



Les vraies actions pour faire les bonnes choses

Nos engagements RSE pour 2030

Dossier de presse - Septembre 2024



Édito

« Nous sommes ravis de vous présenter la stratégie RSE de Lidl à horizon 2030. Cette stratégie présente à la fois les réalisations de Lidl et ses ambitions en tant qu'entreprise engagée. Une offre saine et durable, une démarche sociale et solidaire, des opérations exemplaires et une gouvernance efficace sont les 4 priorités RSE de Lidl France pour faciliter la transition écologique et sociale au quotidien. Notre force repose sur notre modèle unique d'entreprise intégrée, composée à près de 90 % de marques de distributeur. Cette structure permet à notre enseigne de développer une stratégie ambitieuse. Fiers du chemin parcouru, nous travaillons chaque jour afin d'offrir à nos clients les bonnes choses. Notre nouveau siège social marque une étape importante dans notre ambition de devenir un leader responsable dans le secteur de la distribution. Ce nouvel espace s'inscrit dans la continuité de notre ADN responsable, notre volonté d'innover et de renforcer notre proximité avec nos partenaires. »

- John Paul Scally et Michel Biero,
Président et Vice-Président de Lidl France

Un nouveau siège à l'image de nos ambitions



Un siège social en adéquation avec nos valeurs

À Châtenay-Malabry, l'écoquartier LaVallée accueille le nouveau siège social de Lidl France. Ce campus est composé de trois bâtiments abritant les différents services de l'entreprise et un quatrième bâtiment dédié à la formation. Ce nouveau siège vise des certifications et labels environnementaux ambitieux, reconnaissant l'engagement de Lidl en faveur d'un immobilier durable.

Un cadre de travail attractif

- De nouveaux espaces, dont une cuisine de dégustation de 580 m² pour tester et goûter les produits de marque de distributeur.
- Un bâtiment dédié à la formation, avec 40 chambres d'hôtel et 16 salles de formation pour accueillir les salariés de toute la France.
- La Galerie 1989, un musée qui retrace les 35 ans d'histoire et d'engagements de l'enseigne en France.
- Une grande diversité d'espaces de travail (open-spaces, zones de co-working, salles silence...) et d'espaces de convivialité (restaurant d'entreprise, cafétéria, salle de détente... sans oublier la salle de sport de plus de 400 m²).



36 500 m²

de bureaux

≈ 1 000

collaborateurs

Des locaux éco-conçus



Le siège de Lidl vise l'objectif « E3C1 » de ce label français, qui évalue la performance énergétique et environnementale des bâtiments neufs. Ce bâtiment est l'un des seuls projets de cette envergure avec une telle ambition (façade dernier cri, importante surface de panneaux photovoltaïques, mutualisation d'une centrale à béton commune aux constructions de la ZAC, produits choisis bas carbone pour les moquettes, plafonds, peintures, etc.).



L'objectif est d'atteindre le niveau « Exceptionnel » de cette certification qui traduit un équilibre entre respect de l'environnement, qualité de vie et performance économique (choix de produits respectueux de la planète, économie d'énergie, confort, etc.).



Pour cette certification britannique reconnue au niveau international, Lidl vise le niveau « Excellent », qui garantit notamment une bonne gestion de l'eau et des déchets, une réduction des émissions de gaz à effet de serre et l'utilisation de matériaux durables.

Une démarche RSE inscrite dans l'ADN de Lidl

Le développement durable est un enjeu stratégique pour Lidl, soutenu au plus haut niveau de la direction. La responsabilité sociétale de l'entreprise est intégrée au modèle d'affaires de Lidl. Parce que l'enseigne cherche à promouvoir le développement durable tout au long de sa chaîne de valeur, elle a structuré dès 2016 sa stratégie RSE « En route vers demain ». Cette stratégie s'inscrit dans une démarche de progrès continue et évolutive. Face aux enjeux sociaux et environnementaux actuels, des objectifs ont été définis pour 2030.

