

Adnkronos Ultim'ora - 27/06/2022 17:39:00

Silvestri (Lidl Italia), '30 anni in Italia tra soddisfazioni e nuovi obiettivi'

Milano, 27 giu. (Adnkronos) - "Era il mese di marzo del 1992 quando Lidl è sbarcato in Italia per la prima volta, portando un format completamente nuovo e ancora sconosciuto in Italia: quello del discount. Abbiamo lavorato molto nei primi anni per combattere la diffidenza verso questa tipologia di supermercato e abbiamo cercato sempre di conquistare sempre più consumatori facendo della qualità e della convenienza i nostri punti forti". Lo ha detto Massimiliano Silvestri, il presidente di Lidl Italia, in occasione della conferenza stampa 'Insieme per uno sviluppo sostenibile: persone, prodotti, investimenti', organizzata per presentare i risultati ottenuti nei 30 anni di attività in Italia ed illustrare i progetti per il futuro. Nel 2010, ha proseguito Silvestri, "abbiamo cominciato ad elaborare una nuova strategia per il nostro assortimento di prodotti, puntando sempre più su prodotti italiani e compatibili con le esigenze ed i gusti dei consumatori. Il passo successivo è arrivato quattro anni dopo, quando abbiamo lanciato la grande campagna pubblicitaria di 'Lidl, anche'io', che, grazie ad una serie di investimenti, ha portato ad una rivoluzione sia in termini di offerta che di punti vendita, resi più luminosi, ampi ed accoglienti". Inoltre, ha sottolineato, "abbiamo investito fortemente per la formazione dei nostri collaboratori e ciò ha fatto sì che nel corso di questo trentennio siamo riusciti ad aprire ben 700 punti vendita in tutta Italia e possiamo contare su una squadra di 20.000 persone - ha aggiunto Silvestri prima di parlare della visione del futuro di Lidl Italia - Da qui al 2030 puntiamo di arrivare a quota 1000 punti vendita mentre tra il 2022 e il 2024 apriremo 150 punti vendita e assumeremo 6000 persone, iniziative che verranno supportate dalla costruzione di nuovi centri logistici in Lombardia e Sicilia, oltre a quello già in costruzione ad Assemini, in Sardegna". Inoltre, ha aggiunto il presidente di Lidl Italia avviandosi alla conclusione, "siamo convinti che la crescita, per essere e duratura, debba essere sostenibile. La sostenibilità ambientale ed energetica di Lidl Italia la si trova, per esempio, nella riduzione radicale della plastica all'interno dei packaging a marchio proprio, nell'impiego di sola energia proveniente da fonti rinnovabili e nell'installazione di pannelli fotovoltaici sul 40% dei punti vendita, capaci di fornire il 50% del nostro fabbisogno energetico. Lidl Italia si impegna anche a ridurre le emissioni del 48% entro il 2030 e dispone di una flotta di camion composta al 40% di mezzi alimentati a biometano o gas liquido e da due mezzi elettrici".

Sito di provenienza: UNINDUSTRIA - <https://www.un-industria.it>