



REPORT DI SOSTENIBILITÀ 2017 & 2018



“Sulla via del domani”



Questo documento riassume l'approccio di Lidl Italia alla sostenibilità, considerando la propria responsabilità a livello sociale, ambientale ed economico. In particolare riprende gli obiettivi e i risultati raggiunti negli esercizi fiscali 2017 e 2018 come illustrati nel primo Report di Sostenibilità dell'Azienda, pubblicato ad ottobre 2019.



REPORT DI SOSTENIBILITÀ 2017 & 2018

LIDL ITALIA E LA SOSTENIBILITÀ

Lidl, Azienda **leader della Grande Distribuzione Organizzata**, opera in Italia dal 1992 e, attraverso una rete capillare di punti vendita, è presente su tutto il territorio nazionale. Infatti ad oggi, Lidl Italia costituisce una delle realtà più moderne e strutturate del Paese. L'Insegna distribuisce sia prodotti alimentari sia prodotti non alimentari proponendo sui propri scaffali un assortimento costituito per oltre l'85% da referenze a marchio proprio.

Lidl nel mondo



32 PAESI

10.800 PUNTI VENDITA
287.000 COLLABORATORI



Lidl Italia



631
PUNTI
VENDITA

15.452
COLLABORATORI

63%
donne



37%
uomini

LA **SOSTENIBILITÀ** È PARTE INTEGRANTE DELLA
PROMESSA DI **QUALITÀ E FRESCHEZZA** CHE OGNI
GIORNO GARANTIAMO AI NOSTRI CLIENTI.
CON QUESTO APPROCCIO CI PONIAMO L'OBIETTIVO DI
DIVENTARE IL DISCOUNT PIÙ **SOSTENIBILE** DI ITALIA.

*Il nostro operato è improntato quotidianamente
al senso di responsabilità ambientale, sociale ed
economica.*

Perseguendo il nostro motto “**Sulla via del domani**”, ci impegniamo a migliorare costantemente i nostri processi aziendali, ridurre eventuali impatti negativi ed aumentare quelli positivi, sull'ambiente, sulla società e sui nostri collaboratori, con l'obiettivo di creare un futuro sempre più sostenibile.



Pertanto il nostro approccio alla sostenibilità prende in considerazione tutta la **catena del valore**.

LA CATENA DEL VALORE E IL MODELLO DI RESPONSABILITÀ

Per identificare tutti gli ambiti sui quali Lidl ha un potenziale impatto di natura sociale o ambientale, sia esso positivo o negativo, abbiamo sviluppato il cosiddetto Modello di Responsabilità Lidl che individua lungo tutta la catena del valore le aree di responsabilità dell'Azienda.

Gli ambiti considerati partono dalla produzione e trasformazione dei prodotti, passando per la distribuzione e il trasporto degli stessi, fino al relativo consumo e smaltimento.



