

Report di Sostenibilità 2023-2024

EXECUTIVE SUMMARY



**Sulla via
del domani**



La strategia di sostenibilità di Lidl

La sostenibilità in Lidl Italia è un elemento centrale dal punto di vista strategico. Guidati dal nostro motto “**Sulla via del domani**”, agiamo oggi per costruire un futuro migliore: un futuro in cui l’ambiente sia protetto, le persone siano tutelate e protagoniste del cambiamento e i consumi diventino sempre più responsabili.

Siamo consapevoli che i prodotti venduti nei nostri punti vendita derivano da materie prime che attraversano una filiera complessa – dall’estrazione alla lavorazione, dal trasporto allo stoccaggio, fino alla vendita e al consumo finale – e che questo processo ha un **impatto significativo sul Pianeta, sul clima e sulla biodiversità**.

Per questo motivo, la nostra **strategia di sostenibilità**, fondata sul rispetto per il Pianeta e per le persone, mira a ridurre al minimo gli effetti negativi lungo tutta la catena del valore e a massimizzare quelli positivi con un approccio strutturato e integrato.



LE TEMATICHE MATERIALI PER LIDL ITALIA

È stata condotta un'analisi di doppia materialità che consente di identificare gli impatti generati su economia, ambiente e società (inclusi i diritti umani), nonché i rischi e le opportunità finanziarie connessi ai fattori ESG. Complessivamente, sono state analizzate 31 tematiche inerenti alla sostenibilità, valutando la rilevanza in base alla materialità di impatto e alla materialità finanziaria di ciascuna di esse.



Energia



Tutela del clima



**Adattamento
ai cambiamenti
climatici**



**Biodiversità
ed ecosistemi**



Acqua dolce



**Gestione dei flussi
delle risorse**



**Riciclo
dei materiali
e gestione dei rifiuti**



Pari opportunità



**Diritti
dei lavoratori**



**Inclusione
sociale**



**Benessere
animale**



**Salute e sicurezza
dei lavoratori**



**Alimentazione
consapevole**



**Diritto
all'informazione
e protezione dei dati**

Tutelare il clima

Il cambiamento climatico non è più una minaccia futura, ma una realtà che richiede azioni concrete e coordinate. Ci impegniamo a ridurre il nostro impatto climatico lungo tutta la catena del valore, attraverso l'efficienza energetica, l'adozione di fonti rinnovabili, la riduzione delle emissioni e il supporto all'adattamento ai cambiamenti climatici, contribuendo così a costruire un futuro più resiliente e sostenibile.

I NOSTRI OBIETTIVI

ENTRO IL 2030
100%
DEI PUNTI VENDITA
CON POMPE
DI CALORE
(ove tecnicamente
possibile)

ENTRO IL 2030
70%
DEI NEGOZI
CON IMPIANTI
DI REFRIGERAZIONE
DEI PRODOTTI IN AREA
VENDITA CON
GAS REFRIGERANTI
NATURALI

ENTRO IL 2030
OBIETTIVO FLOTTA
DIESEL-FREE

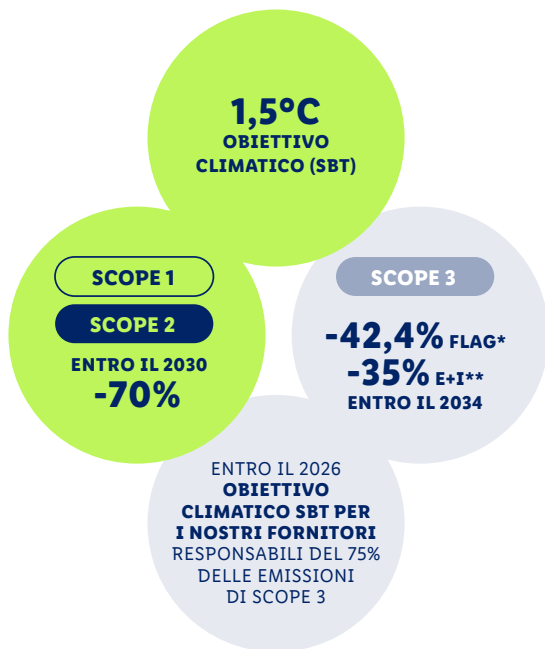
ENTRO IL 2030
10% DEL NOSTRO
FABBISOGNO DI
ENERGIA ELETTRICA
AUTOPRODOTTO

ENTRO IL 2050
**IMPEGNO
NET-ZERO**



LA STRATEGIA CLIMATICA

Nell'ambito della strategia climatica gli obiettivi sono stati definiti in linea con la metodologia della Science Based Targets Initiative (SBTi).



