



COMUNICADO DE PRENSA

En su compromiso con el medio ambiente

Lidl amplía su objetivo de reducir el uso del plástico en un 30% hasta 2025

- *Desde 2017 la compañía ha conseguido disminuir en más de un 20% el uso del plástico, objetivo que se comprometió lograr hasta 2025. No conforme, amplía su meta para reducirlo en un 30% hasta 2025 y en un 35% hasta 2027*
- *Este compromiso se enmarca en su ambiciosa estrategia REset Plastic que Lidl lleva impulsando desde hace años y en la que incluye otros dos objetivos más: utilizar al menos un 25% de material reciclado y garantizar la reciclabilidad de sus envases de marca propia hasta 2025*
- *La cadena ha logrado ser pionera en el sector con varias medidas en torno al plástico sustituyendo sus envases por celulosa o compostables en toda su gama de frutas y verduras bio, eliminando los microplásticos de sus productos de cosmética, detergencia y limpieza o lanzando al mercado la primera botella de agua de marca propia 100% rPET*
- *En los últimos seis años Lidl ha conseguido optimizar más de 400 envases sustituyendo sus embalajes por materiales más sostenibles, utilizando más plástico reciclado y/o haciéndolos más reciclables*

Barcelona, 22 de febrero de 2024.- Lidl continúa su senda para ser el supermercado más sostenible y contribuir de una forma positiva al medio ambiente, impulsando cambios y prácticas más responsables en el sector. Tras comprometerse en 2017 a lograr reducir el uso del plástico en un 20% hasta 2025, la compañía asegura ya haberlo conseguido, superando incluso dicho porcentaje (26%). No conforme, la cadena amplía su objetivo para seguir disminuyendo el uso del plástico en un 30% hasta 2025 y en un 35% hasta 2027¹.

Dicho compromiso se integra en su ambiciosa estrategia internacional [REset Plastic](#) que Lidl lleva impulsando desde hace años y que afecta a la treintena de países donde la cadena está presente. Dentro de este marco, se incluyen otros dos objetivos más: utilizar al menos un 25% de material reciclado y garantizar la reciclabilidad de sus envases de marca propia hasta 2025. En concreto, su estrategia REset Plastic se basa en cinco áreas de actuación: REducir, REdiseñar, REciclar, REidear y REcoger. Precisamente en

¹ Tomando como año base 2017

este último, la cadena anunció el pasado mes de junio uno de sus últimos proyectos. Se trata de su [colaboración con Gravity Wave](#) para llevar a cabo una recogida de plásticos en las inmediaciones del Mar Mediterráneo y puertos de las Islas Baleares con el objetivo de poder recolectar hasta 15.000 kg de plástico y utilizar dichos residuos para darle una segunda vida.

Objetivos que se convierten en hechos: más de 400 envases optimizados

Lidl fue 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 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.

En efecto, 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.

En este sentido y en palabras de Michaela Reischl, directora de RSC de Lidl España: *“Nos encontramos inmersos en el rediseño de nuestros envases teniendo como foco la economía circular. Un desafío importante que afecta a toda la industria, ya que necesitamos alternativas que, además de ser más amigables con el medio ambiente, sean resistentes, seguros para la alimentación, sin perder la calidad y frescura de nuestros productos e intentando no repercutir el coste que supone ser más sostenible a nuestros clientes”.*



La compañía identifica todos sus envases rediseñados con el sello “Envase eco-responsable”, con el objetivo de trasladar a sus clientes de forma transparente sus proyectos en favor del medio ambiente. Además, aquellos artículos cuyo envase está compuesto en su totalidad por material reciclado, incorporan un distintivo que resalta dicha particularidad, como es el caso de la botella de agua *Naturis* 100% rPET o la totalidad de sus zumos de nevera.

Por otro lado, conscientes de la problemática de los microplásticos, la cadena también fue pionera en intentar buscar una solución, ya que desde 2021 ha reformulado más de 400 artículos de detergencia, limpieza y cosmética. Se trata de partículas de tamaño inferior a cinco milímetros que dificulta seriamente su descomposición en el medio ambiente. En efecto, un [informe de la ONU](#), asegura que estas partículas son tan pequeñas que no son filtrables por las plantas de tratamiento de residuos. De esta manera, terminan mayoritariamente en el mar, con la posibilidad de ser ingeridas por las especies marinas y, por tanto, de acceder a la cadena alimenticia del ser humano.

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 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