Materie prime e
agricoltura



Filiera e
trasformazione



Gestione aziendale
e processi

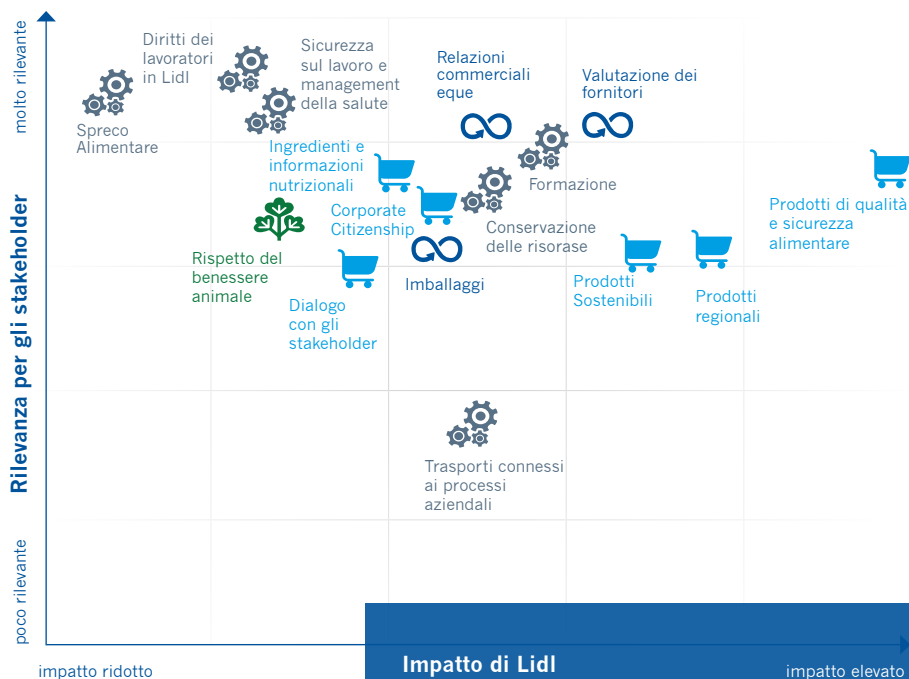


Clienti e società

LA MATRICE DI MATERIALITÀ

Sulla base della valutazione dell'impatto e delle aspettative dei nostri stakeholder, abbiamo definito la matrice di materialità dalla quale risultano 16 tematiche materiali.

Di seguito i temi, sui quali lavoreremo in maniera prioritaria nei prossimi anni, posizionati all'interno della matrice di materialità:



A close-up photograph of a person's hands holding several potatoes. The person is wearing a blue long-sleeved shirt. The potatoes are light brown with some dark spots. The background is blurred.

I NOSTRI OBIETTIVI SULLA VIA DEL DOMANI

Per i prodotti a marchio Lidl acquistiamo materie prime da agricoltori e allevatori o dal settore della pesca. Siamo consapevoli che tale attività genera dei potenziali impatti sugli ecosistemi e sul benessere animale. Per garantire una sempre maggiore attenzione verso la sostenibilità delle materie prime, ricerchiamo un approvvigionamento sempre più locale, mirando a ridurre gli impatti della nostra filiera. Inoltre ci avvaliamo di note certificazioni di sostenibilità per promuovere pratiche agricole e di allevamento sostenibili a livello ambientale, sociale ed economico.



MATERIE PRIME E AGRICOLTURA
Attenzione per il benessere animale



RENDERE SEMPRE PIÙ **SOSTENIBILI** LE CONDIZIONI DI ALLEVAMENTO DEGLI ANIMALI



100%

**DELLE UOVA
FRESCHE**

proviene esclusivamente
da allevamenti a terra,
all'aperto o biologici

Oltre il 90%

di prodotti contenenti uova (incluse le uova in guscio)
provengono da allevamenti a terra, all'aperto o biologici*.

Abbiamo vinto il
**PREMIO
GOOD EGG**

per il nostro impegno sul benessere animale



* Prodotti a marchio Lidl fissi in assortimento



Entro la fine del 2019

Obiettivo

Conversione del 100% di tutte le uova fresche e quelle contenute nei prodotti a marchio Lidl fissi in assortimento a uova provenienti da galline allevate a terra, all'aperto o da allevamenti biologici.

La filiera dei prodotti a marchio Lidl prevede che nella fase di produzione le materie prime vengano trasformate da aziende produttrici specializzate. In questo anello della catena, rientra anche il trasporto dei prodotti verso i nostri centri logistici. I processi produttivi e di trasporto hanno un notevole impatto a livello ambientale e potenzialmente sociale, se si considerano le condizioni di lavoro dei dipendenti all'interno dei siti produttivi. Pertanto, in quest'area possiamo fornire un contributo a favore dei nostri fornitori, e di conseguenza del mercato, in un'ottica di responsabilità estesa del produttore. Attraverso una continua collaborazione con i nostri fornitori, ci proponiamo, infatti, di contribuire ad un miglioramento degli standard di produzione, al fine di migliorare le condizioni di lavoro e ridurre gli impatti negativi lungo tutta la filiera.



FILIERA E TRASFORMAZIONE

Attenzione verso l'ambiente lungo la filiera



RENDERE PIÙ SOSTENIBILI GLI IMBALLAGGI UTILIZZATI, PER **RIDURRE** GLI IMPATTI SULL'AMBIENTE



13% DI PLASTICA IN MENO

su gran parte del packaging
della frutta secca Alesto



Entro la fine del 2025

Obiettivo

Ridurre l'utilizzo di plastica nel packaging dei prodotti a marchio Lidl del 20%.

Rendere riciclabile il 100% degli imballaggi in plastica dei prodotti a marchio Lidl.

