

## Lidl a facilitat exportul de produse românești în valoare de 59 milioane de euro în 2019



**Lidl a facilitat în 2019 exportul de produse românești în valoare de 59 milioane de euro, de doua ori mai mult fata de anul anterior, conform celui de-al treilea raport de sustenabilitate lansat de retailer, care acopera perioada 1 martie 2019 - 29 februarie 2020.**

Totodata, Lidl a colectat si a trimis catre centrele de reciclare, în 2019, peste 37.000 de tone de deseuri, cu 21% mai mult decât în 2018, se mentioneaza într-un comunicat al companiei.

Raportul semnaleaza ca anul trecut numarul furnizorilor locali de bunuri si servicii a crescut cu 11% fata de anul 2018, iar cantitatea de fructe si legume românești a fost cu 23% mai mare.

"Chiar daca anul acesta este influentat de schimbari aduse de declansarea pandemiei, evaluarea anuala a impactului pe care îl avem ca business ramâne în continuare o prioritate pentru noi, fiind si mai importanta în acest context. Lansarea celui de-al treilea raport de sustenabilitate reprezinta parcursul unui an 2019 de succes pentru noi, marcat de cresteri înregistrate pe toate segmentele activitatii de business, de la angajati, clienti si produse pâna la consolidarea unor parteneriate de încredere. Raportul înscrie rezultatele noastre, masurile pe care le-am luat si ce putem îmbunatati la ele, precum si obiectivele de dezvoltare durabila a business-ului Lidl România. Sustenabilitatea face parte din ADN-ul Lidl, iar masurile noastre nu sunt doar niste indicatori într-un raport, ci fapte pentru un viitor mai bun", a spus Frank Wagner, CEO Lidl România.

Raportul include si o serie de angajamente pe termen mediu si lung. Astfel, ca parte a strategiei globale ReSet Plastic, Lidl s-a angajat ca pâna în anul 2025, toate ambalajele produselor marca proprie sa fie reciclabile în proportie maxima posibila, iar cantitatea de plastic utilizata pentru aceste produse sa fie redusa cu 20%. În plus, pentru reducerea amprentei de carbon si eficientizarea consumului de energie pentru perioada urmatoare de raportare, Lidl are în vedere instalarea de panouri fotovoltaice pe acoperisurile magazinelor. Totodata, în procesul de evaluare a calitatii produselor marca proprie, obiectivul principal Lidl este ca, pâna în 2025, sa reduca cu 20% cantitatea de sare si zahar adaugate în produsele marca proprie.

Lidl, parte a grupului Schwarz, cu sediul central în Neckarsulm, este una dintre companiile de top de pe piata de retail alimentar din Europa. Lidl este prezent în 32 de tari din întreaga lume si în prezent opereaza aproximativ 11.200 de magazine si peste 200 de centre logistice în 29 de tari la nivel mondial.