



## COMUNICADO DE PRENSA

### **Lidl consolida su apuesta sostenible en Euskadi y opta por el consumo de energía renovable en sus centros**

- ***Desde hace años, la cadena de supermercados es pionera dentro del sector de la distribución en el impulso de medidas para reducir su impacto medioambiental, promoviendo prácticas más responsables que generan un valor compartido a la sociedad***
- ***Entre las múltiples iniciativas que la compañía lleva a cabo en Euskadi destaca su apuesta por la construcción eficiente. En ese sentido, la marca ya dispone de cerca de 28.000 m2 de placas fotovoltaicas (instaladas entre más del 30% de sus tiendas de la región y su plataforma logística en Nanclares de la Oca)***
- ***En los últimos cuatro años, Lidl ha intensificado su apuesta por este tipo de energía en sus tiendas del territorio, duplicando la superficie ocupada por placas solares (pasando de algo más de 5.300 m2 en 2019 a cerca de los 11.000 m2 a día de hoy)***
- ***Su plataforma logística de Nanclares de la Oca (Álava), inaugurada en 2021, se ha convertido en una de las más grandes y sostenibles del grupo en todo Europa, construida siguiendo los más exigentes estándares de sostenibilidad (contando con la certificación Residuo Cero y el sello Breeam Excellent, entre otros)***

**Bilbao, 8 de febrero de 2023.** Lidl continúa avanzando para afianzarse como referente en sostenibilidad e innovación tanto dentro como fuera de su sector, con el objetivo de ser el supermercado más sostenible de España. La sostenibilidad es uno de los ejes sobre el que gira el modelo de negocio de la cadena de supermercados, un valor que le diferencia del resto de operadores y que está integrado en toda su actividad.

En este sentido, en el ámbito medioambiental, siendo conscientes del calentamiento global del planeta y del impacto de su actividad, Lidl junto con el Grupo Schwarz (del que forma parte) ha desarrollado una estrategia sobre el clima con el objetivo de contribuir al Acuerdo de París y evitar un cambio climático peligroso, manteniendo el calentamiento global por debajo de los 2 °C y prosiguiendo los esfuerzos para limitarlo a 1,5 °C. En España, la cadena de supermercados trabaja para reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) un 80% hasta 2030 y ya ha logrado ser neutro en lo que concierne a sus emisiones directas.

Precisamente para lograr esos objetivos, desde hace años, el esfuerzo de la marca está focalizado en la búsqueda constante por encontrar soluciones prácticas a la reducción de la emisión de CO2. Gracias a la implementación de diversas medidas en distintos ámbitos de actuación, para minimizar el impacto medioambiental de su actividad, la compañía ya ha conseguido disminuir un 44% de sus emisiones directas desde 2018, según un estudio de la consultora PwC sobre el impacto medioambiental de Lidl en España.

## **Medidas concretas de sostenibilidad**

En general, Lidl está trabajando para alcanzar los objetivos de su estrategia contra el cambio climático a través de medidas concretas relacionadas con: su iniciativa REsetPlastic, la gestión de los residuos y la construcción eficiente, entre otras.

### **Construcción eficiente: Unos 28.000 m2 de placas fotovoltaicas instaladas en Euskadi**

La cadena de supermercados ha extendido su compromiso por el medioambiente y la sostenibilidad también a Euskadi. Con el objetivo de reducir las emisiones de carbono de sus centros de trabajo, Lidl desarrolla proyectos de eficiencia energética que le ayudan a disminuir el consumo y las emisiones nocivas para el planeta. Actualmente la compañía ya cuenta con cerca de 28.000 metros cuadrados de placas fotovoltaicas (instaladas entre más del 30% de sus supermercados distribuidos por toda la comunidad autónoma y su plataforma logística de Nanclares) que generan entre el 20-30% del consumo energético de cada establecimiento. Para ello, la inversión estimada realizada durante los cinco últimos años ha sido de más de 2 millones de euros.

Hernani, Bilbao y Berango son algunos de los municipios donde la marca tiene instaladas placas fotovoltaicas en la cubierta de sus puntos de venta, siendo Vitoria, Irún y Santurce las tres últimas localidades que han incorporado este suministro energético, hace unos meses. En los últimos cuatro años, Lidl ha intensificado su apuesta por este tipo de energía en sus tiendas del territorio, duplicando la superficie ocupada por placas solares (pasando de algo más de 5.300 m2 en 2019 a cerca de los 11.000 m2 a día de hoy). La intención de la compañía es la de seguir ampliando esta instalación en los nuevos establecimientos que inaugure en el territorio.

