

Nota de Prensa

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 España.
- 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 16M de unidades de bolsas realizadas a base de material reciclado procedente de sus residuos plásticos.

Madrid, 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:** Reciclados La Red se encarga de recoger este material en los centros logísticos y transportarlo a su planta de tratamiento.
- **Reciclaje:** En sus instalaciones, Reciclados La Red 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:** Finalmente, 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, Reciclados La Red — empresa especializada en el reciclaje de plásticos de origen industrial y posconsumo y 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 hacía 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.

Sobre AENOR

[AENOR](#) contribuye a la transformación de la sociedad creando confianza entre organizaciones y personas, mediante servicios de evaluación de la conformidad (certificación, inspección y ensayos), formación e información; además de la consultoría de transformación de negocio que desarrolla la sociedad AENOR Conocimiento. Es la entidad líder en generación de confianza de España y más de 91.000 centros de trabajo en el mundo tienen alguno de los certificados de AENOR en campos como la Gestión de la Calidad, la Inteligencia Artificial, la Ciberseguridad o los relacionados con los criterios ESG, como pueden ser el *Compliance* penal, el buen gobierno corporativo, la Igualdad, la gestión ambiental o la construcción sostenible.

Entre las ventajas competitivas diferenciales de AENOR se encuentran el reconocimiento de marca más elevado entre las empresas y los consumidores; contar con personal propio, lo que le permite gestionar el conocimiento acumulado en beneficio de sus clientes; innovar en la resolución de nuevas brechas de competitividad gracias a su proximidad con las fuentes de conocimiento; y su capilaridad geográfica y sectorial.

AENOR es una entidad global, que ya desarrolla operaciones en 87 países. En España dispone de sedes en todas las Comunidades Autónomas, con auditores propios, y tiene presencia permanente en otros 12 países, principalmente de Latinoamérica y Europa.

Para más información:

Quique Cervera Garbayo

Responsable de la relación con los medios

Tel.: + 34 630 47 01 26

qcervera.ext@aenor.com

Síguenos en:

