. Dalším závazkem je větší využívání recyklovaného materiálu v obalech, což se daří například u vybraných drogistických výrobků W5, jejichž obaly jsou ze 100% recyklátu nebo v sortimentu vod, jejichž láhve obsahují 25 % recyklátu.

Změny se týkají nejen výrobků ve stálé nabídce, ale i těch, které jsou nabízené v rámci akcí. „Příkladem může být mleté vepřové maso, které je namísto vaničky baleno v tzv. flow packu. Díky této změně jsme jen v rámci této akce ušetřili neuvěřitelné 2 tuny plastu a přitom jsme 100% zachovali funkci obalu tak, aby i nadále uchovával vysokou kvalitu masa,“ vysvětluje Zoltán Nepp.

Změn se dočkaly také obaly vybraných mléčných produktů. PET lahve, v nichž je v nabídce mléko, jsou vyráběny z čirého PETU, který je lépe recyklovatelný, a snížila se také hmotnost lahví z 27g na 23g. O 1,5 g jsou lehčí také lahve mléčných drinků, které jsou nyní čiré a díky RPET sleeve je zaručena také lepší recyklovatelnost. Redukce plastu je viditelná také u jogurtových kelímků, které obsahují hned o několik gramů méně plastů.

Aktuální úspora plastů dosahuje téměř tisícovek tun ročně. Mezi nejvýznamnější úsporná opatření se řadí například úprava lahví nealkoholických nápojů privátních značek Saguaro, Freeway a Naturis, která uspoří 800 tun plastu, úsporu dalších 200 tun přinesla úprava obalů uzenin.

Tato opatření jsou součástí REset Plastic, mezinárodní plastové strategie skupiny Schwarz, ke které se Lidl Česká republika připojil a představuje komplexní přístup od snižování množství plastů přes design, recyklaci, likvidaci až po inovace a vzdělávání v této problematice.

O společnosti Lidl

Společnost Lidl vstoupila na český trh v červnu 2003, kdy otevřela prvních 14 prodejen. V současnosti provozuje síť 318 prodejen, které jsou zásobovány 5 logistickými centry. Filozofie prodeje společnosti Lidl je založena na privátních značkách, které tvoří více než 75 % veškerého sortimentu. Kromě nejvyšší kvality za nejlepší cenu oceňují zákazníci prodejen Lidl také pravidelné, tematické týdny s nabídkou potravin a spotřebního zboží, které není součástí stálého sortimentu. Spotřební zboží Lidl nabízí také ve svém internetovém obchodě Lidl-shop. Společnost Lidl se snaží být ve všech oblastech podnikání maximálně odpovědná vůči svému okolí. V rámci společenské odpovědnosti se Lidl dlouhodobě zaměřuje na podporu dětí, pro něž realizuje různé projekty, například sbírku Srdce dětem či v minulých letech výstavbu Rákosníčkových hřišť.

<https://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/lidl-setri-tisice-tun-plastu-rocne/2438434>