Convertire il 100% degli imballaggi contenenti cellulosa a materiali riciclati o certificati FSC.*

*In casi eccezionali può essere utilizzato materiale certificato PEFC

Sviluppo del mercato e dei fornitori

CREARE **RELAZIONI** DUREVOLI CON I **FORNITORI**

PRODOTTI CERTIFICATI

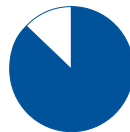
OLTRE 370 PRODOTTI

con almeno una certificazione di sostenibilità*

OLTRE L'85% dei prodotti offerti sono
A MARCHIO COMMERCIALE LIDL

INTRODUZIONE DI ASSORTIMENTI
REGIONALI IN

**TRENTINO ALTO ADIGE,
SARDEGNA E SICILIA**



OLTRE L' 80%
DEGLI ARTICOLI
A MARCHIO LIDL
in assortimento
fisso sono
Made in Italy

*prodotti a marchio Lidl fissi in assortimento



Attività continuativa

Obiettivo

Mantenere e rafforzare la collaborazione con fornitori nazionali e regionali.
Introduzione di nuovi assortimenti regionali.

Una volta che la merce raggiunge i nostri centri logistici entra nel nostro processo di stoccaggio e redistribuzione. Si tratta quindi, di processi per i quali Lidl ha una responsabilità diretta nei confronti dell'ambiente e dei propri collaboratori. Attraverso l'efficientamento dei processi e l'impiego di tecnologie di ultima generazione, oltre alla definizione di procedure e progetti concreti, puntiamo a ridurre eventuali impatti negativi sull'ambiente e a migliorare costantemente il benessere dei nostri collaboratori.



GESTIONE AZIENDALE E PROCESSI

Attenzione verso l'ambiente nei processi aziendali



RIDURRE AL MINIMO GLI IMPATTI NEGATIVI CREATI DALLE ATTIVITÀ DI LIDL ITALIA SULL'AMBIENTE



ISO 50001

tutti gli immobili
di pertinenza sono
certificati secondo lo
standard ISO 50001



FORMAZIONE DI OLTRE 4.000

nuovi assunti sullo
standard ISO 50001



Attività continuativa

Obiettivo

Garantire l'efficienza energetica secondo i più elevati standard internazionali, rispettando i requisiti previsti per i sistemi di gestione dell'energia secondo lo standard ISO 50001.

Continuare a sensibilizzare i collaboratori sulle tematiche energetiche, sia attraverso formazione in fase di inserimento in Azienda sia mediante continuo aggiornamento.

Energia da fonti rinnovabili
PER TUTTI GLI IMMOBILI



Produzione
fotovoltaica
**1.999.013
KWH**

97.201 TONNELLATE
di emissioni di CO₂ evitate



30 CAMION
alimentati a gas naturale liquefatto (LNG)



Entro il 2020

Obiettivo

Sostituire i sistemi di illuminazione a fluorescenza/incandescenza con tecnologie LED nei punti vendita, magazzini ed uffici.

Attività continuativa

Obiettivo

Adottare impianti fotovoltaici di taglia sempre crescente sulla copertura degli edifici.

Sostituire sistemi di riscaldamento a gas con moderne ed efficienti pompe di calore alimentate ad energia elettrica.

Sostituire gli impianti di refrigerazione attuali con sistemi tecnologicamente più avanzati (funzionanti con agenti frigorigeni a minor GWP – Global Warming Potential).

Riduzione degli impatti ambientali legati al trasporto.

RIDURRE IL PIÙ POSSIBILE GLI SPRECHI ALIMENTARI



**OLTRE
4.000.000**

DI PASTI DONATI
AL BANCO ALIMENTARE

Nel 2018 avviato il recupero di
eccedenze da oltre 330 punti
vendita: recuperate e donate oltre
2.000 tonnellate di cibo

Attività continuativa

Obiettivo

Rafforzare le collaborazioni con enti caritativi ed efficientare i processi aziendali.

Estendere l'attività di recupero delle eccedenze alimentari all'intera rete di Lidl Italia.

Introdurre nuovi progetti mirati ad evitare e ridurre eventuali sprechi alimentari.

Attenzione verso i collaboratori

CREARE UN AMBIENTE DI **LAVORO POSITIVO E STIMOLANTE** PER I COLLABORATORI

AMBIENTE DI LAVORO PREMIATO

Lidl Italia decretata
“BEST WORKPLACE”
dal Great Place to Work Institute
per 4 anni consecutivi e
“TOP EMPLOYER ITALIA E EUROPE”
dal Top Employers Institute
per 2 anni consecutivi



Attività continuativa

Obiettivo

Aumentare continuativamente la soddisfazione dei collaboratori di Lidl Italia.

Migliorare la salute dei collaboratori di Lidl Italia.

