



COMUNICADO DE PRENSA

La cadena ya cuenta con más de 5.200m2 de placas solares instaladas en la cubierta de sus tiendas asturianas

La apuesta de Lidl por la sostenibilidad en Asturias: cerca de la mitad de sus tiendas en la región ya cuentan con placas fotovoltaicas

- *Desde hace años, la cadena es una referencia entre el sector de la distribución en el impulso de acciones de sostenibilidad al promover prácticas más responsables que generan un valor compartido a la sociedad*
- *Entre las múltiples iniciativas que lleva a cabo la marca destaca su apuesta por la construcción eficiente. En la actualidad, cinco de los doce establecimientos que la compañía tiene en Asturias ya cuentan con placas fotovoltaicas, lo que le permite reducir entre un 20-30% el consumo energético tradicional de cada centro*
- *El primer supermercado Lidl del Principado en contar con una de estas infraestructuras fue el de Los Canapés (Avilés), en el que se instalaron más de 1.000 m² de placas en el año 2018*
- *En los últimos cinco años, la firma ha intensificado su apuesta por este tipo de energía en sus puntos de venta del territorio, quintuplicando la superficie ocupada por placas solares (pasando de algo más de 1.000 m² en 2018 a los más de 5.200 m² a día de hoy)*

Asturias, 12 de septiembre 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.

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: Más de 5.200 m2 de placas fotovoltaicas en Asturias

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 marca ya cuenta con más de 5.200 m2 de placas fotovoltaicas, instaladas en cerca de la mitad de sus tiendas del Principado, que generan entre el 20-30% del consumo energético de cada centro.

En total cinco de los doce puntos de venta asturianos de Lidl ya cuentan con esta mejora: Los Canapés y La Maruca en Avilés, La Calzada en Gijón, y Lugones y Avenida del Mar en Oviedo. El establecimiento avilesino de Los Canapés fue el primero en el que se llevó a cabo una de estas intervenciones, en el año 2018, donde se instalaron más de 1.000 m² de superficie fotovoltaica.

En los últimos cinco años, la compañía ha intensificado su apuesta por este tipo de energía en sus establecimientos del territorio. En este tiempo, ha quintuplicado la superficie ocupada por placas solares (pasando de los más de 1.000 m2 en 2018 a los más de 5.200 m2 a día de hoy). Para ello, la cadena ha invertido cerca de medio millón de euros.

Al respecto el director regional de Lidl en Asturias, Jaime Herrá, subraya *“la decidida apuesta de Lidl por reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero, algo para lo que tiene una gran importancia la puesta en marcha de acciones a nivel local”*. Para Herrá, un gran ejemplo de ello es *“la incorporación de placas fotovoltaicas, tanto en las tiendas que hemos abierto o modernizado en los últimos años como en otras ya en funcionamiento, para lograr que nuestros puntos de venta en Asturias reduzcan el consumo energético tradicional”*.

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. Lidl fue una de las primeras empresas en el sector de la

distribución en España en contar con el certificado Residuo Cero (AENOR) en todas sus plataformas logísticas de la península, que legitima que el 100% de los residuos que gestiona en dichos centros se recicla.

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 valor compartido 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 670 tiendas y 12 plataformas logísticas y con una plantilla de unas 18.500 personas. Lidl también colabora estrechamente con más de 900 proveedores nacionales a los que ya compra producto por valor de unos 6.700 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 12.200 establecimientos y más de 220 centros logísticos y con una plantilla de más de 375.000 personas.

Para más información

Atalaya Comunicación

Tel.: 604 022 639

pblogonzalez@atalayacomunicacion.com

