



COMUNICADO DE PRENSA

A lo largo del año 2024, la cadena continuará implementando iniciativas en Andalucía para disminuir su impacto ambiental

Lidl supera los 85.000 m2 de placas fotovoltaicas y los 100 puntos de carga para vehículos eléctricos en Andalucía

- ***Entre las múltiples iniciativas que lleva a cabo en Andalucía destaca su apuesta por la logística sostenible y la construcción eficiente. En la actualidad, el 33% de sus tiendas en la comunidad andaluza ya cuenta con placas fotovoltaicas, que permiten generar entre un 20-30% del consumo energético de cada centro***
- ***En los últimos tres años, la firma ha intensificado su apuesta por este tipo de energía en sus puntos de venta del territorio, incrementando un 68% la superficie ocupada por placas solares (pasando de los 50.400 m2 en 2021 a más de 85.000 m2 a día de hoy)***
- ***La cadena de supermercados es pionera dentro del sector de la distribución en el impulso de acciones de sostenibilidad a través de prácticas responsables que generan un valor compartido a la sociedad***

Sevilla, 10 de julio de 2024.- 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.

En general, la cadena está trabajando para alcanzar los objetivos de su estrategia contra el cambio climático a través de medidas concretas relacionadas con: su iniciativa REset Plastic, la gestión de los residuos, la construcción eficiente y la logística sostenible, el uso responsable de las materias primas y el cuidado de la diversidad, entre otras.

Construcción eficiente: más de 85.000 m2 de placas fotovoltaicas en Andalucía

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 más de 85.000 metros cuadrados de placas fotovoltaicas (instaladas en el 33% de sus supermercados distribuidos por toda la comunidad andaluza y sus plataformas logísticas de Málaga y Granada -Escúzar-) que generan entre el 20-30% del consumo energético de cada centro. Para ello, la inversión estimada realizada durante los últimos tres años ha sido de 3,3 millones de euros.

En concreto, ya son 47 los puntos de venta andaluces donde la marca tiene instaladas placas fotovoltaicas, siendo el establecimiento de Entrenúcleos de Dos Hermanas (Sevilla) el más

reciente en incorporar este tipo de instalación y la tienda ubicada en el municipio de Ayamonte la que reúne la mayor superficie fotovoltaica (más de 1.300 m²).

En los últimos tres años, la firma ha intensificado su apuesta por este tipo de energía en sus centros del territorio, incrementando un 68% la superficie ocupada por placas solares (pasando de algo más de 50.400 m² en 2021 a más de 85.000 m² a día de hoy). La intención de la compañía es la de seguir ampliando esta instalación en los nuevos establecimientos que inaugure en la región.

114 puntos de carga eléctricos para una movilidad sostenible

Por otra parte, consciente de que el presente y futuro de la movilidad es en clave sostenible y, con la finalidad de fomentar los desplazamientos de clientes que usan vehículos eléctricos, la cadena de distribución también está trabajando en los últimos años para implementar puntos de recarga para estos automóviles en buena parte de sus establecimientos de Andalucía.

A día de hoy, ya cuenta con un total de 114 puntos repartidos en 42 tiendas andaluzas. Desde los primeros tres puntos, que entraron en funcionamiento en una tienda de Málaga (avenida Ortega y Gasset 224) en junio de 2018, la compañía ha seguido sumando más zonas de este tipo en el aparcamiento de sus establecimientos y, desde entonces, gran parte de los nuevos puntos de venta ya incorporan esta medida de sostenibilidad.

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.

Además, Lidl implementa medidas reactivas con el fin de dar una salida a sus productos de pan, bollería, galletas o legumbres no aptos para el consumo humano y retirados de sus tiendas, para evitar que acaben en el vertedero. La cadena lleva desde 2014 trabajando con gestores autorizados encargados de recoger dichos excedentes para transformarlos en harina para pienso animal, logrando evitar así el desperdicio de cerca de 4.900 toneladas de alimentos anuales.

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 recogida, clasificación y reciclaje de plástico

Tras haber sido pionera en varias medidas en torno al uso responsable del plástico, Lidl ha continuado trabajando en el desarrollo de acciones sostenibles en los últimos siete años. Además de eliminar las bolsas de plástico de un solo uso, ha sustituido envases de plástico por celulosa en toda su gama de frutas y verduras bio, así como se ha encargado del lanzamiento de la primera botella de agua de marca propia 100% rPET, lo que ha supuesto el ahorro de más de 185 toneladas anuales de plástico virgen.

Desde que se empezaron a impulsar estas acciones en el año 2017, el balance de los resultados ha sido más que positivo. Habiéndose marcado el objetivo de disminuir más de un 20% de plástico hasta 2025, hoy en día, la compañía ya ha conseguido superar el porcentaje (26%), optimizando más de 400 envases, así como eliminando microplásticos de productos de cosmética, detergentes o limpieza.

Pese a haber superado los objetivos marcados antes de lo previsto, la cadena amplía su objetivo para seguir disminuyendo el uso del plástico en un 30% hasta 2025 y en un 35% hasta 2027. Todo ello se enmarca en la iniciativa REset Plastic, un plan con el que el Grupo Schwarz (del que Lidl forma parte).

En su firme compromiso con la responsabilidad y sostenibilidad, la cadena ha colaborado recientemente con la empresa de impacto social, de economía circular y concienciación medioambiental, Gravity Wave, para llevar a cabo una recogida de plásticos por los pescadores locales en las inmediaciones del fondo del Mar Mediterráneo y puertos de las Islas Baleares, en la que se han podido recolectar hasta 15.000 kg de plástico para darles una segunda vida.

El nuevo pilar de sostenibilidad: la alianza internacional de Lidl y WWF

Recientemente, Lidl ha comunicado una alianza internacional con WWF, organización independiente dedicada principalmente a la conservación de la naturaleza. Este acuerdo internacional responde a ese compromiso de garantizar que más hogares accedan a opciones sostenibles y fomentar un modelo de negocio más respetuoso, con los derechos humanos, la naturaleza y con el planeta. Este acuerdo tiene una duración de cinco años y se implementará en 31 países, un ejemplo más de su fiel compromiso con la sostenibilidad, no solo en España, sino en todos los países donde la compañía está presente.

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 30 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 de Lidl

Daniel Rodríguez – 637 48 20 71
José Luis Fernández – 605 15 66 88

lidl@seis60.com



