



Les vraies actions pour faire les bonnes choses

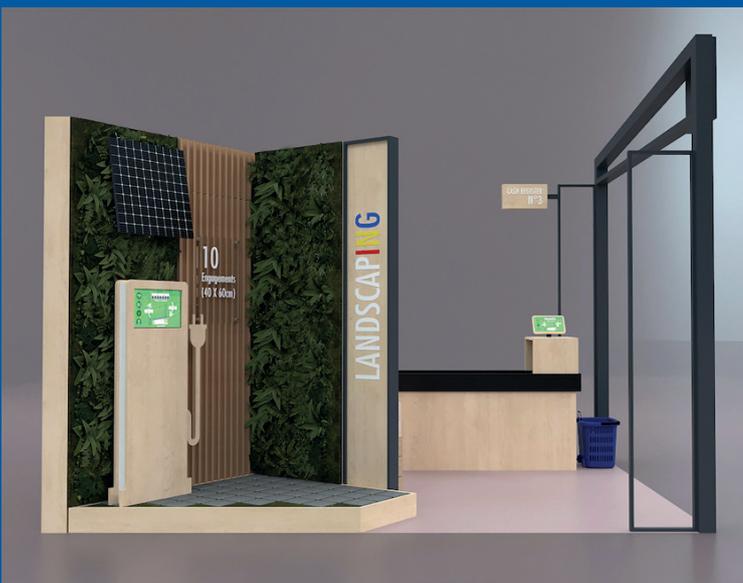
Nos engagements RSE pour 2030

ChangeNOW 2025

ChangeNOW 2025

Lidl France, une enseigne pionnière et engagée pour faciliter la transition environnementale et sociale

Seul acteur de la distribution présent à ChangeNOW, Lidl affirme son rôle d'enseigne engagée dans la transition écologique et sociale. Cet événement est l'occasion, en tant que partenaire du quotidien des Français, de présenter ses réalisations concrètes et ses ambitions à horizon 2030 pour réduire son impact environnemental. Lidl mettra ainsi l'accent sur trois piliers de sa feuille de route : l'immobilier (scopes 1 et 2), le transport et logistique (scopes 1 et 3) et enfin sa politique d'achats responsable (scope 3).



« Consciente de sa responsabilité vis-à-vis de l'environnement et de la société, Lidl a structuré dès 2016 ses engagements RSE à travers sa stratégie « En route vers demain ». Elle constitue le cœur de la démarche environnementale de l'enseigne pour faciliter la transition écologique et sociale au quotidien. Cette stratégie se veut évolutive et constitue aujourd'hui une feuille de route ambitieuse : en 2024, Lidl France s'est fixée 30 objectifs à atteindre d'ici 2030 pour garantir une offre saine et durable au plus grand nombre, réduire les émissions de gaz à effet de serre de sa chaîne d'approvisionnement et de ses activités propres (plateformes logistiques et supermarchés) et favoriser le déploiement d'initiatives sociales et solidaires.

Nous pouvons mener cette stratégie ambitieuse grâce à notre modèle unique composé à près de 90 % de nos marques distributeur. Il nous permet, d'une part, d'intégrer des enjeux sociétaux et environnementaux à l'ensemble de notre chaîne de valeur pour maîtriser nos impacts directs et indirects, mais aussi d'impliquer et de sensibiliser l'ensemble des acteurs avec lesquels nous collaborons : producteurs/agriculteurs, fournisseurs, acteurs du transport et logistique mais aussi les consommateurs. »

John Paul Scally
Président de Lidl France

L'ensemble de ces objectifs s'inscrit notamment dans le cadre de la **trajectoire Net Zero¹** du groupe afin d'atteindre au niveau international zéro émission nette générées d'ici 2050 dans l'ensemble de ses supermarchés et chaînes d'approvisionnement. L'objectif « Net Zero » inclut les émissions du scope 3, c'est-à-dire les émissions générées en amont et en aval de la chaîne de valeur de Lidl, qui aujourd'hui représentent plus de 90% des émissions totales de l'entreprise.

Lidl a d'ores et déjà réduit de 52% ses émissions opérationnelles de CO₂ (scopes 1 et 2) dans tous les pays où Lidl est présent par rapport à 2019. En France, sur les scopes 1 et 2, Lidl s'est fixé un objectif de réduction de 55 % de ses émissions de gaz à effet de serre d'ici 2030 par rapport à 2019 en France.

