Lidl insieme a WWF rafforza il suo impegno internazionale per un’alimentazione consapevole

Lidl prosegue nel suo impegno per un’alimentazione più consapevole allineando ulteriormente la sua offerta di prodotti alla Planetary Health Diet (PHD)[[1]](#footnote-2) entro il 2050. Entro il 2030, l’Insegna aumenterà la quota di alimenti a base vegetale venduti, come fonti proteiche, cereali integrali, frutta e verdura, del 20% rispetto al 2023. Come primo retailer ad applicare la metodologia del WWF in tutti i 31 Paesi in cui è presente, Lidl consente ai suoi clienti di compiere scelte più consapevoli dal punto di vista ambientale e salutare, garantendo maggior trasparenza per tutte le categorie alimentari del suo assortimento.

Per affrontare le sfide globali come il cambiamento climatico, la perdita di biodiversità e le malattie legate all’alimentazione, è necessario cambiare il nostro sistema alimentare[[2]](#footnote-3). Nel riconoscere questi problemi urgenti e la sua responsabilità, Lidl contribuisce alla trasformazione del sistema alimentare globale fissando obiettivi ambiziosi lungo tutta la sua catena del valore, mettendo i propri clienti nella condizione di compiere scelte d’acquisto più sostenibili. Per raggiungere questo scopo, Lidl, con il supporto di WWF, si pone obiettivi sempre più ambiziosi attraverso la strategia sull’Alimentazione Consapevole valida in tutti i 31 Paesi in cui opera.

**Alimentazione consapevole come motore per la salute e la tutela ambientale**

**Alessia Bonifazi, Responsabile Comunicazione & CSR Lidl Italia** spiega: *“Per nutrire una popolazione mondiale in crescita, in modo sano ed entro i limiti del Pianeta, è fondamentale una trasformazione del sistema alimentare globale. Lidl è impegnata su questo fronte da anni, basandosi sull’approccio scientifico della Planetary Health Diet. Con il WWF come partner esperto al nostro fianco, vogliamo avere un impatto positivo ancora maggiore in futuro e offrire ai nostri clienti una crescente offerta di alternative sane e sostenibili, al prezzo Lidl.”*

**Mariella Meyer del WWF International** aggiunge: *“Accogliamo con favore l’allineamento di Lidl alla Planetary Health Diet e l’applicazione della metodologia di WWF*[[3]](#footnote-4)*. Questo è un passo cruciale nella trasformazione del sistema alimentare, che è il principale motore della perdita di fauna selvatica e natura. Concentrandosi su più alternative a base vegetale, Lidl dà priorità sia alla salute umana sia a quella del Pianeta. Speriamo che questo ispiri altri retailer a seguire l’esempio e a concentrarsi maggiormente sulle scelte a base vegetale rispetto ai prodotti a base animale.”*

**Obiettivi ambiziosi per fonti proteiche vegetali e cereali integrali**

L’obiettivo internazionale di aumentare la quantità di alimenti venduti a base vegetale del 20% entro il 2030, rispetto al 2023, fa parte della strategia olistica di CSR e del concetto di nutrizione di Lidl. Il suo raggiungimento si basa su interventi mirati riguardanti le categorie: fonti proteiche, cereali integrali e frutta e verdura. A partire dal 2025, Lidl comunicherà annualmente i suoi progressi, rendendo i dati pubblicamente disponibili, e seguirà la metodologia di WWF al fine di promuovere diete consapevoli e salutari.

• ***Fonti proteiche***: dal 2022, Lidl monitora e analizza il “*protein split*”, che misura la proporzione di fonti proteiche vegetali rispetto alle fonti proteiche animali del proprio assortimento. Inoltre, Lidl Italia si pone l’obiettivo di portare la quota di fonti proteiche di origine vegetale al 20% entro il 2030. Questo include legumi, noci, semi e alternative vegane alla carne, uova e pesce. Nell’ottica di una maggiore trasparenza, a partire dal 2025, Lidl comunicherà annualmente il suo “*protein split*”. Inoltre, la Catena persegue un miglioramento degli standard di benessere animale per la realizzazione dei propri prodotti a marchio a base di carne.

• ***Cereali integrali***: le fibre alimentari sono essenziali per condurre una vita lunga e sana[[4]](#footnote-5). Entro il 2030, la quota di cereali integrali dell’assortimento di prodotti che contengono cereali di Lidl Italia raggiungerà il 10%, contribuendo così all’obiettivo del 30% complessivo nei Paesi Lidl. Inoltre, l’Azienda inserirà almeno un prodotto a marchio proprio contenente cereali integrali in tutte le categorie merceologiche rilevanti entro il 2030.

• ***Frutta e verdura***: frutta e verdura fresche sono una componente essenziale all’interno della strategia di Alimentazione Consapevole di Lidl, per questo l’Azienda offre ai suoi clienti una vasta selezione di prodotti freschi ogni giorno. Lidl Italia mira ad avere un assortimento ortofrutticolo sempre più sostenibile anche grazie alle 15 referenze provenienti da agricoltura biologica.

Maggiori informazioni sull’impegno di Lidl sull’Alimentazione Consapevole sono disponibili sul sito web: [Alimentazione consapevole - Lidl Italia](https://corporate.lidl.it/sostenibilita/politiche-di-acquisto/alimentazione-consapevole)

**Company profile Lidl Italia**

Lidl Italia è una catena di supermercati presente nel Paese dal 1992 che dispone attualmente di una rete di 750 punti vendita riforniti quotidianamente da 12 piattaforme logistiche dislocate sul territorio nazionale, impiegando complessivamente 22.000 collaboratori. L’offerta a scaffale si compone di oltre 3.500 referenze attentamente selezionate, di cui oltre l’80% prodotte in Italia e a marchio proprio per garantire al cliente il miglior rapporto qualità-prezzo.

**Contatti per la stampa:**

LIDL Italia srl a socio unico - Ufficio Comunicazione

Via Augusto Ruffo, 36 - 37040 Arcole (VR)

Tel. 045.6135100

E-mail: stampa@lidl.it

1. La Planetary Health Diet è stata sviluppata nel 2019 da 37 dei più importanti scienziati del mondo nell'ambito della Commissione EAT Lancet e fornisce il modello per una transizione nutrizionale globale che consentirà a una popolazione mondiale di 10 miliardi di persone di alimentarsi in modo sano rispettando i limiti del pianeta entro il 2050. [↑](#footnote-ref-2)
2. Report Living planet: https://www.worldwildlife.org/publications/2024-living-planet-report [↑](#footnote-ref-3)
3. WWF Planet-Based Diets Retailer Methodology: <https://planetbaseddiets.panda.org/retailers> [↑](#footnote-ref-4)
4. Università di Washington: Health effects of dietary risks in 195 countries, 1990-2017: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study, 2017. [↑](#footnote-ref-5)