



LIDL FRANCE ENGAGÉE POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Consciente de sa responsabilité, Lidl met en place des actions concrètes visant à limiter la production de déchets et le gaspillage alimentaire. Grâce aux initiatives conduites depuis 2016, ce sont près de **35 000 tonnes de biodéchets qui ont été évitées** ; **7,5 millions de cagettes « 0-gaspillage »** vendues représentant **3,75 M€ (depuis 2016) reversés aux Restos du Cœur** ; et **82% de déchets valorisés ou recyclés en 2018**. Dans l'objectif de diminuer son empreinte environnementale, Lidl est aussi le premier distributeur à s'être engagé sur **100% d'emballages en cellulose (carton, bois, pâte à papier, etc.) recyclée et/ou certifiée FSC® sur son assortiment d'ici 2020**.

**OBJECTIF 100% D'EMBALLAGES EN CELLULOSE
RECYCLÉE OU CERTIFIÉE FSC® D'ICI 2020**



Premier distributeur à se positionner sur 100% d'emballages cellulose (carton, bois, pâte à papier, etc.) recyclés et/ou certifiés FSC® sur les produits alimentaires et non-alimentaires de marque propre d'ici 2020, Lidl prend des positions concrètes pour diminuer son impact environnemental.

Au total, plus de 3 000 produits non alimentaires de marque propre et 100% des emballages primaires et secondaires des produits alimentaires de marque distributeur sont concernés.

LES INITIATIVES ANTI-GASPI LIDL

De la commande des produits par les supermarchés à l'achat par le consommateur, l'enseigne encourage l'ensemble de la chaîne à participer à la lutte contre le gaspillage alimentaire.

- Tout d'abord, le processus de commandes en supermarchés a été pensé afin de limiter au maximum les pertes alimentaires. Aussi, chaque supermarché de l'enseigne gère ses commandes d'articles et de produits frais en flux tendu, ce qui permet une excellente rotation des produits.
- Ensuite, les équipes en supermarchés vérifient chaque matin les dates des produits dits «sensibles» dont la date limite de consommation (DLC) ou la date limite d'utilisation optimale (DLUO) est proche. Si celles-ci approchent, une pastille -30% ou -50% est alors apposée sur le produit pour qu'il soit identifiable et vendu le plus rapidement possible avant péremption.

**OPÉRATION «0-GASPILLAGE» : UNE INITIATIVE LIDL
AU PROFIT DES RESTOS DU CŒUR**



Lidl a mis en place l'opération «0-gaspillage» qui consiste à proposer des cagettes à 1 euro contenant 3 à 5 kg de fruits et légumes, pains et viennoiseries dont la fraîcheur et le visuel ne répondent plus aux critères d'exigence de Lidl. N'engageant pas la qualité, ces produits sont consommables sans risque par les clients.

Cette initiative permet à la fois de supprimer les déchets, de satisfaire la clientèle et de soutenir les Restos du Cœur dont Lidl est le partenaire principal. En effet, la moitié de la somme est reversée à l'association et participe au financement de projets locaux (achats de camions frigorifiques, etc...)

Opération «0-gaspillage» 2018 :

- **3 millions** de cagettes vendues
- **1,5 million** d'euros collectés
- **15 000 tonnes** de biodéchets évitées



« En tant qu'acteur de la grande distribution nous sommes pleinement conscients du rôle et de l'impact que nous avons sur l'environnement et la société. Aussi, nous nous efforçons de mettre en place des actions concrètes vertueuses et de sensibiliser nos clients à s'engager pour une consommation de plus en plus responsable. Le développement durable est une vraie valeur organisationnelle qui s'applique au quotidien chez Lidl. » souligne Michel Biero, Directeur Exécutif Achats et Marketing Lidl France.

Contact presse : Lidl France - Isabelle Schmidt, Service Presse - Tél. 01 56 71 37 26 - contactpresse@lidl.fr