

COMUNICATO STAMPA

Obiettivo crescita: creare valore e sviluppo sostenibile per il Paese

Oggi sono stati presentati i risultati del Position Paper “Il contributo di Lidl alla creazione di valore e allo sviluppo sostenibile in Italia” realizzato da The European House – Ambrosetti, 1° Think Tank privato italiano, per Lidl Italia

Milano, 3 ottobre 2019 – La Grande Distribuzione è un settore strategico per il Paese: con **85 miliardi di euro** di fatturato, circa **mezzo milione** di occupati e **oltre 26 mila** punti vendita sul territorio nazionale, rappresenta un «motore» di generazione di redditi, investimenti e occupazione.

In qualità di **attore di primo piano sui temi di impatto sociale e ambientale**, oggi la Grande Distribuzione è il “front-end” diretto del consumatore, ne interpreta la crescente domanda di qualità e sostenibilità e attiva un’estesa filiera di piccole e medie imprese italiane. Inoltre attraverso la capillarità, può incidere in modo rilevante sulla creazione di valore sostenibile promuovendo stili alimentari sani ed equilibrati, riducendo lo spreco alimentare e l’utilizzo della plastica.

In questo contesto, come messo in evidenza dall’applicazione del modello dei “**4 Capitali**” di The European House – Ambrosetti, Lidl Italia si è affermata come attore leader del settore, grazie alla sua capacità di **coniugare crescita e sviluppo sostenibile**. Nel 2018 ha realizzato **4,7 miliardi di euro** di ricavi (+8,8% di crescita media annua negli ultimi 5 anni), posizionandosi come **5ª** azienda in Italia per tasso di crescita e **33ª** del Paese per dimensione. Nel settore della GD, Lidl è la **1ª** per tasso di crescita negli ultimi 5 anni e **9ª** per dimensione.

*“Con l’80% dei prodotti in assortimento italiani, Lidl attiva un’estesa filiera di PMI, con un effetto indiretto e indotto rilevante”, dichiara Valerio De Molli, Managing Partner & CEO di The European House – Ambrosetti. “Gli acquisti realizzati da Lidl hanno un effetto moltiplicatore del Valore Aggiunto pari a **3,4**, con un contributo totale al PIL nazionale che cresce a **2,9 miliardi di euro**: per ogni euro di Valore Aggiunto generato direttamente da Lidl se ne attivano **2,4** aggiuntivi nell’intera economia”.*

In un contesto di investimenti nazionali decrescenti, sia pubblici, sia privati, Lidl ha investito oltre **400 milioni di euro** nel 2018, posizionandosi nella **top-25** delle aziende in Italia.

*“Questi risultati testimoniano l’impegno e la visione di Lidl che da oltre 25 anni è non solo un importante motore di crescita economica per il nostro Paese, ma anche un’azienda da sempre attenta a valorizzare il territorio, promuovendo innovazione e progresso lungo tutta la filiera distributiva e creando nuovi posti di lavoro”, dichiara Massimiliano Silvestri, Presidente di Lidl Italia. “Abbiamo superato la quota di **16.000** collaboratori e la nostra politica di assunzioni prevede in media l’inserimento di **oltre 2.000 persone ogni anno**, con un impatto molto significativo per l’occupazione italiana: ogni posto di lavoro creato da Lidl, ne attiva **altri 4 nell’intera economia, per un totale di 82.000** generati negli ultimi 5 anni con effetto diretto, indiretto ed indotto. Il percorso intrapreso sino ad oggi non lo consideriamo un traguardo, bensì un primo passo verso nuove sfide e nuovi obiettivi”.*

In uno scenario nazionale in cui un giovane su quattro è escluso dal mondo del lavoro e in cui la partecipazione femminile è tra le più basse in Europa, Lidl si distingue per una politica di assunzioni volta all’inserimento e alla valorizzazione dei giovani, in un’azienda dove **un dipendente su due è under 35**, e per un tasso di occupazione femminile superiore di **20**

punti percentuali alla media italiana (63% vs. 43%). Nel 2018, **un punto vendita su tre** era guidato da una responsabile donna, con **gender pay gap pari a zero**.

L'azienda offre un contributo significativo anche al raggiungimento dei policy target su efficienza energetica e riduzione delle emissioni. Le fonti rinnovabili sono il **100%** dell'approvvigionamento di energia elettrica di Lidl, che negli ultimi 6 anni ha evitato **620 mila tonnellate** di emissioni.