* FLAG - Agricoltura e silvicoltura e altri usi del suolo.

** E+I - Energia e processi industriali.

INIZIATIVE

IL PRIMO SEMIRIMORCHIO REFRIGERATO ELETTRICO

Introduzione primo semirimorchio refrigerato elettrico, in grado di mantenere la temperatura della merce senza ricorrere all'uso di combustibili fossili.

SEMIRIMORCHI REFRIGERATI AD AZOTO LIQUIDO

Impiego di 20 semirimorchi refrigerati ad azoto liquido, caratterizzati da un ridotto impatto ambientale, sia in termini di emissioni in atmosfera che acustiche.

IL PUNTO VENDITA PIÙ SOSTENIBILE DI LIDL ITALIA

Apertura del nuovo supermercato a Villafranca di Verona (VR), che presenta gli standard Lidl di sostenibilità più elevati in Italia.



IN EVIDENZA

**-27%**

di riduzione CO₂ equivalente
emessa per chilometro su ruota
per il rifornimento dei nostri
negozi rispetto al 2020

-56,6%

delle emissioni di Scope 2
rispetto alla baseline del 2019

Nell'**89,3%** dei punti vendita
sono stati **sostituiti i sistemi di**
riscaldamento tradizionali con
pompe di calore

Dal **2024**, **eliminato l'uso del**
trasporto aereo per frutta e verdura
lungo la catena di fornitura*

**112.633,4 GJ**

energia risparmiata
grazie a misure di
efficientamento energetico

100%

di energia elettrica consumata
ottenuta da fonti rinnovabili
con Garanzie d'Origine e impianti
fotovoltaici**

Il **5,1%** dell'energia elettrica
di Lidl Italia consumata e venduta
è stata **autoprodotta**

**100%**

degli **immobili certificati** secondo
lo standard **ISO 50001**

43,8%

dei punti vendita
con **impianti fotovoltaici**

2,1 GJ/mq

intensità energetica
per metro quadrato di superficie
media di vendita

* Ad eccezione di serie limitate di referenze
in concomitanza con le festività natalizie.

** Fatta eccezione per i contratti di fornitura
relativi a singole proprietà in affitto
(<1% degli immobili totali) dove gli accordi
di acquisto di energia elettrica esulavano
dal nostro controllo.



Rispettare la biodiversità

La biodiversità è la base della vita sulla Terra e la sua tutela, che è oggi riconosciuta a livello globale come una delle sfide ambientali più urgenti, rappresenta un punto cardine della nostra strategia di sostenibilità ambientale. Attraverso scelte responsabili lungo tutta la filiera, dalla selezione e all'utilizzo responsabile delle materie prime alla promozione di prodotti certificati e di pratiche agricole sostenibili, ci impegniamo a proteggere gli ecosistemi e a contribuire attivamente alla conservazione della ricchezza biologica.

I NOSTRI OBIETTIVI

ENTRO IL 2025
100%
DI FILIERE PRIVE
DI DEFORESTAZIONE
PER LE MATERIE
PRIME A RISCHIO

ENTRO IL 2030
+20% QUOTA
DI ALIMENTI A BASE
VEGETALE VENDUTI
(RISPETTO AL 2023)



LA STRATEGIA PER LE MATERIE PRIME

1

COMPRENDERE GLI IMPATTI

Identifichiamo i rischi nella catena di fornitura e assicuriamo trasparenza.

STABILIRE STANDARD

Facciamo certificare le nostre materie prime agricole a rischio secondo standard di sostenibilità sociale e ambientale riconosciuti.

