

02

Ressources

En 2025

90,8 % de déchets revalorisés

par recyclage, fermentation ou compostage

200 000 tonnes

de fruits et légumes sauvées du gaspillage alimentaire grâce aux lots Anti-Gaspi entre 2016 et 2025

3 322 tonnes

de produits redistribués aux associations partenaires

2.1

Notre stratégie d'économie circulaire : REset Resources

La consommation mondiale de matières premières a plus que triplé au cours des cinquante dernières années et pourrait encore augmenter de 60 % d'ici 2060 sans changement de trajectoire (OCDE, 2022).

Notre nouvelle stratégie REset REsources

Lidl inscrit sa démarche dans REset REsources, la stratégie d'économie circulaire élaborée conjointement par les entreprises du groupe Schwarz. Lancée en 2026, elle succède à la stratégie REset Plastic.

REset Resources élargit ce périmètre à l'ensemble des ressources mobilisées par l'entreprise : emballages, produits, textiles, palettes, bâtiments, déchets organiques, matériaux recyclables et procédés de recyclage.

La stratégie REset Resources 2025-2030

REset Resources définit l'utilisation des ressources au sein des entreprises du groupe Schwarz à travers cinq domaines d'action – REdesign, REduce, REuse, REcollect et REcycle – dans toutes les filiales et dans tous les pays.



Objectifs
D'ici fin 2030, tous les emballages de marque de distributeur Lidl seront composés en moyenne de 65 % de matériaux recyclés.

D'ici 2030, tous les emballages plastiques de vente de marque de distributeur Lidl seront composés en moyenne de 30 % de matériaux recyclés.



Objectif
D'ici fin 2030, les entreprises du groupe Schwarz collecteront et recycleront au moins les mêmes quantités de matériaux recyclables que celles qu'elles mettent sur le marché via leurs emballages de marques de distributeurs et leurs prospectus.



Objectif
D'ici fin 2030, tous les emballages de marque de distributeur Lidl auront un taux de recyclabilité moyen pondéré d'au moins 85 %.



Objectif
D'ici fin 2027, nous préparerons nos marchandises en interne sur au moins 99 % de palettes réutilisables.



Objectifs
D'ici fin 2030, Lidl réduira de 15 % (en valeur absolue) la quantité totale de matériaux vierges utilisés dans les emballages à usage unique de nos marques de distributeur (année de référence : 2023).

D'ici fin 2030, nous réduirons de 50 % les déchets organiques et alimentaires générés par les entreprises du groupe Schwarz.

2.2

Mieux trier, mieux valoriser nos déchets

Ensemble, les entreprises du groupe Schwarz ont lancé en 2024 un programme de réduction du volume de déchets non recyclables, une démarche visant également à augmenter leur réemploi, recyclage ou valorisation.

Cette démarche s'appuie sur une certification externe, Road to Zero Waste, déclinée en trois niveaux, Bronze, Argent et Or, qui permet de mesurer les progrès réalisés sur les différents sites.

Pour y parvenir, les équipes ont engagé en 2025 une première phase d'analyse des pratiques existantes dans les supermarchés et les plateformes logistiques. Les déchets présents dans les flux de déchets industriels banals (DIB) sont étudiés afin d'identifier les marges de progrès, améliorer le tri et trouver de nouveaux débouchés de valorisation. Cette phase sera suivie d'ateliers de travail puis du déploiement opérationnel des actions identifiées en 2026.

Notre objectif

95 %

de déchets revalorisés d'ici 2030

en privilégiant le réemploi, le recyclage, la fermentation ou le compostage.

Réduire le plastique dans nos emballages

Plusieurs emballages de produits de marque propre ont été revus en 2025 :



Cordon bleu de poulet Toque du Chef (2 × 500 g)
Intégration d'au moins 46 % de plastique recyclé dans l'emballage, ce qui permet d'économiser **77 tonnes** de plastique vierge par an.



Vinaigrettes Kania (Moutarde, Échalote, Biphasée)
Intégration d'au moins 40 % de plastique recyclé dans ces emballages, ce qui permet d'économiser **31 tonnes** de plastique vierge par an.