*“Nel corso degli ultimi cinque anni, abbiamo investito **1,6 miliardi di Euro sul territorio italiano** e, considerato il piano da **oltre 350 milioni** previsto per questo esercizio, il volume complessivo salirà a circa 2 miliardi di Euro”, dichiara **Luca Boselli, Amministratore Delegato Finanza di Lidl Italia**. “Grazie a questo programma di sviluppo, come evidenziato dal modello sviluppato da The European House – Ambrosetti, Lidl Italia è riuscita a perseguire una crescita economica virtuosa, offrendo un contributo concreto ad un’economia sensibile alla tutela del capitale ambientale. Lo sviluppo sostenibile è un valore non solo da enunciare ma da perseguire con fatti concreti, costanza e determinazione”.*

Significativo è infatti anche il contributo alla **circularità**: le attività immobiliari di Lidl sono orientate ai **target di zero consumo netto di suolo** previsti per il 2050 dalla Commissione Europea (le nuove strutture sono costruite sfruttando meno dell’80% del potenziale volume edificabile).

Il contributo di Lidl alla creazione di valore e allo sviluppo sostenibile è stato presentato da Valerio De Molli, Managing Partner & CEO di The European House – Ambrosetti, in occasione del Forum “Obiettivo crescita: creare valore e sviluppo sostenibile per il Paese” tenutosi oggi a Palazzo Giureconsulti a Milano. Ha moderato l’incontro Jole Saggese, Caporedattore di Class CNBC e hanno partecipato, Massimiliano Silvestri, Presidente Lidl Italia e Luca Boselli, Amministratore Delegato Finanza Lidl Italia, Roberta Cocco, Assessore alla Trasformazione Digitale e Servizi Civici, Comune di Milano, Raffaele Cattaneo, Assessore all’Ambiente e Clima, Regione Lombardia, Ferruccio de Bortoli, Editorialista Corriere della Sera, Giuliana Malaguti, Responsabile Comunicazione Banco Alimentare, Vittore Beretta, Presidente Salumificio Fratelli Beretta, Stefano Martini, Head of Circular Economy Lab di Intesa Sanpaolo Innovation Center.

∞∞∞∞

The European House - Ambrosetti è un gruppo professionale di circa 250 professionisti attivo sin dal 1965 e cresciuto negli anni in modo significativo grazie al contributo di molti Partner, con numerose attività in Italia, in Europa e nel Mondo. Il Gruppo conta cinque uffici in Italia e diversi uffici esteri, oltre ad altre partnership nel mondo. La sua forte competenza è la capacità di supportare le aziende nella gestione integrata e sinergica delle quattro dinamiche critiche dei processi di generazione di valore: Vedere, Progettare, Realizzare e Valorizzare. Da più di 50 anni al fianco delle imprese italiane, ogni anno serviamo nella Consulenza circa 1.000 clienti realizzando più di 100 Studi e Scenari strategici indirizzati a Istituzioni e aziende nazionali ed europee e circa 100 progetti per famiglie imprenditoriali. A questi numeri si aggiungono circa 2.000 esperti nazionali ed internazionali che ogni anno vengono coinvolti nei 300 eventi realizzati per gli oltre 10.000 manager accompagnati nei loro percorsi di crescita. Il Gruppo beneficia di un patrimonio inestimabile di relazioni internazionali ad altissimo livello nei vari settori di attività, compresi i responsabili delle principali istituzioni internazionali e dei singoli Paesi. Per il sesto anno consecutivo, The European House – Ambrosetti è stata nominata primo think tank italiano privato, tra i primi 10 in Europa, tra i primi 20 al mondo e nei primi 100 più apprezzati Think Tank indipendenti su 8.100 a livello globale nell'edizione 2018 del Global Go To Think Tanks Report dell'Università della Pennsylvania, dopo aver condotto un sondaggio tra 70.000 leader di istituzioni, imprese e media, in oltre 100 Paesi nel mondo.

Per maggiori informazioni, visita www.ambrosetti.eu e seguici su twitter.com/Ambrosetti_

Lidl è presente in Italia da 27 anni. Ad oggi, può contare su una rete di più di 630 punti vendita in 19 regioni che occupano circa 16.000 collaboratori. Il rifornimento quotidiano dei negozi è garantito da 10 piattaforme logistiche dislocate sul territorio nazionale. Negli ultimi anni è stato portato avanti un percorso di profondo rinnovamento dell’Insegna che, da un lato, ha coinvolto il radicale ammodernamento della rete vendita per offrire un’esperienza d’acquisto più piacevole e funzionale ai clienti, dall’altro ha visto la completa revisione dell’assortimento di prodotti a scaffale con una netta virata verso il Made in Italy. Attualmente, oltre l’80% dei prodotti offerti dall’Insegna è prodotto in Italia.

Contatti per la stampa: LIDL Italia srl - Ufficio Comunicazione, Via Augusto Ruffo, 36 - 37040 Arcole (VR) Tel. 045.6135100