

Lidl si impegna sul packaging sostenibile

Meno plastica e tutta riciclabile negli imballi di prodotti private label distribuiti negli oltre 600 punti vendita italiani entro il 2025.

22 marzo 2018 10:00



Lidl Italia, filiale della catena tedesca della grande distribuzione, ha annunciato un piano per aumentare la sostenibilità ambientale degli imballaggi utilizzati per i prodotti a proprio marchio (private label): l'obiettivo è tagliare di almeno il 20% l'utilizzo di materie plastiche entro il 2025 e, alla stessa data, proporre sugli scaffali solo imballi in plastica completamente riciclabili.

Un obiettivo a sostegno della strategia sulle plastiche presentata dalla Commissione europea, che la catena di supermercati mira a raggiungere rivedendo packaging e repackaging delle proprie private label, che rappresentano circa l'85% dell'assortimento a scaffale.

“Da tempo lavoriamo in stretta collaborazione con i nostri fornitori, al fine di capire come possiamo ridurre la plastica o adottare soluzioni alternative - afferma Eduardo Tursi, responsabile acquisti di Lidl Italia -. Offriamo già un ampio numero di referenze sfuse nel reparto frutta e verdura, ma il progetto di ottimizzazione del packaging che abbiamo avviato abbraccia anche altre categorie merceologiche e porterà ad una sensibile diminuzione dell'impiego di materie plastiche, fino a giungere, entro il 2025, al traguardo di meno 20%”. Un primo esempio di questo approccio è la riduzione delle dimensioni dell'imballaggio degli anacardi Alesto, pari a circa il 20% rispetto al precedente.

L'impegno ambientale si concretizza anche nella gestione dei rifiuti: negli oltre 600 punti vendita italiani sono presenti contenitori per la raccolta differenziata. Inoltre, per la gestione degli imballi plastici, Lidl Italia ha messo a punto un processo ad hoc, che coinvolge tutti i punti vendita e le 10 piattaforme logistiche al fine di agevolarne il recupero per il riciclo.

“Già oggi prevediamo il riciclo di tutta la plastica e dei film utilizzati per l'imballo e il trasporto dei nostri prodotti - nota Tursi -. In questo modo l'anno scorso anno abbiamo trasformato 1.600 tonnellate di plastica trasparente, 120 tonnellate di colorata e altrettante di rigida, in nuova materia prima che potrà essere riutilizzata per diversi scopi”.

Lidl è presente in Italia da 25 anni. Oggi conta su una rete di oltre 600 punti vendita in 19 regioni che occupano oltre 13.000 collaboratori. Il rifornimento quotidiano dei negozi è garantito da 10 piattaforme logistiche dislocate sul territorio nazionale.