



COMUNICADO DE PRENSA

En su compromiso de incluir al menos un 25% de plástico reciclado en todos sus envases hasta 2025

Lidl lanza en Canarias la primera bolsa reutilizable en la sección de panadería

- **Se convierte de esta manera en la primera cadena de supermercados que ofrece una bolsa de estas características en la sección de panadería**
- **En esta primera fase, las bolsas de pan rPET estarán disponibles en ocho tiendas de Tenerife. En las próximas semanas, esta iniciativa estará disponible en todas las tiendas de Canarias**
- **Esta acción se enmarca en la ambiciosa estrategia REset Plastic que Lidl lleva impulsando desde hace años para la gestión sostenible del plástico, fijándose el compromiso, entre otros, de incluir al menos un 25% de plástico reciclado en todos sus envases hasta 2025**

Tenerife, 18 de julio de 2024. Lidl, en su objetivo de seguir apostando por un modelo de negocio sostenible y contribuir de forma positiva al medioambiente, lanza la primera bolsa de panadería 100% reutilizable y reciclable de una cadena de supermercados. Esta nueva propuesta está realizada a base de rPET, plástico reciclado, y forma parte de la estrategia de la compañía para reducir el uso de plástico e incluir al menos un 25% de plástico reciclado en todos sus envases hasta 2025.

En esta primera fase y desde esta semana, la bolsa de pan rPET de Lidl estará disponible en 8 tiendas de Tenerife (El Toscal, Tacoronte, Santa Úrsula, Puerto de la Cruz, La Laguna, La Cuesta, Tres de Mayo, Añaza) con un precio de venta al público de 0,99 euros. En las próximas semanas, la iniciativa se implementará en todas las tiendas de Canarias y, de este modo, los clientes de la región podrán embolsar sus artículos de panadería y bollería con esta nueva bolsa más sostenible.

Según el informe de la consultora Kantar Worldpanel, *Conectando con consumidores eco conscientes*, el 63% de los encuestados utilizan mayormente bolsas reutilizables. La compañía sigue dando respuesta así a las nuevas necesidades de sus clientes con formatos innovadores para la reducción de plásticos que se implementan tanto en la experiencia de compra, como en todo el surtido.

En este sentido y en palabras de Michaela Reischl, directora de RSC de Lidl España: *“No implementamos ninguna medida sin hacer antes un trabajo de campo en la tienda. El desafío de encontrar envases y soluciones amigables con el medioambiente es de toda la industria, pero debemos seguir poniendo foco en las necesidades de las personas ofreciendo soluciones seguras, resistentes, que permiten mantener la calidad y frescura de los productos y sin elevar el coste de estos”.*

Compañía pionera en uso responsable del plástico

En 2018, Lidl se unió a La Fundación Ellen MacArthur que representa a más de mil organizaciones detrás de una visión común: una economía circular para el plástico. La iniciativa tiene como objetivo rediseñar el futuro de los plásticos, empezando por los envases.

La compañía ya fue pionera en varias medidas en torno al uso responsable del plástico. Además de ser la primera cadena en eliminar las bolsas de plástico de la línea de cajas o artículos de dicho material de un solo uso, también impulsa la sustitución de los envases de plástico por celulosa o compostables en toda su gama de frutas y verduras bio.

En los últimos seis años, la cadena ya ha rediseñado más 400 de sus artículos de marca propia que han supuesto la sustitución total del plástico por otros materiales, contar con más plástico reciclado y/o lograr una mayor reciclabilidad de sus embalajes. Actualmente, el 44% de los envases de marca propia ya son de fácil reciclado y el 16% del plástico incluido en los envases es de origen reciclado. Además, el 40% de la fruta y verdura de la compañía ya no contiene plásticos en el envasado. Por otro lado, y en términos de separación de residuos, facilitan a sus clientes una tabla informativa en el propio envase que ayuda con la labor de reciclaje.

REset Plastic una ambiciosa estrategia internacional en más de treinta países

[REset Plastic](#) es la ambiciosa estrategia internacional que Lidl lleva impulsando desde hace años en la treintena de países donde la cadena está presente. Dentro de este marco, se incluyen los objetivos de reducir el uso de plástico en un 30%, utilizar al menos un 25% de plástico reciclado y garantizar la reciclabilidad de todos sus envases de marca propia hasta 2025.

Canarias, enclave estratégico para la puesta en marcha de prácticas sostenibles

Desde 2018, Lidl ha convertido a las Islas Canarias en un epicentro de innovación y prácticas sostenibles. Ese año, la compañía inició la instalación de puntos de carga para vehículos eléctricos en sus tiendas de la región. Hoy, gracias a Lidl, las Islas cuentan con cerca de un centenar de plazas de recarga ubicadas en sus establecimientos que ofrecen carga gratuita para los clientes mientras realizan sus compras.

Además, en línea con su compromiso con un transporte más sostenible, Lidl presentó, el pasado mes de junio, los primeros camiones eléctricos en el sector de la distribución en Canarias, una iniciativa que permitirá evitar la emisión de 100 toneladas de CO2 anuales. Otro proyecto destacable es la instalación de las placas fotovoltaicas en sus dos plataformas logísticas en Tenerife y Gran Canaria, así como en 17 tiendas repartidas por el archipiélago. Estas instalaciones suman más de 40,000 m² de superficie ocupada por placas solares, destacando así a esta región como un modelo a seguir en la transición hacia un futuro más sostenible.

Lidl el supermercado mejor valorado por los consumidores para comprar el pan

Según una reconocida organización de consumidores, Lidl ha sido valorado como el mejor supermercado donde comprar pan. La compañía ya fue pionera en su formato de venta de pan en tienda, que se hornea en el propio establecimiento varias veces al día, para garantizar que los consumidores puedan disfrutar de un pan recién hecho en cualquier momento de la jornada.

La cadena de supermercados ya ofrece, en sus más de 680 tiendas en España, 54 referencias de pan, y alternativas con masa madre, cereales y frutos secos con el objetivo de seguir manteniendo la mejor relación calidad-precio y mejorar la experiencia de compra. Con la misma premisa, Lidl lanza esta nueva bolsa con tal de sorprender y acercar a sus clientes opciones más sostenibles y mejorar así su experiencia en tienda.

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 680 tiendas y 13 plataformas logísticas y con una plantilla de más de 18.500 personas. Lidl también colabora estrechamente con unos 900 proveedores nacionales a los que ya compra producto por valor de unos 7.500 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 12.350 establecimientos y 225 centros logísticos y con una plantilla de más de 375.000 personas.

Para más información

Gabinete de Prensa – Lidl España

93 576 14 44

prensa@lidl.es