La mission de Lidl France :

Faciliter la transition écologique et sociale au quotidien

La stratégie En route vers demain

Cette stratégie structure la responsabilité sociétale de Lidl en tant que distributeur, employeur, partenaire commercial et acteur engagé sur le territoire français.



2022

2016



Les 6 piliers de la stratégie RSE de Lidl

- Préserver la biodiversité,
- Protéger le climat,
- Conserver les ressources,
- Agir équitablement,
- Promouvoir la santé,
- Dialoguer avec les parties prenantes.

Les 4 priorités RSE de Lidl France à 2030

- Une offre saine et durable,
- Une démarche sociale et solidaire,
- Des opérations exemplaires,
- Une gouvernance efficace.

2024



Les 4 priorités de Lidl France

En 2024, Lidl France s'engage sur 4 grandes priorités à horizon 2030, dans le prolongement de sa stratégie RSE « En route vers demain », afin de répondre aux enjeux sociaux et environnementaux d'aujourd'hui.

UNE OFFRE SAINE ET DURABLE

Promouvoir une offre qualitative, accessible au plus grand nombre, encourager les comportements de consommation responsables de ses clients et accompagner ses fournisseurs dans la transition écologique et sociale.



UNE DÉMARCHE SOCIALE ET SOLIDAIRE

Offrir des conditions de travail attractives et renforcer la fierté d'appartenance, ancrer les valeurs de la transition dans le quotidien de chacun et maximiser l'impact sociétal positif auprès de son écosystème.



DES OPÉRATIONS EXEMPLAIRES

Faire de ses supermarchés la vitrine de ses engagements à travers un immobilier commercial durable et poursuivre les efforts d'optimisation de la logistique et de gestion des déchets pour réduire l'impact.



UNE GOUVERNANCE EFFICACE

Structurer une gouvernance efficace et transverse, intégrer la performance sociale et environnementale aux prises de décisions stratégiques et mener une communication transparente sur les progrès effectués.



Une offre saine et durable

100 %

des filières fruits et légumes déploieront une **feuille de route durable**



100 %

de nos matières premières à risque social ou environnemental, commercialisées sous marque de distributeur, seront couvertes par des **objectifs de certification**



Augmenter le pourcentage de promotions dédiées à l'offre saine et durable**



-35 %

d'utilisation de **plastique dans les emballages de nos produits de marque de distributeur** par rapport à 2017

Aumenter la part de notre chiffre d'affaires générée par l'offre saine et durable*



D'ici 2026,

accompagner les fournisseurs représentant 75 % des émissions de gaz à effet de serre de Lidl international liées aux produits (scope 3) à se fixer un objectif de réduction carbone basé sur la science (objectif validé par Science Based Targets initiative - SBTi)

100 %

du parc immobilier restera couvert par la **certification énergétique ISO 50001**

Augmenter le nombre de supermarchés avec des panneaux photovoltaïques en service*

Réduire la consommation énergétique sur le parc immobilier*



Des opérations exemplaires

0

artificialisation nette des sols pour tous les nouveaux supermarchés Lidl dans le cadre de la loi « Climat et Résilience »

95 %

des déchets générés par les activités opérationnelles de Lidl seront revalorisés*

100 %

de nos contrats tripartites incluront des engagements environnementaux

100 %

des emballages auront une **recyclabilité optimale** sur nos produits de marque de distributeur

0

publicité ciblée sur les enfants pour des produits considérés comme malsains par l'Organisation Mondiale de la Santé

Augmenter la teneur en protéines végétales dans nos produits de marque de distributeur*

- 50 %

de déchets organiques et pertes alimentaires

Réduire les émissions de gaz à effet de serre liées au transport de marchandises*



100 %

des nouveaux supermarchés seront en conformité avec les **10 engagements de la stratégie paysage et biodiversité**

Réduire

les émissions de gaz à effet de serre sur les scopes 1 et 2*



Une démarche sociale et solidaire



80 %

des collaborateurs s'estimeront **satisfaits de leur environnement de travail**

Mettre en place des initiatives **pour favoriser l'inclusion des personnes en situation de handicap** dans le cadre de l'obligation d'emploi des travailleurs handicapés

