



Travailler ensemble
pour offrir des
choix plus durables



LIDL RENFORCE SON ENGAGEMENT INTERNATIONAL POUR UNE ALIMENTATION Saine ET DURABLE EN COLLABORATION AVEC LE WWF

Lidl poursuit son engagement en faveur d'une alimentation saine et durable en alignant davantage sa gamme de produits sur le Planetary Health Diet (PHD)¹ d'ici 2050. D'ici 2030, Lidl augmentera de 20 % la part d'aliments d'origine végétale vendus par rapport à 2023, notamment les sources de protéines végétales, les céréales complètes, les fruits et les légumes. Lidl est le premier distributeur à instaurer la transparence pour toutes les catégories d'aliments de sa gamme de produits dans les 31 pays où il possède des supermarchés. Pour ce faire, Lidl utilise la méthodologie du WWF. Lidl permet ainsi à ses clients de faire des choix plus sains et plus respectueux de l'environnement.

Face aux défis mondiaux tels que le changement climatique, la perte de biodiversité et les maladies liées à l'alimentation, une transformation de notre système alimentaire s'impose². Consciente de l'urgence de ces enjeux et de sa responsabilité, Lidl contribue à cette transformation en fixant des objectifs ambitieux pour l'ensemble de sa chaîne de valeur. Les clients accèdent ainsi à des options d'achat plus durables. Pour y parvenir, Lidl, avec l'expertise du WWF, renforce sa stratégie d'alimentation saine et durable dans ses 31 pays d'implantation. Lidl augmente son ambition actuelle en matière de protéines végétales et fixe des objectifs ambitieux dans les trois catégories de promotion de la santé³ du PHD.

UNE ALIMENTATION Saine ET DURABLE AU SERVICE DE LA SANTÉ ET DE L'ENVIRONNEMENT

Michel Biero, Vice-Président de Lidl France explique : « *Nourrir sainement une population mondiale croissante dans les limites de notre planète nécessite une transformation du système alimentaire mondial. Lidl s'engage dans cette voie depuis des années, en s'appuyant sur l'approche scientifique du Planetary Health Diet. Avec le WWF comme partenaire expert à nos côtés, nous visons un impact encore plus important à l'avenir, en offrant à nos clients un choix toujours plus large d'alternatives saines et durables, tout en conservant les prix bas qui font la réputation de Lidl.* »

Mariella Meyer, Responsable des marchés durables chez WWF Suisse, ajoute : « *Nous saluons l'alignement de Lidl sur le Planetary Health Diet et l'utilisation de la méthodologie du WWF Planet-Based Diets Retailer Methodology⁴. Il s'agit d'une étape cruciale dans la transformation du système alimentaire, principal facteur de déclin de la biodiversité. En mettant l'accent sur des choix plus végétaux, Lidl priorise à la fois la santé humaine et celle de la planète. Nous espérons que cela incitera d'autres distributeurs à suivre cet exemple et à privilégier les options végétales par rapport aux produits d'origine animale.* »

DES OBJECTIFS AMBITIEUX POUR LES PROTÉINES VÉGÉTALES ET LES CÉRÉALES COMPLÈTES

L'objectif international d'augmenter de 20 % la part d'aliments d'origine végétale vendus d'ici 2030 – par rapport à 2023 – s'inscrit dans la stratégie globale de RSE de Lidl. Cet objectif sera atteint grâce à des actions ciblées dans les catégories des protéines, des céréales complètes, des fruits et légumes. À partir de 2025, Lidl publiera un rapport annuel sur ses progrès, rendant les données accessibles au public. L'enseigne suit la méthodologie du WWF pour promouvoir des régimes alimentaires sains et durables

- **Sources de protéines** : Depuis 2022, Lidl analyse la «répartition des protéines», mesurant la proportion de protéines végétales par rapport aux protéines animales dans sa gamme de produits. Lidl France a pour objectif d'augmenter de 5% le taux de protéines végétales. Cela inclut les légumineuses, les noix, les graines et les alternatives végétaliennes à la viande, aux œufs et au poisson. Depuis 2021, nous opérons pour plus de transparence en comparant annuellement les parts de protéines d'origine animale ou végétale dans nos produits. En outre, Lidl continue d'améliorer les normes de bien-être animal pour les produits à base de viande qu'elle propose.
- **Céréales complètes** : Essentielles pour une vie longue et saine⁵, les fibres alimentaires sont au cœur de nos objectifs. Lidl France a pour objectif d'augmenter la proportion de céréales complètes dans ses produits et de proposer également au moins une alternative à base de céréales complètes dans toutes les catégories pertinentes d'ici 2030, par rapport à 2023.
- **Fruits et légumes** : Les fruits et légumes frais sont un élément essentiel de la stratégie Alimentation Saine et Durable de Lidl. Lidl continue de proposer à ses clients un large choix de produits frais tous les jours.

Pour plus d'informations sur l'engagement de Lidl en faveur d'une alimentation saine et durable, visitez notre site web : [L'alimentation saine et durable](#).

¹ Le Planetary a été élaboré en 2019 par 37 des plus grands scientifiques du monde dans le cadre de la Commission Lancet de l'EAT. Il constitue le schéma directeur d'une transition nutritionnelle mondiale qui permettra à une population mondiale de 10 milliards de personnes de manger sainement dans les limites de la planète d'ici à 2050.

² Rapport sur la planète vivante : <https://www.worldwildlife.org/publications/2024-living-planet-report>

³ Trois catégories de produits favorables à la santé selon le régime alimentaire planétaire : les sources de protéines d'origine végétale (légumineuses, noix, graines), les céréales complètes et les fruits et légumes.

⁴ Méthodologie des détaillants du WWF Planet-Based Diets : <https://planetbaseddiets.panda.org/retailers> <https://planetbaseddiets.panda.org/retailers>

⁵ Université de Washington : Effets sur la santé des risques alimentaires dans 195 pays, 1990-2017 : une analyse systématique pour l'étude sur la charge mondiale de morbidité, 2017.