2

3

PROMUOVERE ALTERNATIVE

Promuoviamo alternative più sostenibili nel nostro assortimento e riduciamo l'approvvigionamento di materie prime a rischio.

4

PROMUOVERE IL CAMBIAMENTO

Partecipiamo ad iniziative e progetti multistakeholder.

INIZIATIVE



GLOBALG.A.P. MODULO AGGIUNTIVO BIODIVERSITY

Sviluppo e applicazione dello standard per la coltivazione di frutta e verdura nel rispetto della biodiversità presso oltre **1.200 produttori europei**.



www.www.ra.org



Il marchio della gestione forestale responsabile



CERTIFICAZIONI DI SOSTENIBILITÀ

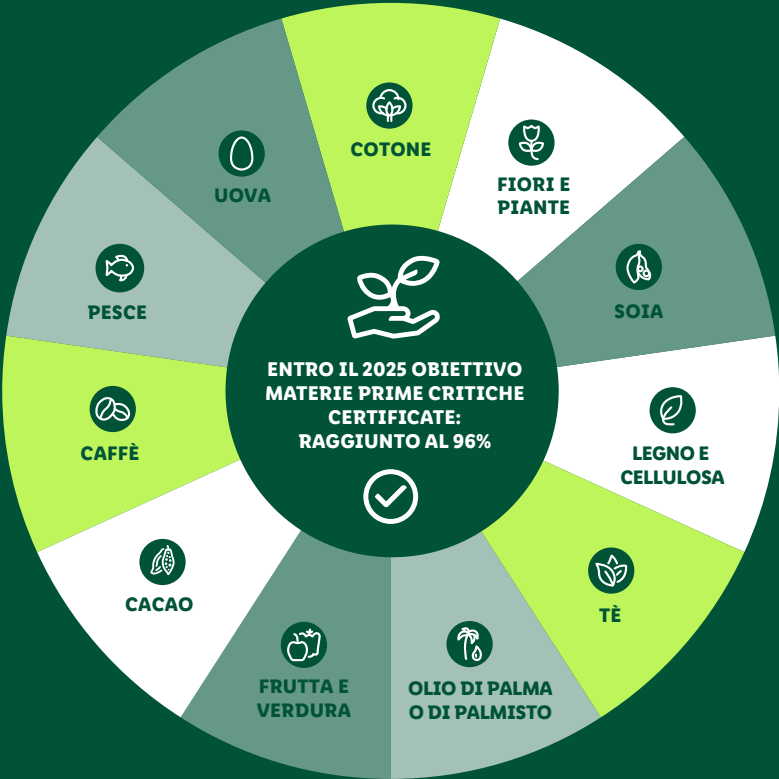
Utilizzo di certificazioni specifiche come **FSC®** per legno e carta, **Rainforest Alliance** per prodotti agricoli di origine tropicale, **MSC** per la pesca.

RIDUZIONE DELL' UTILIZZO DEI PESTICIDI

Implementazione di misure per l'**uso responsabile di sostanze chimiche** per frutta e verdura fresche. Ad esempio, il contenuto consentito di un residuo di una sostanza attiva non supera un terzo del livello limite imposto dalla legge.



IN EVIDENZA



I PRODOTTI OFFERTI DA LIDL ITALIA A TUTELA DELLA BIODIVERSITÀ



PASTA COMBINO FDAI

Produzione con grano italiano tracciato e semina di Facelia nei campi per tutelare gli insetti impollinatori.

MIELE FDAI

Monitoraggio da remoto di 12 milioni di api in Calabria e Piemonte tramite sistema Melixa per la loro salute e l'impollinazione.



INSALATE E VERDURE SURGELATE

Selezione di prodotti coltivati con agricoltura integrata certificata, che prevede un ridotto uso di fitofarmaci.

Conservare le risorse

La crescente pressione sulle risorse naturali rende necessario un utilizzo responsabile ed efficiente di acqua e alimenti. Per questo, adottiamo pratiche orientate alla gestione sostenibile dell'acqua dolce, alla riduzione dello spreco alimentare e alla promozione dell'economia circolare, contribuendo così a preservare il valore delle risorse lungo tutta la filiera.

