



COMUNICADO DE PRENSA

Nuevo hito pionero en su compromiso con la reducción del plástico

Lidl, primer súper en eliminar los microplásticos de sus productos de cosmética, detergencia y limpieza

- *La compañía ha iniciado el proceso de sustitución de ingredientes que contienen microplásticos por otros materiales más respetuosos con el medio ambiente*
- *De los más de 250 productos de cosmética, detergencia y limpieza de marca propia que comercializa, el 45% ya están libres de microplásticos, y la cadena se compromete a alcanzar el 100% hasta finales de 2021*
- *Numerosos estudios científicos demuestran cómo los microplásticos no logran filtrarse suficientemente en las plantas de tratamiento de residuos, llegando a nuestros océanos con la posibilidad de ser ingeridos por animales marinos y, por tanto, de acceder a la cadena alimenticia del ser humano*
- *Además de este nuevo hito pionero en el sector, y en el marco de su compromiso con el medio ambiente, la cadena también está rediseñando sus envases para hacerlos más “eco-responsables” reduciendo el uso del plástico y apostando por otros materiales alternativos*

Barcelona, 19 de mayo de 2021 – Lidl vuelve a dar un paso al frente en su compromiso con el medio ambiente con una nueva medida pionera dentro de su sector. La compañía eliminará a lo largo de este año todos los microplásticos de los más de 250 productos de limpieza, detergencia y cosméticos que comercializa actualmente bajo marcas propias como Cien, W5 o Formil. A día de hoy, el 45% del surtido de estas familias ya está libre de microplásticos, y la cadena se compromete a eliminarlos del resto de artículos hasta finales de 2021.

Los microplásticos son partículas de tamaño inferior a cinco milímetros que habitualmente se utilizan en la industria para fabricar artículos de limpieza, detergencia

o cosmética para, entre otros, lograr una buena absorción de cremas y lociones, mejorar la resistencia al agua, o dar opacidad y con ello apariencia de mayor cremosidad a los jabones.

De la mano de sus proveedores, la compañía está reformulando estos artículos, apostando por alternativas más respetuosas con el medio ambiente como partículas de piedra pómez (*perlita*) en geles de ducha exfoliante o partículas de bambú (*extracto de tallo de Bambusa Arundinacea*) en sus jabones exfoliantes para la cara, sin que ello



suponga un detrimento de la calidad del producto. Y está identificando sus envases con el sello “[Fórmula sin microplásticos](#)” para informar a sus clientes.

En opinión del director general de Compras de Lidl en España, Miguel Paradela, “*este nuevo hito es el resultado de un trabajo muy minucioso que iniciamos en 2015 junto a nuestros proveedores, en una muestra más de nuestro compromiso continuado con el medio ambiente. Desde hace años trabajamos para ofrecer a nuestros clientes el surtido más sostenible y, como hemos hecho hasta ahora, seguiremos impulsando nuevos proyectos pioneros que aporten valor añadido a nuestros productos y que sean respetuosos con nuestro entorno*”.

La problemática de los microplásticos para el medio ambiente

Los microplásticos tienen la particularidad de no ser biodegradables: se descomponen en diminutas partículas, lo que dificulta seriamente su descomposición en el medio ambiente. Según señala un [informe de la ONU](#), estas partículas de plástico son tan pequeñas que no son filtrables por las plantas de tratamiento de residuos. De esta manera, terminan mayoritariamente en el mar, con la posibilidad de ser ingeridas por las especies marinas y, por tanto, de acceder a la cadena alimenticia del ser humano.

En este sentido, un estudio piloto realizado por el Instituto Federal del Medio Ambiente de Austria y la Universidad de Medicina de Viena, a una muestra de personas de distintos países, detectó la presencia de microplásticos en las heces de todos sus participantes¹. El ciclo de vida de los microplásticos, así como su recorrido e impacto exactos, son motivo de numerosas investigaciones científicas a día de hoy, sin que por el momento se hayan obtenido datos concluyentes.

¹ *Assessment of microplastic concentrations in human stool – Preliminary results of a prospective study* – Philipp Schwabl, Bettina Liebmann, Sebastian Köppel, Philipp Königshofer, Theresa Bucsics, Michael Trauner, Thomas Reiberger; presentado en Viena, el 24 de octubre de 2018, con motivo de la UEG Week 2018.