Ci impegniamo a sviluppare un assortimento sempre più sostenibile, basato sulle esigenze dei consumatori, forniamo informazioni chiare e trasparenti, con l'intento di favorire scelte d'acquisto consapevoli e promuoviamo uno stile di vita sano. Essendo presenti su tutto il territorio nazionale, siamo consapevoli del nostro ruolo sociale. Per questo motivo intendiamo fornire il nostro contributo alla comunità attraverso iniziative di beneficenza e sponsorship, collaborando con enti caritativi e associazioni nonprofit.



CLIENTI E SOCIETÀ

Definizione dell'assortimento



COMMERCIALIZZARE **PRODOTTI** SEMPRE PIÙ **SOSTENIBILI** DAL PUNTO DI VISTA AMBIENTALE, SOCIALE ED ECONOMICO

CONTROLLI QUALITÀ E SICUREZZA ALIMENTARE

5.906

analisi di laboratorio effettuate nel 2018
sui prodotti alimentari a marchio Lidl



Attività continuativa

Obiettivo

Ridurre il più possibile i residui di pesticidi sulla frutta e verdura, già al di sotto dei limiti imposti dalla legge.

OLTRE

50 ARTICOLI

BIOLOGICI A MARCHIO

“BIO ORGANIC”



50%

Oltre il 50% delle referenze di **pesce, crostacei e molluschi** sono certificate secondo uno standard di produzione responsabile

Entro la fine del 2020

Obiettivo

Minimizzare l'impatto della pesca selvatica e degli allevamenti di pesce attraverso un assortimento di prodotti ittici per la maggior parte certificato.

Garantire che la maggior parte delle referenze di pesce, crostacei e molluschi possieda una certificazione tra MSC, ASC, Friend of the Sea, Dolphin Safe o sia proveniente da pesca FAD FREE.

Attività continuativa

Obiettivo

Aumentare il numero di prodotti biologici nell'assortimento.

PRODOTTI CERTIFICATI

Fairtrade, UTZ,
Rainforest Alliance o Bio

100%

Cacao



50%

Tisane



54%

Caffè



100%

Tè



Entro la fine del 2022

Obiettivo

Garantire che il 50% del caffè (esclusi i prodotti contenenti caffè come ingrediente), possieda almeno una certificazione tra Rainforest Alliance, UTZ, Fairtrade o sia proveniente da agricoltura biologica.

Garantire che il 100% del tè (verde, nero e rooibos) possieda almeno una certificazione tra Rainforest Alliance, UTZ, Fairtrade o sia proveniente da agricoltura biologica*.

Garantire che il 50% delle tisane alle erbe e alla frutta possieda almeno una certificazione tra Rainforest Alliance, UTZ, Fairtrade o sia proveniente da agricoltura biologica*.

*Sono esclusi i prodotti contenenti tè o tisane come ingredienti

ELIMINAZIONE PROGRESSIVA DEI PRODOTTI MONOUSO IN PLASTICA



Entro la fine del 2025

Obiettivo

Il 100% del packaging dei prodotti alimentari e i prodotti per la cura della persona e della casa saranno convertiti a materiali riciclati o certificati FSC*.

Entro la fine del 2019

Obiettivo

Eliminazione del 100% dei prodotti monouso in plastica.

Entro la fine del 2020

Obiettivo

Eliminare o sostituire le sostanze chimiche, definite critiche dal Detox Commitment di Greenpeace negli articoli tessili e calzaturieri.

*In casi eccezionali può essere utilizzato materiale certificato PEFC

Creazione di valore per gli stakeholder

PROMUOVERE UNA ALIMENTAZIONE SANA E CONSAPEVOLE



Oltre 1.200 bambini
coinvolti in attività formative sulla
sana alimentazione

AVVIATA COLLABORAZIONE con
la *Croce Rossa Italiana* per i progetti di
sensibilizzazione *Vacanze con gusto* e
Sano è buono che saranno realizzati nel
corso del 2019 e 2020



Entro gennaio 2025

Obiettivo

Ridurre del 20% il contenuto medio ponderato di zucchero e sale aggiunti nei prodotti a marchio Lidl.

Attività continua

Obiettivo

Implementare progetti di sensibilizzazione a stili di vita sani e a una corretta alimentazione.



Contatti:

csr@lidl.it

Tel. 045.6135100

Editore

Lidl Italia S.r.l.

Via Augusto Ruffo, 36

37040 Arcole (VR)

www.lidl.it