I NOSTRI OBIETTIVI

ENTRO IL 2030
RIUTILIZZARE,
RICICLARE, FERMENTARE
O COMPOSTARE
ALMENO IL **95%**
DEI NOSTRI RIFIUTI

ENTRO IL 2025
AUMENTARE DEL **15%**
IL CONTENUTO
DI CARTA RICICLATA
PER LA CARTA DA CUCINA
E LA CARTA IGIENICA

ENTRO IL 2025
RIDURRE DEL **30%**
LA PLASTICA NEGLI
IMBALLAGGI
A MARCHIO PROPRIO



LA NOSTRA STRATEGIA PER LA PLASTICA



INIZIATIVE

SOTTOPRODOTTI DI ORIGINE ANIMALE (SOA)

Collaborazione con 10 fornitori specializzati, nel pieno rispetto delle normative vigenti, per garantire che carne, uova e pesce non utilizzati all'interno di ricette o altri prodotti vengano trasformati in pet food o energia.

STANDARD PER LA GESTIONE RESPONSABILE DELLA RISORSA IDRICA

Introduzione di una misura specifica per i coltivatori nei Paesi a rischio idrico, compresa l'Italia. A tutti i produttori di frutta e verdura è richiesta la certificazione GLOBALG.A.P. Spring entro il 2026. Questo add-on alla certificazione GLOBALG.A.P. ha l'obiettivo di monitorare e verificare il consumo sostenibile delle acque di falda e delle acque destinate all'irrigazione.



IN EVIDENZA CONTRO LO SPRECO



Collaborazione con un partner esterno per il **ritiro** ed il **riciclo** dei **pallet danneggiati** per produrne di **nuovi realizzati al 100% in plastica riciclata**



70% dei rifiuti generati avviati a riutilizzo o riciclo



-65% di prelievo da rete idrica nel punto vendita di Villafranca di Verona (VR)



Oltre **50.500 tonnellate** di eccedenze alimentari donate dal 2018 e trasformate in **oltre 101 milioni di pasti per le persone in difficoltà**



2.019.359 **Sacchetti Antispreco*** venduti nel biennio **2023-24**

*Sacchetto a prezzo fisso contenente frutta e verdura con difetti estetici, ma ancora buone e sicure per il consumo.



Agire in modo equo

Promuovere l'equità significa assumersi la responsabilità di garantire il rispetto dei diritti umani e condizioni di lavoro dignitose lungo tutta la catena del valore. Impegnarsi a favore dell'equità si traduce in azioni concrete rivolte sia ai partner della catena di approvvigionamento, come fornitori, sia alle persone che operano direttamente all'interno dell'Azienda. Questo implica non solo garantire il rispetto dei diritti umani, l'equità retributiva, la promozione dell'inclusione, ma anche l'adesione a principi etici, compreso il rispetto del benessere animale.

I NOSTRI OBIETTIVI

ENTRO IL 2030
DEFINIZIONE
STANDARD DI
**BENESSERE
ANIMALE**
PIÙ ELEVATI

ENTRO IL 2030 CONSOLIDARE
IL PROGRAMMA DI
**VOLONTARIATO
AZIENDALE**



L'IMPEGNO PER I DIRITTI UMANI DI LIDL

Per identificare potenziali rischi di violazione dei diritti umani da parte di fornitori nella produzione e trasformazione delle materie prime ad alto rischio avviene una verifica specifica attraverso due meccanismi: le **analisi di rischio** annuali ad hoc per le diverse materie a rischio e le **valutazioni d'Impatto** in materia di Diritti Umani (HRIAs).

1 IDENTIFICARE GLI IMPATTI

Identifichiamo costantemente i rischi e il potenziale di miglioramento.

GARANTIRE GLI STANDARD

Promuoviamo il rispetto delle norme fondamentali dell'ILO in materia di lavoro.

3 SOSTENERE IL COMMERCIO EQUO

Contribuiamo a promuovere redditi e salari di sussistenza.

