



COMUNICADO DE PRENSA

Con motivo de la Semana contra el Desperdicio Alimentario

Lidl donará al Banco de Alimentos el 100% de las ventas de su *bolsa antidesperdicio*

- *Desde el pasado mes de marzo la cadena ha logrado salvar más de mil toneladas de fruta y verdura gracias a la venta de las ‘bolsas antidesperdicio’, packs que pone a disposición de sus clientes por tres euros y que están compuestos por frutas y verduras que no cumplen con los estándares estéticos, pero sí son aptas para su consumo*
- *Con motivo de la Semana contra el Desperdicio Alimentario y en su compromiso con la sociedad, Lidl ha decidido poner en marcha una nueva acción social vinculada a este proyecto: todo lo que recaude por la venta de estas bolsas entre el 25 de septiembre y el 1 de octubre lo donará al Banco de Alimentos, a través de la entrega de productos*
- *La compañía quiere seguir concienciando a sus clientes sobre el desperdicio alimentario y les anima a participar en esta iniciativa para ayudar a los colectivos más necesitados*
- *Lidl cuenta desde hace años con innovadoras medidas preventivas y reactivas para luchar contra el desperdicio alimentario y lograr su objetivo de reducirlo en un 30% hasta 2025 y en un 50% hasta 2030. Entre sus medidas se incluyen descuentos en productos que se encuentran cerca de su fecha de caducidad, la colaboración con distintas ONGs o la transformación de sus excedentes de alimentación seca en harina para pienso animal*

Barcelona, 26 de septiembre de 2023.- Lidl inaugura la Semana contra el Desperdicio Alimentario con una iniciativa social con la que pretende ayudar a los colectivos más necesitados. Desde el 25 de septiembre hasta el 1 de octubre, todo lo recaudado con la venta de sus *bolsas antidesperdicio* lo donará al Banco de Alimentos, a través de la entrega de productos alimentarios.

Mil toneladas de frutas y verduras salvadas

Desde el pasado mes de marzo, la compañía pone a disposición de sus clientes la ‘*bolsa antidesperdicio*’, un pack por tres euros que contiene frutas y verduras que, o bien no cumplen con los estándares estéticos convencionales, pero siguen siendo totalmente aptas para su consumo, o forman parte de envases que han sufrido algún tipo de desperfecto sin dañar la calidad del producto. Gracias a esta medida, y a la gran acogida

entre sus clientes, la cadena ha logrado salvar hasta el momento más de mil toneladas de fruta y verdura.

Lidl, además de participar un año más en la VI edición de la Semana contra el Desperdicio Alimentario liderada por AECOC, implementa esta acción con el objetivo de seguir trabajando en la corresponsabilidad y concienciación sobre la necesidad de poner en valor los alimentos y hacer un buen uso de ellos.

En palabras de **Michaela Reischl, directora de RSC de Lidl España**: “Además de todas las medidas que ponemos en marcha contra el desperdicio alimentario, como empresa responsable queremos concienciar al consumidor sobre la importancia de cuidar los alimentos que compran. En este sentido, nuestra ‘bolsa antidesperdicio’ está teniendo tanto éxito entre nuestros clientes que hemos decidido vincular este proyecto a una acción social, coincidiendo con la Semana contra el Desperdicio Alimentario. Desde Lidl animamos a la gente a comprar estas bolsas más que nunca durante esta semana para llenar las despensas del Banco de Alimentos y ayudar así a miles de familias”.

Medidas concretas e innovadoras que reducen el desperdicio alimentario

La compañía se marca como prioridad en materia de sostenibilidad reducir el desperdicio alimentario en un 30% hasta 2025 y en un 50% hasta 2030¹.

En este sentido, cuenta entre otros, con una planificación y gestión eficiente de su surtido con pedidos optimizados y ajustados, dona alimentos de forma permanente y continuada a través de sus tiendas a distintas ONGs locales (cerca de 2,8 millones de kg en el último año) o transforma productos como el pan, bollería, galletas o legumbres no aptos para el consumo humano y retirados de sus tiendas, en harina para pienso animal. Asimismo, además del lanzamiento de la *bolsa antidesperdicio*, Lidl ha implementado en los últimos meses otras nuevas medidas:

- **Venta de panes del día anterior con un 50% de descuento**
Ofrece panes del día anterior con un 50% de descuento, entre ellos el pan campeón del mundo, el pan de centeno 67%, la barra de pueblo u hogazas con frutos secos.
- **Aplicación de un segundo descuento (50%) en el último día de caducidad**
La cadena ya aplicaba hasta marzo de 2023 un descuento del 30% en artículos frescos como la carne, el pescado, yogures, quesos o ensaladas para dar salida al producto que se encontraba próximo a su fecha de caducidad o consumo preferente. Con el objetivo de incentivar aún más el consumo de estos productos, Lidl decidió aplicar un 20% de descuento adicional en el último día de su expiración.
- **Aplicación de descuento del 30% en su surtido de congelado y seco**
Desde hace unos meses la compañía aplica una rebaja del 30% a familias de productos que no tenían ningún tipo de descuento cuando se encontraban próximos a su fecha de caducidad o consumo preferente. Se trata de familias del surtido seco como pueden ser las galletas, pastas o artículos de conserva, así como sus congelados.

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.

¹ Tomando como año base 2020

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

Gabinete de Prensa – Lidl España

93 576 14 44

departamento.comunicacion@lidl.es