En todo caso, Lidl ha querido tomar cartas en el asunto y seguir reduciendo las emisiones de plástico, apostando una vez más por alternativas más sostenibles.

Envases “eco-responsables”

Este nuevo hito se enmarca en el compromiso de Lidl de reducir al menos un 20% el uso del plástico y garantizar la reciclabilidad del 100% de sus envases hasta 2025, en el marco de su estrategia internacional [REset Plastic](#), lanzada en 2017 y basada en cinco pilares: REducir, REdiseñar, REciclar, REcoger y REidear. La compañía trabaja permanentemente en distintos proyectos para cumplir con estos objetivos.

En este sentido, desde hace tiempo está llevando a cabo un proceso de rediseño de sus envases para hacerlos más sostenibles, reduciendo el uso del plástico, incorporando plástico reciclado, apostando por materiales alternativos y facilitando su reciclabilidad. Tal es el caso por ejemplo de su leche fresca Milbona, doblemente certificada en bienestar animal y pastoreo: con el objetivo de hacer este producto aún más sostenible, las nuevas botellas contienen un 27% menos de plástico y están fabricadas con un 30% de plástico reciclado.

Otros ejemplos son los envases de su gama de pizzas frescas Chef Select o de su detergente líquido Marsella de la marca Formil, cuyo rediseño ha permitido eliminar, 35 y 13 toneladas anuales de plástico, respectivamente, además de su sustitución por plástico reciclado.



Con el objetivo de compartir con sus clientes de forma transparente sus proyectos en favor del medio ambiente, Lidl está identificando con el sello “[Envase eco-responsable](#)” todos los envases que ya han sido rediseñados.

Zapatillas sostenibles

Por otro lado, la compañía también apuesta por soluciones innovadoras y sostenibles en el campo de la moda a través de su línea deportiva de marca propia Crivit. A partir del próximo 27 de mayo pondrá a la venta, por segundo año consecutivo, sus zapatillas sostenibles, **Ocean Bound**, fabricadas con botellas de plástico recogidas en las playas, islas y zonas costeras del océano, logrando que los desechos plásticos vuelvan a la cadena de producción.

Todos estos avances afianzan el compromiso de Lidl con el medio ambiente, en su objetivo de seguir siendo el supermercado de referencia en sostenibilidad de España.

El compromiso de Lidl con España

Desde su responsabilidad como gran empresa, Lidl trabaja más que nunca para reforzar su compromiso con España y contribuir de forma decidida al desarrollo económico, laboral y social del país ante el actual contexto de dificultad. En este sentido, la compañía continúa generando riqueza en todo el territorio gracias a la apertura de nuevas tiendas y plataformas logísticas, la creación de nuevos puestos de trabajo de calidad y la compra de más producto nacional y regional, impulsando e internacionalizando los negocios de sus proveedores. Todo ello estando cerca de los colectivos más vulnerables con proyectos que permiten mejorar sus vidas, sin renunciar en ningún momento a la sostenibilidad como eje principal de su actividad y ofreciendo siempre la cesta de la compra más barata del mercado a sus clientes.

Acerca de Lidl

Lidl es una cadena de distribución posicionada a medio camino entre el *hard discount* y el supermercado tradicional. Presente desde hace más de 25 años en España, la compañía cuenta en la actualidad con una red de más de 600 tiendas y 10 plataformas logísticas y con una plantilla de cerca de 17.000 empleados. Lidl también trabaja estrechamente con unos 750 proveedores nacionales a los que compra producto por valor de más de 4.600 M€ anuales, exportando más de la mitad.

Lidl Supermercados es la filial en España de la alemana Lidl Stiftung, quien junto a la cadena de hipermercados Kaufland conforma el Grupo Schwarz, cuarto operador mundial en el ámbito de la distribución alimentaria. Lidl como grupo es la cadena de supermercados líder en Europa y está presente en 32 países del mundo, con una estructura de más de 11.200 establecimientos y alrededor de 200 centros logísticos y con una plantilla de más de 310.000 personas.

Para más información

Gabinete de Prensa de Lidl

Tel.: 93 576 14 44

departamento.comunicacion@lidl.es