Un salaire fixe **supérieur à la moyenne du marché** pour les employés en supermarché et plateforme logistique*

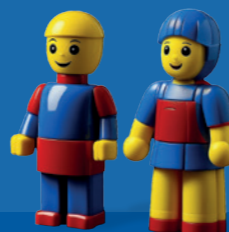
100/100

à l'index d'égalité professionnelle femmes-hommes

Recruter 1 100 apprentis et 6 000 étudiants en CDI par an*

100 %

des collaborateurs en supermarché et plateforme logistique recevront des **formations augmentant leur employabilité**



90 %

des managers continueront d'être issus d'une **promotion interne**

Mettre en place des expérimentations pour **recruter des profils seniors et pour employer des bénéficiaires du RSA***

30 OBJECTIFS RSE POUR 2030

Une gouvernance efficace

1 ambassadeur RSE par métier, par supermarché et par région



Intégrer la performance sociale et environnementale à toutes les prises de décision stratégiques du Comité exécutif



Promouvoir des produits sains et durables

Nos vraies actions, aujourd'hui :

73 %

de fruits et légumes
origine France (hors agrumes
et fruits exotiques)

100 %

du café, des thés verts, noirs,
roiboos et des bananes
sont certifiés

971

produits en gamme
permanente **labellisés**
par des organismes
indépendants

100 %

de viandes bovines
et porcines **françaises**

Nos objectifs clés d'ici 2030 :



Augmenter la part du
chiffre d'affaires
génééré par l'offre saine
et durable*

Augmenter
le pourcentage de
promotions
dédié à l'offre saine
et durable*

Soutenir le monde agricole



La bonne initiative : les contrats tripartites

Depuis 2016, date à laquelle Lidl signait son premier contrat tripartite, l'enseigne développe un modèle vertueux qui soutient au quotidien l'agriculture française et accompagne le développement des éleveurs et producteurs locaux.

En 2023, plus de 5 000 producteurs français des filières de bœuf, de porc, de lait et de pommes de terre, sont liés par un contrat tripartite avec Lidl. En permettant aux producteurs de fixer le prix d'achat de leur produit selon leur coût de production, les contrats tripartites leur garantissent une plus juste rémunération et une visibilité à moyen/long termes.

La bonne initiative : les pommes de terre « Terre de Progrès »

Depuis 2021, Lidl propose la gamme de pommes de terre « Terre de Progrès », issue de l'agriculture régénératrice. Ce modèle d'agriculture a pour objectif de préserver la biodiversité des sols et restaurer leur fertilité, grâce à une couverture permanente du sol par des végétaux ou des résidus de cultures antérieures, des rotations longues ou encore la réduction du labour. Il participe également à la lutte contre le dérèglement climatique, en séquestrant davantage de carbone dans le sol. Pour ce projet, Lidl collabore avec 3 fournisseurs de pommes de terre: Terrea, Parmentine et Pom'Alliance et 8 producteurs situés dans le Loiret, la Normandie, les Hauts-de-France et la Champagne.



Nos vraies actions, aujourd'hui :

5 000

producteurs bénéficiant
d'une **rémunération plus juste**
grâce aux contrats tripartites

10 000

journées de congés payés
aux agriculteurs depuis 2021
via le partenariat avec
le Service de Remplacement

Notre objectif clé d'ici 2030 :

100 %

de nos contrats tripartites
inclueront des engagements
environnementaux



Faire des supermarchés la vitrine de nos engagements



La bonne initiative : la stratégie paysage et biodiversité

En 2021, Lidl France devient la première enseigne de grande distribution à s'engager pour la mise en œuvre d'une « stratégie globale paysage, biodiversité et sobriété foncière » en partenariat avec CDC Biodiversité et l'OPIE (Office pour les insectes et leur environnement).