Por su parte, el centro logístico de Nanclares de la Oca, inaugurado en 2021, cuenta con una superficie ocupada de placas fotovoltaicas de unos 17.000 metros cuadrados, con una potencia pico de 1.980 kWp. Esta planta se ha convertido en una de las más sostenibles de Lidl en España y en Europa, construida siguiendo los más exigentes estándares de sostenibilidad (cuenta con el sello Breeam Excellent, de referencia mundial en materia de sostenibilidad y muy poco habituales en el sector de la distribución).

### **Gestión de residuos: Certificado Residuo Cero y lucha contra el desperdicio alimentario**

La economía circular es otro concepto clave en el camino sostenible que realiza la enseña. De esta forma, promueve que tanto los productos, como los materiales y los recursos mantengan su vida útil el mayor tiempo posible, reduciendo al mínimo la generación de residuos.

Actualmente Lidl es la única empresa de distribución en España con el certificado Residuo Cero (AENOR) en todas sus plataformas logísticas de la península (incluyendo la de Nanclares de la Oca), que legitima que el 100% de los residuos que gestiona en sus plataformas logísticas de la península se recicla, mientras que el 85% de los gestionados en tiendas se retorna a los almacenes por logística inversa.

Otro de los proyectos de la empresa para reducir los gases de efecto invernadero es minimizar el desperdicio alimentario. Para ello, Lidl se ha marcado un objetivo: minimizar este desperdicio a lo largo de toda la cadena de suministro y, en su alcance más directo, reducirlo en un 30% hasta 2025 y en un 50% hasta 2030, tomando 2020 como base para hacer ese cálculo.

En este sentido, la compañía es la primera cadena de supermercados que ha logrado certificar su sistema de gestión para minimizar el desperdicio alimentario (SG-MDA) tras superar la auditoría independiente de Bureau Veritas en todas sus tiendas y centros logísticos de España.

### **Referentes en reducción de plástico**

En los últimos años, la enseña está llevando a cabo múltiples iniciativas de referencia vinculadas a la gestión de plásticos. En 2018 Lidl se convirtió en la primera cadena de supermercados de España en eliminar las bolsas de plástico para la compra. Solo un año más tarde, volvió a ser pionera al sustituir las bolsas de plástico de la sección de fruta y verdura por bolsas compostables y poner a disposición de sus clientes una bolsa de malla para fruta y verdura, con el objetivo de fomentar la reutilización.

Dentro de su propósito de seguir avanzando en su proyecto de eliminar el plástico allí donde sea posible, en 2019, la marca también suprimió todos los artículos de plástico de un solo uso, sustituyéndolos en algunos casos por papel y se convirtió el primer supermercado en eliminar los microplásticos de sus productos de cosmética, detergencia y limpieza. Actualmente la cadena de distribución se encuentra inmersa en la optimización de todos sus envases de marca propia con el objetivo de reducir al máximo el uso del plástico y, donde no sea posible, intentar lograr el mayor porcentaje de plástico reciclado en todos los formatos, así como facilitar la reciclabilidad de los envases de marca propia.

Todo ello se enmarca en la iniciativa REset Plastic, un plan con el que el Grupo Schwarz (del que Lidl forma parte) pretende reducir, hasta 2025, el uso de plásticos hasta un 20%, utilizar al menos un 25% de plástico reciclado en la composición de sus envases de marca propia y lograr que todos sus envases propios de plástico sean 100% reciclables.

### **Ticket eco**

Asimismo, la cadena también tiene activa una opción en su aplicación Lidl Plus para que sus clientes puedan renunciar a imprimir el ticket en formato papel y disponer exclusivamente de la versión digital como garantía de compra.

---

#### **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. 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 estables y 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 a sus clientes.

#### **Acerca de Lidl**

Lidl es una cadena de distribución alimentaria con presencia desde hace más de 25 años en España, donde gracias a la creciente confianza de sus clientes ya es el tercer operador del sector por cuota de mercado. Hoy en día, cuenta con una red de más de 650 tiendas y 11 plataformas logísticas y con una plantilla de más de 17.500 personas. Lidl también colabora estrechamente con más de 900 proveedores nacionales a los que ya compra producto por valor de unos 5.700 M€ anuales, exportando más de la mitad.

Lidl Supermercados es la filial en España de la alemana Lidl Stiftung, compañía integrada a su vez en el Grupo Schwarz, el cuarto operador mundial en el ámbito de la distribución alimentaria. Actualmente, Lidl como grupo es la cadena de supermercados líder en Europa y está presente en una treintena de países en el mundo, con una estructura de más de 12.000 establecimientos y más de 200 centros logísticos y con una plantilla de más de 360.000 personas.

#### **Para más información**

Gabinete de Prensa – Lidl España  
93 576 14 44

[departamento.comunicacion@lidl.es](mailto:departamento.comunicacion@lidl.es)

