**Lidl Polska zachęca klientów do niemarnowania**

**Lidl Polska rozpoczął drugą edycję kampanii „Sztuka niemarnowania”. Sieć od marca 2020 roku uratowała przed zmarnowaniem 128 251 kg żywności o łącznej wartości 2 123 320 zł. Teraz, na problem marnowania zwraca uwagę klientów. Partnerami akcji są Caritas Polska oraz Federacja Polskich Banków Żywności.**

Każdego roku 377 tys. ton pomidorów trafia do śmietnika. To tak, jakby zmarnować 90 km2 ziemi uprawnej, 57 mld litrów wody oraz 7 mln godzin pracy. Z kolei patrząc pod kątem emisji, uwalniamy do atmosfery tyle gazów, co 55 tys. aut w ciągu roku – aż 312 tys. ton (dane EPRS).

W ramach drugiej edycji **kampanii edukacyjnej „Sztuka niemarnowania”**, Lidl Polska wraz z partnerami – Caritas Polska i Federacją Polskich Banków Żywności – zachęca do dokonywania przemyślanych zakupów i niemarnowania żywności. Częścią projektu jest bezpłatny e-book, wyposażony w praktyczne porady, m.in.: jak robić zapasy oraz gotować z resztek i bez resztek. Przepisy zostały oparte na żywności z długim terminem przydatności do spożycia: ryżu, kaszy i makaronie.

- *Życie w duchu zero waste zaczyna się w głowie. Wraz z partnerami merytorycznymi kampanii „Sztuka niemarnowania” zachęcamy klientów sieci Lidl Polska do przemyślanyh zakupów i niemarnowania. Przygotowaliśmy także bezpłatny e-book z przepisami na szybkie i proste dania w duchu zero waste. Jest dostępny na naszej stronie i udowadnia, że nauka wartościowych nawyków nie musi być trudna* – mówi **Aleksandra Robaszkiewicz, Head of Corporate Communications and CSR w Lidl Polska**.

**Przeciwdziałanie marnowaniu**

W ramach całego łańcucha dostaw Lidl Polska optymalizuje zamówienia oraz dostawy żywności tak, aby na sklepowych półkach znajdowało się **dokładnie tyle produktów, ile potrzebują klienci**. We wszystkich sklepach sieci prowadzony jest też program „Kupuję, nie marnuję”, mający na celu wsparcie sprzedaży produktów w pełni wartościowych, ale o zbliżającym się terminie przydatności do spożycia. Przeceny sięgają nawet 70 proc. W ramach współpracy z Caritas Polska oraz Federacją Polskich Banków Żywności, Lidl Polska od początku swojej działalności podejmuje także **działania edukacyjne w zakresie niemarnowania żywności oraz organizuje zbiórki żywności dla potrzebujących**. Sieć zaangażowana jest też w jadłodajnię Caritas.

Zgodnie z *Ustawą o przeciwdziałaniu marnowaniu żywności* od 1 marca 2020 roku w Lidl Polska funkcjonuje system odbioru pełnowartościowej żywności, jednak z różnych powodów niemożliwej do wprowadzenia do sprzedaży. Za pośrednictwem Caritas Polska produkty są przekazywane organizacjom pozarządowym oraz potrzebującym. **Od 1 marca 2020 roku w ten sposób sieć uratowała 128 251 kg żywności o łącznej wartości 2 123 320 zł, z czego 46 643 kg o wartości 903 026 zł zostało przekazane tylko w 2021 roku.** Firma wydała ponadto 42 471 kg artykułów nieżywnościowych (jak np. pasty do zębów, szampony) o wartości ponad 1 038 000 zł.

Ale to nie wszystko. W ramach strategii zrównoważonego rozwoju na lata 2020-2025, Lidl Polska dąży do zminimalizowania swojego wpływu na środowisko. **Sieć korzysta z alternatywnych źródeł energii oraz dąży do gospodarki obiegu zamkniętego.** Dlatego wszystkie owoce, warzywa oraz pieczywo, które stracą świeżość, przekazywane są do dalszej przeróbki na biogaz. I nic się nie marnuje.

**Kampania „Sztuka niemarnowania” potrwa od 19.09 do 9.10 br. Partnerami merytorycznymi akcji są Caritas Polska oraz Federacja Polskich Banków Żywności. Więcej informacji znajduje się na stronie:** [**https://kimjestesmy.lidl.pl/zrownowazony-rozwoj/jak-nie-marnowac**](https://kimjestesmy.lidl.pl/zrownowazony-rozwoj/jak-nie-marnowac)**.**

**E-book „Gotuj z głową w rytmie no waste”** [**https://www.lidl.pl/l/pl/gazetki/e-book-kuchnialidla-gotuj-w-rytmie-no-waste/view/flyer/page/1**](https://www.lidl.pl/l/pl/gazetki/e-book-kuchnialidla-gotuj-w-rytmie-no-waste/view/flyer/page/1)**.**

**Informacje o firmie:**

Lidl Polska należy do międzynarodowej grupy przedsiębiorstw Lidl, w której skład wchodzą niezależne spółki prowadzące aktywną działalność na terenie całej Europy. Historia sieci Lidl sięga lat 30. XX wieku, a pierwsze sieci pod szyldem tej marki powstały w Niemczech w latach 70. XX wieku. Obecnie w 31 krajach funkcjonuje około 12 000 sklepów Lidl, a w Polsce około 800.

**Kontakt:**

Strona www: <https://www.lidl.pl>

Facebook: <https://www.facebook.com/lidlpolska>

Instagram: <https://www.instagram.com/lidlpolska>

YouTube: <https://www.youtube.com/user/LidlPolskaPL>