Pour y répondre, elle a adopté plusieurs mesures à l'instar du renouvellement de 100% des contrats d'électricité en énergie renouvelable, le remplacement des fluides frigorigènes à haut potentiel de réchauffement global dans ses plateformes logistiques et ses supermarchés ou encore le renouvellement de sa flotte de véhicules thermiques par des véhicules à faibles émissions (hybride, électrique).

Sur le scope 3, Lidl accompagne ses fournisseurs principaux à se fixer un objectif de réduction de gaz à effet de serre en vue de réduire leurs émissions et de s'adapter au changement climatique. L'enseigne travaille également sur son assortiment en augmentant par exemple la teneur en protéines végétales dans ses produits alimentaires de marques de distributeur.

¹ Cette politique s'inscrit dans la continuité de l'adhésion du Groupe Schwarz à la Science Based Targets initiative (SBTi) et de la trajectoire carbone du groupe Schwarz, auquel Lidl appartient, validée par la SBTi. Lidl se base sur la méthode du Greenhouse Gas Protocol (GHG) pour réaliser son bilan carbone (émissions de gaz à effet de serre en tCO₂e - tonnes équivalent-carbone).

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.



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.

2016



2022

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.

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 SAIN 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 de ses opérations.



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 généré 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 %

de nos contrats tripartites inclueront 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*

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**

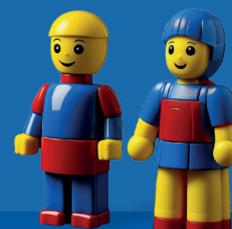
Recruter **1 100 apprentis et 6 000 étudiants en CDI** par an*

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***



Des opérations exemplaires

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*



50 %

du parc de supermarchés sera couvert par le **label d'éco-construction EDGE**, relatif à l'énergie, à l'énergie grise des matériaux et à la gestion de l'eau

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*

- 50 %

de déchets organiques et pertes alimentaires

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

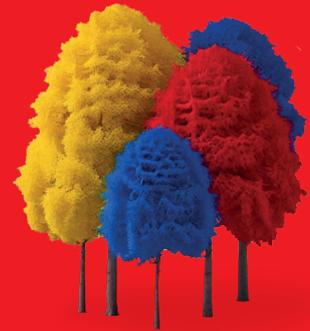
Réduire

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



100 %

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



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



UNE OFFRE SAIN ET DURABLE

Promouvoir des produits sains et durables

Nos vraies actions, aujourd'hui :

72,6 %

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

100 %

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

1 030

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

100 %

de viandes bovines
françaises

Nos objectifs clés
d'ici 2030 :



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

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



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.

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 2024, 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.

Nos vraies actions, aujourd'hui :

5 000

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

12 500

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 :

-15 %

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

515 000 m²

de panneaux photovoltaïques

4 800

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 :

90,8 %

de déchets revalorisés

Premier

camion à hydrogène vert
en France

20 %

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.

Garantir un cadre de travail attractif

Nos vraies actions, aujourd'hui :

94 %

des managers sont issus d'une promotion interne

99 %

des salariés en CDI

1622

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

6 %

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).

Nos vraies actions, aujourd'hui :

94/100

à l'index d'égalité professionnelle femmes-hommes

788

duos formés lors du Duoday en 2024

13 %

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 :

40

ambassadeurs RSE
au siège social

170

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

1 622

supermarchés

Simplicité

26

directions régionales

Transparence

44 300

collaborateurs

Modernisation

des supermarchés en intégrant la transition écologique depuis 2012

Un concept de **distribution unique**

83 %

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

72,6%

de fruits et légumes d'origine France*

1 prix unique

dans toute la France

73,4 %

de fournisseurs français



* Hors agrumes et fruits exotiques

** Étude réalisée en France par Qualimétrie pour Gabaon du 30 mars au 10 juillet 2023 auprès de 583 677 consommateurs



Contact presse

Anne MACQUET | 06 47 18 15 43

contactpresse@lidl.fr



FSC
www.fsc.org

MIXTE

Papier | Pour une
gestion forestière
responsable

FSC® C153581



LE TRI
+ FACILE



BAC
DE TRI