

Journée nationale contre le gaspillage alimentaire

RETOUR SUR LES INITIATIVES MISES EN ŒUVRE PAR LIDL DEPUIS 2016 POUR RÉDUIRE LA PRODUCTION DE DÉCHETS ET LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

L'Opération zéro-gaspillage, une initiative solidaire au profit des Restos du Cœur

Chaque jour un responsable fraîcheur contrôle la qualité des denrées rapidement périssables et regroupe en cagettes de 5 à 7 kg des fruits & légumes, plantes et fleurs et pain 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.

Ces cagettes sont vendues à 1€ en supermarché. La moitié de la somme est reversée aux Restos du Cœur et participe au financement de projets locaux : acquisition de camions frigorifiques pour assurer les ramasses, achat de matériel et d'équipements, réaménagement des locaux associatifs, etc. Chaque année et dans tous les supermarchés de l'enseigne, Lidl remet des chèques avec les montants récoltés grâce à cette opération, à l'équipe régionale des Restos du cœur.

Partenaire principal des Restos du Cœur depuis 2016, cette initiative permet à Lidl à la fois d'éviter le gaspillage, de réduire les déchets, de satisfaire la clientèle et de soutenir les Restos du cœur.

« 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 depuis plusieurs années de mettre en place des actions concrètes vertueuses dans notre organisation interne, mais aussi en sensibilisant nos clients à participer à une consommation responsable. Le développement durable n'est pas une théorie chez Lidl mais une vraie valeur organisationnelle qui s'applique au quotidien. » souligne Michel Biero, Directeur Exécutif Achats et Marketing.



Au sein des 1 500 supermarchés Lidl en France, les équipes vérifient chaque matin les dates des produits frais dits « sensibles » et 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 afin qu'il soit facilement identifiable par le consommateur et vendu le plus rapidement possible avant péremption.**



Des dons de produits secs issus d'invendus sont effectués en continu au sein des 25 plateformes logistiques Lidl et du siège opérationnel aux différentes associations partenaires de l'enseigne - Restos du Cœur, Banques alimentaires, Croix-Rouge française et Secours Populaire français.



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 : le processus de commandes en supermarché a été pensé afin de limiter au maximum les pertes alimentaires. Chaque supermarché de l'enseigne gère ses commandes de produits frais en flux tendu, ce qui permet une excellente rotation des produits.

L'opération zéro-gaspillage de 2016 à aujourd'hui en chiffres :

- Plus de **9,5 MILLIONS** de cagettes de fruits & légumes, pain, plantes et fleurs vendues
- Près de **4,8 MILLIONS D'EUROS** récoltés pour les Restos du Cœur
- Plus de **47 000 T DE BIODÉCHETS ÉVITÉS** soit une moyenne de 32 T par supermarché

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