



## COMUNICADO DE PRENSA

*Compromiso con la sostenibilidad, la economía circular y ofrecer una nueva vida a los plásticos*

# **De mares y puertos a canchas de baloncesto en Baleares; así cuidan el medio ambiente y fomentan el deporte Lidl y Gravity Wave**

- *Lidl y Gravity Wave han impulsado un proyecto en el que junto con puertos y pescadores, principalmente de las Islas Baleares, han retirado 15.000 kilogramos de redes de pesca y plásticos del fondo del Mar Mediterráneo y sus puertos.*
- *Con el objetivo de dar una nueva vida a los plásticos, se han fabricado 22 tableros y redes que ya se están instalando en las canchas de baloncesto de las Islas Baleares, uniendo sostenibilidad, economía circular y deporte*
- *Esta acción se enmarca dentro de la estrategia global de Lidl “REset Plastic”, con la que la compañía se compromete a lograr antes de finales de 2025 la reducción del uso de plástico en un 30%, a utilizar al menos un 25% de material reciclado y a garantizar la reciclabilidad de los envases de marca propia*
- *La colaboración con Gravity Wave ha contado con la participación de la activista ambiental Carlota Bruna y de la exjugadora de baloncesto española Amaya Valdemoro*

**Palma, 30 de julio de 2024.-** Desde que anunciaron su acuerdo de colaboración en junio de 2023, Lidl y Gravity Wave han retirado más de 15.000 kilogramos de redes de pesca y plásticos del fondo del Mar Mediterráneo y sus puertos, dándole una segunda vida a esos residuos transformándolos en tableros y redes de baloncesto que ya se están instalando en las diferentes canchas de las Islas Baleares. Actualmente, ya se han implementado 2 de las 22 canastas que se irán ubicando a lo largo del año en las pistas de baloncesto de Baleares. En total, serán 11 las ubicaciones que se equiparán,

y ya se ha iniciado el proceso en el polideportivo municipal Mateu Cañellas de Inca en Mallorca.

De esta manera, ambas entidades han impulsado esta acción en favor del medio ambiente, la economía circular y el deporte, para la que han contado con una comunidad de pescadores tradicionales y puertos del Mediterráneo, principalmente de Palma, Ibiza, Pollença, Alcúdia, Santanyí, Andratx, Cala Ratjada, Portocolom y la Colonia de Sant Jordi. A través de la actividad de recolecta de Gravity Wave, se han recuperado redes de pesca desechadas que causan graves problemas ambientales. Al caer al mar, estas redes pueden permanecer en el fondo cientos de años, atrapando y dañando la vida marina. Una vez que estas redes están en puerto, son trasladadas a la planta de reciclaje colaboradora de Gravity Wave en Valencia, donde se han tratado y procesado para su posterior revalorización.

Este proyecto no solo persigue el objetivo de Lidl de cuidar los mares y océanos, también impulsa el hecho de ofrecer una segunda vida y uso a los plásticos. Estudios como *“Stop the Flood of Plastic”* de la organización WWF revelan que el Mar Mediterráneo es la superficie de agua más contaminada de plásticos en el mundo. Recientemente, la compañía ha anunciado un acuerdo de colaboración internacional con WWF que durará 5 años, y que tiene como principales objetivos la conservación de la biodiversidad, la gestión responsable del agua, la protección del clima y la promoción de cadenas de suministro sostenibles. “El compromiso de Lidl con el medio ambiente y la economía circular no se limita a la reducción de plásticos, buscamos una segunda vida para este material y optimizar así los recursos”, afirma Michaela Reischl, directora de RSC de Lidl España.

### **Estrategia global “REset Plastic”**

Esta acción se enmarca dentro de la estrategia global de Lidl “REset Plastic”, que la compañía lleva impulsando desde hace años, basándose en cinco áreas de actuación - REDucir, REDiseñar, REciclar, REidear y Recoger-. Tiene entre sus objetivos lograr hasta finales 2025 la reducción del uso de plástico en un 30%, la utilización de al menos un 25% de material reciclado y garantizar la reciclabilidad de los envases de marca propia.

Lidl es pionera en varias medidas en torno al uso responsable del plástico. Además de ser la primera cadena en eliminar las bolsas de plástico o artículos de dicho material de un solo uso, destaca también por medidas como la sustitución de los envases de plástico por celulosa o compostables en toda su gama de frutas y verduras bio, el lanzamiento de la primera botella de agua de marca propia 100% rPET (que supone el ahorro de más de 185 toneladas anuales de plástico virgen) o el cambio de envase de sus huevos a celulosa, que conlleva la reducción de cerca de 500 toneladas de plástico anuales, entre muchas otras.

### **Sostenibilidad y deporte**

Esta acción ha contado con la colaboración de Carlota Bruna, nutricionista y dietista reconocida también por el trabajo que lleva a cabo en las redes sociales en favor de la sostenibilidad; y de Amaya Valdemoro, exjugadora de baloncesto española considerada una de las mejores en la historia de este deporte en Europa.

Carlota Bruna explica que “cada año se vierten 19 millones de toneladas de plástico en nuestros mares y océanos, y parte de esos residuos son redes y artes de pesca. Lidl, junto a Gravity Wave, está colaborando para que el plástico del mar y las redes de pesca se gestionen y tengan un nuevo uso, fomentando así la economía circular. Gracias al trabajo de miles de pescadores de Baleares involucrados en este proyecto durante 2023 logramos retirar 15.000 kg de plástico y redes de pesca del Mar Mediterráneo”.

Amaya Valdemoro destaca que “como deportista valoro positivamente que empresas como Lidl se comprometan con el medio ambiente y promuevan hábitos de vida saludable. Este proyecto junto a Gravity Wave, no solo permite retirar residuos que contaminan nuestros mares, sino que los plásticos y las redes se reutilizan para hacer más sostenibles las pistas de baloncesto”.

Amaia Rodríguez, CEO y Co-Founder de Gravity Wave, por su parte, asegura que: “contar con partners con una estrategia tan sólida en reducción de plásticos como Lidl, nos ha permitido hacer uso de la innovación en este proyecto y ofrecer una nueva vida a los plásticos y redes, creando nuestras primeras canastas de baloncesto realizadas a base de material reciclado”.

---

#### **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 decisiva al desarrollo económico y social del país. En este sentido, la compañía sigue generando valor compartido en todo el territorio a través de la apertura de nuevas tiendas y plataformas logísticas, la creación de empleo estable y de calidad, y la compra de producto nacional –impulsando e internacionalizando los negocios de sus proveedores–. Todo ello estando cerca de colectivos vulnerables con proyectos que permiten mejorar sus vidas y sin renunciar a la sostenibilidad como factor clave en toda su actividad, para ofrecer siempre la mejor relación calidad-precio 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, la empresa 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 más de 7.400 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, con una estructura de más de 12.350 establecimientos y 225 centros logísticos y con un equipo de más de 375.000 personas.

#### **Para más información**

Gabinete de Prensa – Lidl España

93 576 14 44

[prensa@lidl.es](mailto:prensa@lidl.es)

