Vilnius, 2023 m. rugsėjo 19 d.

**Privatūs prekės ženklai: kada jie garantuoja ne tik gerą kainą, bet ir tvarumą**

**Dažnam pirkėjui tvarios ar ekologiškos maisto prekės siejasi su didesne jų kaina. Tad ir prekybos tinklų privačių prekės ženklų produktai dėl savo pigumo gali iš pirmo žvilgsnio atrodyti ne tokie draugiški aplinkai kaip brangesni gaminiai. Tačiau dažnai yra kaip tik priešingai – privatūs prekės ženklai yra būdas prekybos tinklui pakelti tvarumo kartelę į naują lygį.**

Prekybos tinklai dažnai kuria savo privačių prekės ženklų produktus ne tik dėl to, kad taip jie gali pasiūlyti savo klientams geresnes kainas, bet ir dėl to, kad taip jie gali patys kontroliuoti kokybę ir kurti inovatyvius produktus, pasakoja Lukas Gudas, „Lidl Lietuva“ komercijos vadovas.

„Mūsų atveju į privačių prekės ženklų kokybės kontrolę įeina daugybė tvarumo reikalavimų, taip pat mes nuolat ieškome, kaip sukurti naujoviškus, tvaresnius, bet vis tiek itin geros kainos produktus – ar tai būtų tiek pat skanus, bet sveikatai palankesnis sūrelis, ar iš perdirbto plastiko pagaminti sporto rūbai, kosmetika be mikroplastiko ir pan.“, – sako L. Gudas.

Jis pabrėžia, kad siekdamas savo privačių prekės ženklų tvarumo, „Lidl“ ne tik saugo aplinką ir prisideda prie teigiamų visuomenės pokyčių, bet ir patenkina vartotojų lūkesčius. 2022 m. pabaigoje–2023 m. pradžioje atlikto „Sustainable Brand Index” tyrimo metu net 71 proc. lietuvių nurodė, kad tvarumas jiems yra svarbus rodiklis įsigyjant prekes ar paslaugas.

**Sūrelis – palankesnis tiek žmogaus sveikatai, tiek aplinkai**

L. Gudas pasakoja, kad savo privačių prekės ženklų tvarumą „Lidl“ siekia užtikrinti daugybe būdų – nuo rūpesčio gyvūnų gerove ir žmonių sveikata, iki tvaresnių žaliavų naudojimo ir taršos prevencijos.

„Pavyzdžiui, paimkime kaip pavyzdį lietuvių itin mėgstamą produktą – varškės sūrelį. Mūsų „Pilos“ prekės ženklo sūreliuose yra naudojama tik sertifikuota kakava, kuri užauginta aplinkai draugiškesniu būdu, suteikiant kakavos pupelių plantacijų darbuotojams geresnes darbo ir gyvenimo sąlygas. Tuo pačiu sūreliai yra viena iš maisto kategorijų, kurioje mažiname pridėtinio cukraus kiekį, taip siekdami sveikesnės gyventojų, ypač vaikų, mitybos“, – aiškina L. Gudas.

Pasak L. Gudo, įmonė pridėtinio cukraus kiekį mažina nepakeisdama jo skoninių savybių – atliekant vartotojų vertinimą iš mėginių su skirtingais cukraus kiekiais, testuotojai pasirenka jiems skaniausią ir taip tobulinant produktą parenkamas toks cukraus kiekis, kuris labiausiai atitinka vartotojų lūkesčius

Jis pabrėžia, kad mažinant pridėtinio cukraus kiekį „Lidl Lietuva“ bendradarbiauja su Kauno technologijos universiteto mokslininkais ir stengiasi, kad produktai išliktų skanūs, net ir sumažinus cukraus kiekį. „Lidl Lietuva“ jau yra sumažinusi pridėtinės druskos ir cukraus įvairiuose savo prekės ženklų jogurtuose, leduose, sūreliuose, gaiviuosiuose gėrimuose, kepiniuose, mėsos gaminiuose, šaldytuose pusgaminiuose. Pavyzdžiui, pernai įmonės parduotuose privačių prekės ženklų produktuose buvo panaudota 31 tona mažiau pridėtinio cukraus.

„Nors mūsų sūreliai ir yra tvaresni, tačiau nepaisant to, jų kaina išlieka žema. Ypač džiugina tai, kad mūsų privataus prekės ženklo sūrelius gamina būtent Lietuvos įmonės – „Varėnos pienelis“ bei „Rokiškio pienas“, – teigia L. Gudas.