4

PROMUOVERE IL CAMBIAMENTO

Ci impegnamo a favore di programmi, iniziative e progetti di sviluppo.

INIZIATIVE - FILIERA



>2.600
di piccoli coltivatori
e coltivatrici supportati
in Ghana e Tanzania

CONTRIBUTO ALLE ASSOCIAZIONI DEL TERRITORIO

Supporto attivo a progetti e iniziative di carattere sociale con un impatto solido e duraturo sulla comunità. Il valore complessivo del supporto di Lidl Italia a più di 100 associazioni è stato di **oltre 976.000 euro nel 2023** e di **oltre 1 milione di euro nel 2024**, tra contribuzioni in denaro, buoni spesa e prodotti.



IN EVIDENZA - PERSONALE



>1.350
borse di studio erogate
a giovani studenti
con il progetto LIDL
PER IL DOMANI



3.032
collaboratrici
3.232
collaboratori

Partecipazione
al programma
di Talent
Management



+24,4%
ore di formazione
erogate nel 2024
(rispetto al 2023)

DIRE DONNA

Iniziativa di sensibilizzazione
contro la violenza di genere
ed empowerment delle donne.



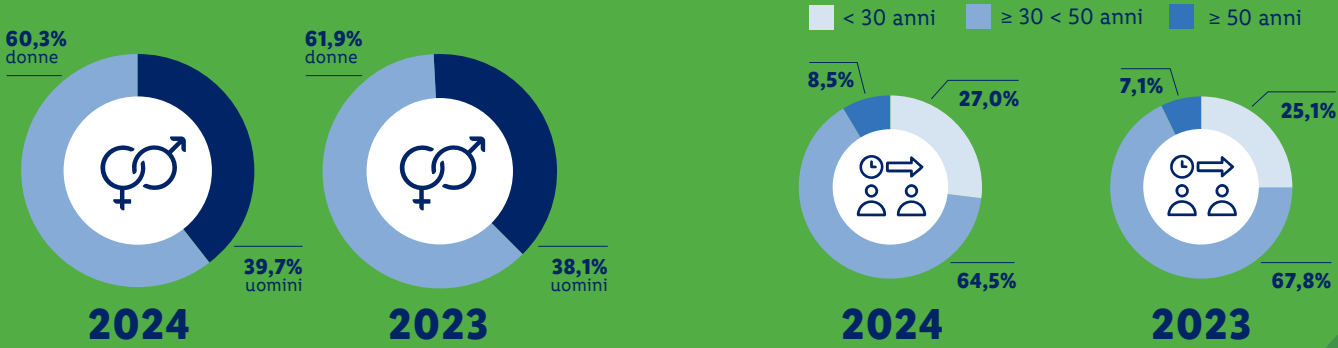
LIDL 2 YOUR CAREER

Ampliamento del percorso di studio
duale retribuito della durata di
due anni con 221 studenti nel 2024
e 115 nel 2023, impiegati con contratto
di apprendistato di alta formazione
e ricerca.

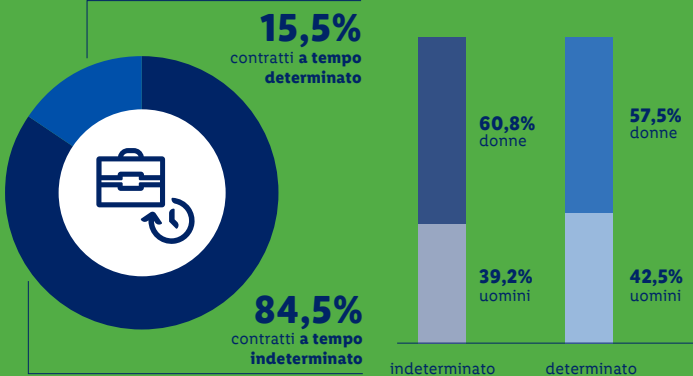


IN EVIDENZA - PERSONALE

COLLABORATRICI E COLLABORATORI - QUOTA PER GENERE E RIPARTIZIONE PER ETÀ



TIPOLOGIA DI CONTRATTI DI LAVORO PER GENERE NEL 2024



Promuovere la salute

Promuovere la salute significa agire in modo responsabile per favorire scelte alimentari consapevoli, equilibrate e sostenibili. Ci impegniamo a comunicare in maniera trasparente le informazioni nutrizionali dei prodotti, a promuovere una nutrizione sana per le persone e per il Pianeta e a sviluppare costantemente il nostro assortimento in ottica di miglioramento continuo. Garantiamo ambienti di lavoro salubri e promuoviamo il benessere di tutte le nostre collaboratrici e dei nostri collaboratori.