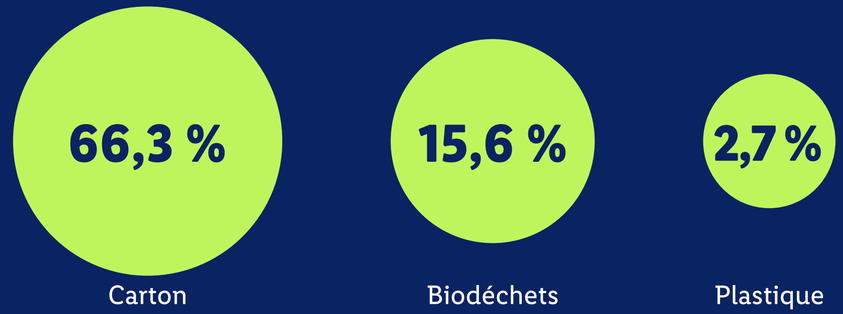


Brossettes et bâtonnets interdentaires Dentalux
Emballage désormais majoritairement recyclable grâce au passage d'un emballage multi-matériaux à un emballage 100 % carton.

Réutiliser, recycler, valoriser

Répartition des déchets générés par l'activité de Lidl France en 2025

Déchets valorisés (90,8 %) *Déchets résiduels (9,2 %)*



Recycler les vêtements de travail

Les vêtements professionnels usagés constituent un gisement de matière pouvant être réemployé ou recyclé plutôt qu'éliminé.

Depuis 2025, Lidl France collabore avec Recygo, filiale du groupe La Poste, afin de collecter et recycler les vêtements de travail arrivés en fin d'usage.

Les vêtements sont centralisés dans les directions régionales puis acheminés vers le prestataire chargé de leur recyclage.

2.3

Lutter contre le gaspillage alimentaire

Chez Lidl France, nous utilisons un système de planification des approvisionnements fondé sur la demande, une chaîne logistique performante avec des circuits courts, le respect constant de la chaîne du froid, le suivi des stocks et la réduction des prix.





La démarche « Anti-Gaspi »

Chaque jour, nos clients peuvent acheter des lots de 3,5 kg en moyenne de fruits et légumes ne répondant plus aux critères de l'enseigne mais encore parfaitement consommables. Sur chaque cagette vendue, 50 centimes sont reversés aux Restos du Coeur*.

*dans la limite de 2 millions d'euros par an.

Résultats entre 2016 et 2025

200 000 tonnes de fruits et légumes sauvées du gaspillage (+ 20 000 tonnes en 2025)

près de **18 millions d'euros** reversés aux Restos du Cœur

379 projets* soutenus sur l'ensemble du territoire

* Distribution de repas, financement de véhicules en charge de l'aide alimentaire, projets de rénovation de centres d'activités et d'entrepôts logistiques, achat d'équipements spécialisés, etc.

Donner une seconde vie aux invendus alimentaires

Lidl France collabore avec les Restos du Cœur, les Banques Alimentaires, le Secours populaire français et la Croix-Rouge française, afin que les denrées encore propres à la consommation puissent être redistribuées aux personnes qui en ont besoin.

En 2025, les invendus redistribués depuis les plateformes logistiques représentent l'équivalent de plus de 19,5 millions d'euros* de produits alimentaires, soit 3 322 tonnes données aux associations partenaires.

*en partant du principe que 1 kg vaut 5,9 €.

Valoriser les déchets alimentaires non consommables

Nous travaillons avec des entreprises spécialisées dans la valorisation de déchets issus d'invendus, qui transforment nos produits de boulangerie en aliments pour animaux.

En 2025, 6 de nos plateformes logistiques ont collecté le pain invendu ou impropre à la consommation afin qu'il soit transformé en farine pour l'alimentation animale. Les autres biodéchets de Lidl France sont valorisés, en partie grâce aux filières de méthanisation, qui permettent d'alimenter en biogaz une partie de nos camions de livraison.

2 700 **tonnes de pain** revalorisées en farine pour l'alimentation animale entre 2023 et 2025.