**Buitis – su mažiau plastiko**

Turėdama savo privačius prekės ženklus „Lidl“ turi galimybę taip pat, pavyzdžiui, prisidėti prie plastiko vartojimo ir jo daromos žalos gamtai mažinimo.

„Mūsų buities valymo prekės ženklo „Pure Home by W5“ ir kai kuriuose kituose „W5“ produktų buteliuose dažnai naudojamas 100 proc. perdirbtas plastikas. Tai reiškia, kad negaminame plastiko naujai, o naudojame jau rinkoje esantį perdirbtą plastiką. Po to jis yra perdirbamas toliau“, – sako L. Gudas.

Jis prideda, kad „Lidl“ taip pat šalina mikroplastiką iš savo privačių prekių ženklų ne maisto prekių asortimento. Pavyzdžiui, „W5“, „Formil“, „Maxitrat“, taip pat keičiamos ir kosmetikos prekių „Cien“ sudėtys.

„Šiuo metu pridėtinis mikroplastikas tokiuose produktuose nėra draudžiamas įstatymų, tačiau žinome, kad kartu su nuotekomis jis patenka į gamtą. Nors mokslininkai vis dar tiria mikroplastiko poveikį aplinkai ir žmonių sveikatai, laikydamiesi atsargumo principo, nusprendėme nuo 2022 metų savo privačių prekės ženklų produktuose jo atsisakyti tais atvejais, kai sudėties pakeitimas nedaro neigiamos įtakos gaminio funkcijoms ar saugai“, – pasakoja L. Gudas.

Nors tiek plastiko perdirbimas, tiek produktų sudėties tobulinimas įprastai gali pabranginti gaminius, „Lidl“ išlaikyti žemą šių prekių kainą padeda tai, kad buitiniai valikliai ir kosmetikos priemonės yra užsakomos itin dideliais kiekiais kartu su visa „Lidl“ grupe, kuri bendrai Europoje ir JAV turi 12 000 parduotuvių.

**Pigūs ir tvaresni rūbai**

„Lidl“ turi savo privačius prekės ženklus ne tik maisto ir buities priemonėms, bet ir drabužiams. Tarp šių ženklų – „Esmara“, „Livergy“, „Crivit“, „Pepperts“, „Lupilu“, „Parkside“.

„Užsakydami šių prekės ženklų gamybą reikalaujame, kad jiems būtų naudojama tik sertifikuota, tvariau užauginta medvilnė. Be to, siūlome ir tvaresnius celiuliozės pluoštų – viskozės, liocelio ir modalo – drabužius, žymimus „Ecovero“ bei „Tencel“ sertifikatų logotipais. Šių audinių gamybos procesai yra draugiškesni aplinkai, o pati mediena atkeliauja iš tvariau valdomų ir sertifikuotų miškų“, – pasakoja „Lidl Lietuva“ komercijos vadovas.

Tuo pačiu „Lidl“ kurdama savo prekės ženklo gaminius nuolat investuoja į tvarias naujoves. Pavyzdžiui, „Lidl“ šiemet pasiūlė privataus prekės ženklo „Crivit“ naujovę – iš perdirbtų plastiko atliekų, surinktų paplūdimiuose, salose ir pajūrio regionuose pagamintą sportinę aprangą ir batus, turinčius GRS (Global Recycled Standard) sertifikatą.

„Kaip ir kosmetiką, drabužius taip pat gaminame kartu su visa „Lidl“ grupe, tad tvarumas mūsų pirkėjams papildomai nekainuoja. Kad žema kaina ir tvarumas yra suderinami, įrodo ir apklausų duomenys. Šiemet „SB Insights“ tyrime Lietuvos gyventojai jau ketvirtą kartą įvertino „Lidl“ kaip tvariausią prekės ženklą. Tuo pačiu šį liepos mėn. atlikta gyventojų apklausa parodė, kad kas antras Lietuvos gyventojas pigiausias kainas randa taip pat mūsų tinkle“, – sako „Lidl Lietuva“ komercijos vadovas.

**Daugiau informacijos:**  
Lina Skersytė  
Korporatyvinių reikalų ir komunikacijos departamentas  
UAB „Lidl Lietuva“   
Tel. +370 5 267 3228, mob. tel. +370 680 53556  
[lina.skersyte@lidl.lt](mailto:vaiva.serpkova@lidl.lt)