I NOSTRI OBIETTIVI

ENTRO IL 2025
CERTIFICARE IL **100%**
DELLE MATERIE PRIME
A RISCHIO secondo uno
standard di certificazione
sociale/ambientale

ENTRO IL 2030
PORTARE LA QUOTA
DI FONTI PROTEICHE
DI ORIGINE VEGETALE
AL **20%** RISPETTO
ALLA QUOTA DI
PROTEINE ANIMALI

ENTRO IL 2030
10% DI CEREALI
INTEGRALI ALL'INTERNO
DELL' ASSORTIMENTO
DI PRODOTTI
A MARCHIO PROPRIO
CHE CONTENGONO
CEREALI



STRATEGIA PER L'ALIMENTAZIONE CONSAPEVOLE

La strategia per l'alimentazione consapevole si **articola su tre pilastri**:

Alimentazione sana, con un focus sull'incremento di cereali integrali, proteine vegetali, oli sani, sulla riduzione di zuccheri e sale.

Alimentazione sostenibile, per favorire un'alimentazione il più possibile regionale, stagionale e a base vegetale.

Trasparenza e responsabilizzazione, attraverso controlli chimici, microbiologici, fisici, sensoriali e di accuratezza delle informazioni riportate in etichetta.



Alimentazione sana



Alimentazione sostenibile

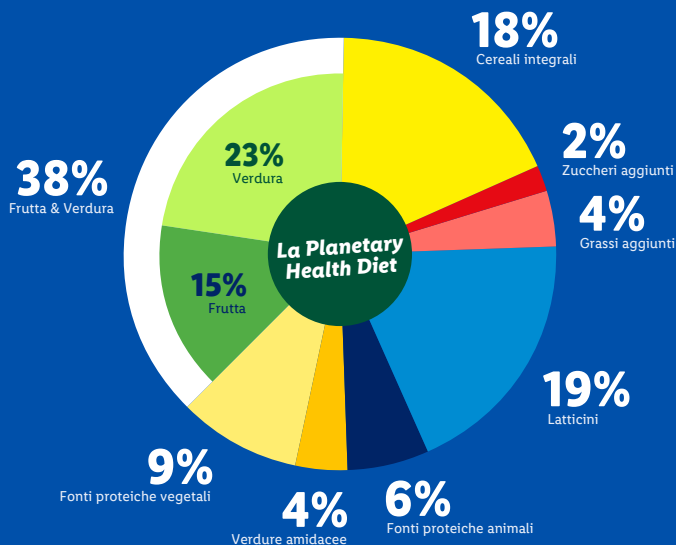


Trasparenza e responsabilizzazione

INIZIATIVE

PLANETARY HEALTH DIET

Il nostro approccio si basa sull'evidenza scientifica e ha l'obiettivo di rendere più accessibili scelte alimentari equilibrate e consapevoli. Per fare ciò, seguiamo le evidenze della **Dieta della Salute Planetaria** (Planetary Health Diet – PHD), un modello alimentare che coniuga la salute umana con la sostenibilità ambientale.



IN EVIDENZA



245
articoli biologici
in assortimento
nel 2024



Dal 2023 non sono stati
più pubblicizzati ai bambini
alimenti non salutari
attraverso i prodotti
a marchio proprio



>70%
fornitori italiani



216
prodotti nella linea
di alternative vegetali
Vemondo



100%
frutta esotica certificata
Rainforest Alliance



6.347 analisi
condotte per prodotti
ortofrutticoli, prodotti
alimentari e non alimentari
a marchio proprio nel 2024



