



La cadena de supermercados anuncia un innovador proyecto de economía circular

Lidl da una segunda vida a los residuos plásticos de la compañía y los transforma en bolsas de basura ya disponibles en sus más de 700 tiendas en España

- *La certificación de AENOR ‘Proyecto de Economía Circular’ respalda que Lidl se convierte en el primer y único supermercado que ofrece un producto de marca propia basado en un modelo de economía circular, con el que logra transformar un residuo en un producto útil y de calidad para el consumidor*
- *En el marco de su compromiso con el planeta, la compañía presenta su primer artículo realizado a base de sus propios residuos: 6 referencias diferentes de bolsas de basura de su marca propia Purio que ya están a la venta en su red de tiendas en nuestro país*
- *Gracias a esta iniciativa, Lidl ya ha logrado reciclar más de 1.500 toneladas de plástico, y de aquí a finales del 2026, la compañía prevé comercializar más de 16 millones de unidades de bolsas realizadas a base de material reciclado procedente de sus residuos plásticos*
- *El proyecto es posible gracias al compromiso de toda la cadena de valor en la que participan partners nacionales de referencia, como La Red by Veolia —empresa especializada en el reciclaje de plásticos de origen industrial y posconsumo que forma parte del Grupo Veolia—; Sphere España —proveedor de soluciones de reciclaje y productos sostenibles—; y AENOR —certificadora de prestigio especializada certificar proyectos sostenibles y de Economía Circular—*

Barcelona, 9 de octubre de 2025.- En un avance significativo dentro de su estrategia **REset Resources**, Lidl España anuncia un innovador proyecto de economía circular que da una segunda vida a sus propios residuos. A partir de ahora, los clientes podrán encontrar en sus más de 700 tiendas seis referencias de bolsas de basura de la marca propia **Purio**, elaboradas a partir de plástico film transparente que la compañía utiliza para proteger y estabilizar los palés en sus almacenes y establecimientos.

Este hito convierte a Lidl en la primera cadena de supermercados en España en obtener la certificación del **proyecto de economía circular por parte de AENOR para un producto de marca propia**. Este reconocimiento valida un proceso innovador y sostenible que demuestra el compromiso de la compañía con la



reducción de residuos – siendo un primer paso para futuros proyectos de economía circular que refuercen su liderazgo en el sector -, y la promoción de un modelo de negocio más responsable. La iniciativa es un claro ejemplo de cómo Lidl integra la sostenibilidad en su cadena de valor, transformando un residuo en un producto útil y de calidad para el consumidor.

Más de 1.500 toneladas de plástico recicladas y 16 millones de bolsas

Gracias a esta iniciativa, Lidl ya ha logrado **reciclar más de 1.500 toneladas de plástico**, contribuyendo así a la reducción del impacto medioambiental. Este proyecto no sólo minimiza los residuos, sino que también impulsa la circularidad, un pilar fundamental en la estrategia **REset Resources** de la compañía.

Los clientes de Lidl tienen ya disponibles en las más de 700 tiendas de la compañía en nuestro país **seis tipos de bolsas de basura diferentes bajo su marca propia Purio**, elaboradas con plástico reciclado, en un porcentaje que va del 20% hasta el 50% y en formatos que van desde los 10 litros de capacidad hasta los 100. De aquí a finales de 2026, la cadena de supermercados prevé comercializar más de 16 millones de unidades de bolsas.

Un proceso de reciclaje en seis fases

Este proyecto de economía circular se articula en una cadena de valor optimizada, compuesta por seis fases clave que garantizan la trazabilidad del proceso:

- **Recogida:** El plástico generado en varios almacenes de la compañía y en más de 300 tiendas es recogido y compactado en balas para facilitar su manejo. Un primer paso que es posible gracias a la implicación activa de los empleados de Lidl, quienes se encargan de la correcta segregación del residuo plástico.
- **Transporte:** La Red by Veolia se encarga de recoger este material en los centros logísticos y transportarlo a su planta de tratamiento.
- **Reciclaje:** En sus instalaciones, La Red by Veolia segrega, limpia y transforma el plástico en granza reciclada - pequeños pellets -.
- **Transformación:** A continuación, Sphere España utiliza esta granza para fabricar las bolsas de basura, combinándola con una pequeña cantidad de plástico virgen para asegurar la máxima calidad del producto final.
- **Distribución:** Seguidamente, las bolsas de basura recicladas se distribuyen a través de los más de 700 establecimientos de Lidl en toda España, donde ya están disponibles para su venta al público.



- **Certificación:** Por último, AENOR certifica todo el proyecto visitando los diferentes agentes implicados en la cadena de valor y evidenciando que se mantiene la trazabilidad y se cumplen las premisas del proyecto de economía circular.

Cadena de valor sostenible y *partners* estratégicos

La puesta en marcha de este proyecto pionero ha sido posible gracias a la colaboración de **Lidl** con *partners* nacionales de referencia, construyendo una cadena de valor sostenible que optimiza cada fase del proceso. En este marco, **La Red by Veolia** —empresa sevillana especializada en el reciclaje de plásticos de origen industrial y posconsumo que forma parte del Grupo Veolia— y **Sphere España** —proveedor zaragozano líder en soluciones de reciclaje y productos sostenibles— han sido clave para transformar los residuos plásticos de la compañía en un nuevo producto. Esta colaboración estratégica subraya el compromiso de Lidl por impulsar la circularidad y la innovación en el sector de la distribución.

Estrategia REset Resources

Lidl, como parte del Grupo Schwarz, ha evolucionado en su estrategia de sostenibilidad **REset Plastic** a **REset Resources**, ampliando su compromiso hacia una economía circular integral. Este nuevo enfoque no solo busca reducir el uso de plástico, sino también conservar los recursos naturales a lo largo de toda la cadena de valor. Además, la compañía impulsa soluciones innovadoras, como, por ejemplo, el uso de bandejas de pescado y carne fresca con un 80% de plástico reciclado (rPET). Con **REset Resources**, Lidl trabaja para cerrar el ciclo de los materiales, reducir el desperdicio y fomentar un uso más eficiente de los recursos.

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 más de 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 700 tiendas y 13 plataformas logísticas y con una plantilla de unas 19.700 personas. Lidl también colabora estrechamente con más de 860 proveedores nacionales a los que ya compra producto por valor de unos 7.900 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



Nota de prensa

presente en más de 30 países, con una estructura de unos 12.600 establecimientos, más de 230 centros logísticos y con un equipo de unas 382.400 personas, guiado por los valores de desempeño, respeto, confianza, humildad y pertenencia.

Para más información:

Gabinete de Prensa - Lidl España

[Sala de Prensa - Lidl España](#)

E: prensa@lidl.es T: +34 93 576 14 44