Lidl a ainsi défini un nouveau cahier des charges et une méthodologie afin d'être accompagné dans la conception de ses nouveaux aménagements paysagers par des experts. Cette démarche se matérialise notamment autour de 10 engagements concrets (végétalisation des façades, récupération des eaux de pluie, tonte raisonnée des espaces enherbés...) à activer selon les spécificités du site et par l'application systématique de recommandations écologiques propres au projet. En 2023, 25 référents biodiversité ont été nommés et formés dans les 25 directions régionales de Lidl France pour déployer cette stratégie.

Nos vraies actions, aujourd'hui :

-21 %

de consommation énergétique par m² de surface de vente dans les supermarchés Lidl entre 2017 et 2023

439 000 m²

de panneaux photovoltaïques

4 112

points de charge pour véhicules électriques dont 6 i-stations

100 %

du parc immobilier est couvert par la certification énergétique ISO 50001

Nos objectifs clés d'ici 2030 :



Réduire

la consommation énergétique du parc immobilier*

100 %

des nouveaux supermarchés seront en conformité avec les 10 engagements de la stratégie paysage et biodiversité

Développer une logistique plus sobre

Nos vraies actions, aujourd'hui :

89 %

de déchets revalorisés

Premier

camion à hydrogène vert en France

17 %

de la flotte de camions roule aux énergies alternatives

Nos objectifs clés d'ici 2030 :

- 50 %

de déchets organiques et pertes alimentaires

Réduire

les émissions de gaz à effet de serre liées au transport de marchandises*



La bonne initiative : la reverse logistique

Afin de revaloriser ses déchets, Lidl a mis en place un système de logistique inverse : un circuit de collecte en supermarchés conçu pour récupérer, massifier et stocker les déchets sur ses plateformes logistiques. Chaque jour, les camions des transporteurs partent de nos plateformes logistiques pour livrer les supermarchés. Ce flux quotidien de camions est optimisé puisque ces derniers récupèrent les déchets produits et pré-triés la veille dans les supermarchés. Ils sont renvoyés vers les plateformes logistiques pour les massifier et les stocker dans des contenants adaptés. L'opération permet de trouver des débouchés avec des structures locales pour récupérer les déchets valorisables et les traiter.

UNE DÉMARCHE SOCIALE ET SOLIDAIRE

Garantir un cadre de travail attractif

Nos vraies actions, aujourd'hui :

90 %

des managers sont issus d'une promotion interne

98 %

des salariés en CDI

1600

représentants de la santé et qualité de vie au travail (1 par supermarché)

15 %

de plus que le SMIC* sont proposés à l'embauche pour les équipiers polyvalents

*sur 13 mois

Notre objectif clé d'ici 2030 :



80 %

des collaborateurs s'estimeront satisfaits de leur environnement de travail

La bonne initiative : la Lidl Académie

Créé en 2021, l'organisme de formation Lidl Académie permet de former des salariés avec ou sans qualification pour les postes d'adjoint manager, responsable de supermarché et directeur de supermarché et d'obtenir des certifications professionnelles reconnues, comme le Certificat de qualification professionnelle (CQP) animateur opérationnel en magasin et le CQP manager opérationnel en magasin. L'objectif de ces parcours est d'attirer et de fidéliser les futurs managers de Lidl France en proposant des parcours de formation certifiants à tous nouveaux entrants et à tous les salariés. Lidl s'est engagée à atteindre l'objectif de 100 % des collaborateurs, en supermarché et plateforme logistique, ayant reçu des formations augmentant leur employabilité à horizon 2030.



Défendre l'inclusion et la diversité



La bonne initiative : Lidl'her

Accompagner, former, gagner en compétences et inspirer, tels sont les objectifs du programme interne de leadership au féminin Lidl'her. Lancé en 2021, il est dédié à l'accompagnement des femmes vers l'accès à des postes de cadres dirigeants. En lien avec l'identité de Lidl et en phase avec sa politique RH qui promeut l'équité et la promotion interne, Lidl'her a pour ambition de lever les freins qui pourraient subsister à toute évolution de carrière dans l'entreprise. Deux piliers structurent ce programme : Start'her (suivi d'une formation complète) et Boost'her (détection des potentiels).

La bonne initiative : la Lidl Académie

Créé en 2021, l'organisme de formation Lidl Académie permet de former des salariés avec ou sans qualification pour les postes d'adjoint manager, responsable de supermarché et directeur de supermarché et d'obtenir des certifications professionnelles reconnues, comme le Certificat de qualification professionnelle (CQP) animateur opérationnel en magasin et le CQP manager opérationnel en magasin. L'objectif de ces parcours est d'attirer et de fidéliser les futurs managers de Lidl France en proposant des parcours de formation certifiants à tous nouveaux entrants et à tous les salariés. Lidl s'est engagée à atteindre l'objectif de 100 % des collaborateurs, en supermarché et plateforme logistique, ayant reçu des formations augmentant leur employabilité à horizon 2030.



Nos vraies actions, aujourd'hui :

94/100

à l'index d'égalité professionnelle femmes-hommes

690

duos formés lors du Duoday en 2023

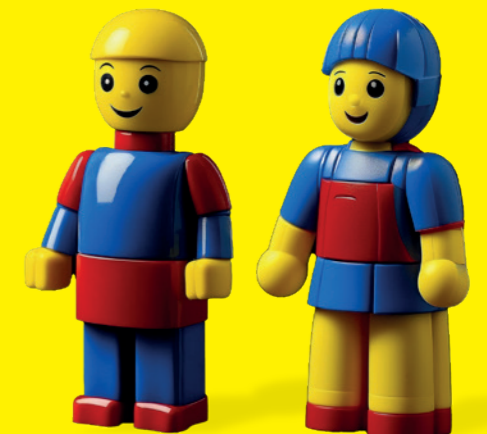
12 %

des salariés sont des étudiants

Notre objectif clé d'ici 2030 :

Mettre en place des expérimentations pour

recruter des profils seniors et employer des bénéficiaires du RSA*



Embarquer nos collaborateurs



La bonne initiative :

YOU, le programme interne de développement durable

Lidl met en œuvre un programme international de communication et d'appropriation des enjeux RSE à destination de ses salariés. L'objectif est de responsabiliser les 45 000 collaborateurs de Lidl France et de leur donner les moyens de contribuer dans le cadre de leur travail aux objectifs de la stratégie RSE.

En 2025, l'ensemble des collaborateurs recevront une formation portant sur les enjeux de développement durable et la stratégie RSE de l'enseigne. Afin de porter ces sujets au quotidien, Lidl crée une communauté d'ambassadeurs RSE au niveau national. Dès novembre 2024, les ambassadeurs RSE en supermarchés embarqueront les équipes dans la lutte contre le gaspillage alimentaire.

Nos vraies actions, aujourd'hui :

30

ambassadeurs RSE au siège social

150

salariés formés à la Fresque du Climat depuis 2023

Nos objectifs clés d'ici 2030 :

Intégrer

la performance sociale et environnementale à toutes les prises de décision stratégiques du Comité exécutif

1 ambassadeur RSE

par métier, par supermarché, et par région



Le modèle Lidl

Proximité

1 600

supermarchés

Simplicité

26

directions régionales

Transparence

45 000

collaborateurs

Modernisation

des supermarchés en intégrant la transition écologique depuis 2012

Un concept de distribution unique

86 %

de produits alimentaires et non-alimentaires de marques de distributeur

Meilleure Chaîne

de Magasins 2023-2024 dans les catégories Supermarchés et Fruits & Légumes pour la 12^{ème} année consécutive**

Meilleur rapport qualité-prix

73 %

de fruits et légumes d'origine France*

1 prix unique

dans toute la France

72,6 %

de fournisseurs français





Contacts presse

Isabelle SCHMIDT | 06 22 10 38 66

Anne MACQUET | 06 47 18 15 43

contactpresse@lidl.fr



FSC
www.fsc.org

MIXTE

Papier | Pour une
gestion forestière
responsable

FSC® C153581

Papier créé à partir de déchets de produits
organiques issus du travail agro-industriel.

