



LIDL LAURÉAT DU PRIX « MARQUE ENGAGÉE AVEC UNE ONG » SUR LE SALON PRODURABLE 2022 POUR SON PROJET DE SOJA ZDC

Organisée pendant la 15^{ème} édition du Salon PRODURABLE qui se tient au Palais de Congrès de Paris (Porte Maillot) les 13 et 14 septembre, Lidl fait partie des enseignes lauréates de la remise des trophées du 5^{ème} Grand Prix de la Marque Engagée®, par le cabinet LinkUp Factory en partenariat avec PRODURABLE.



De gauche à droite : Grégoire Jacob, Member Manager chez Earthworm France, Manon Salaün, RSE Achats Lidl France et Hervé Navellou, Directeur Général de L'Oréal France

LE GRAND PRIX DE LA MARQUE ENGAGÉE® récompense chaque année les entreprises et territoires qui s'engagent de manière exemplaire à contribuer à des modèles de développement plus durables dans leur stratégie. Cet engagement doit se traduire concrètement dans l'activité des candidats, mais doit aussi avoir un impact plus large en entraînant un secteur d'activité, des collaborateurs, des clients, consommateurs et citoyens.

Cette remise des trophées du 5^{ème} Grand Prix de la marque engagée, inaugurée par **Marlène Schiappa**, Secrétaire d'État chargée de l'Économie sociale et solidaire et de la Vie associative de France, et animée par **Kareen Guiock**, journaliste, présentatrice du 12h45 sur M6, a vu la remise de 8 prix et autant de catégories :

Produit, Service, Startup, ONG avec une marque, Marque à mission (réservé aux entreprises à mission), Territoire et ville engagés, Personnalité engagée, Coup de cœur des étudiants.

LIDL est honoré de s'être vu décerner à l'occasion de cette soirée le Grand Prix de la « Marque Engagée avec une ONG », pour son projet d'approvisionnement en soja estampillé ZDC (Zéro Déforestation ni Conversion) officialisé en avril dernier, en partenariat avec l'ONG Earthworm.

Lidl et Earthworm ont travaillé conjointement au développement de la méthodologie ZDC (Zéro Déforestation ni Conversion). Afin d'utiliser ce soja responsable dans sa chaîne d'approvisionnement, Lidl a collaboré avec l'importateur Solteam et la coopérative Agrial, via sa branche laitière Euriel. En mai dernier, **le premier cargo estampillé ZDC**, affrété par Solteam, a accosté au port de Saint-Nazaire. Préalablement à son départ du Brésil, **l'ONG Earthworm a tracé, par des images satellite et sa présence sur le terrain, la cargaison de ce bateau** afin de s'assurer qu'il ne soit pas lié à la déforestation ni conversion d'écosystèmes. Euriel, un des fournisseurs laitiers de Lidl, a racheté les volumes équivalents de soja nécessaires à l'alimentation des vaches contribuant à la production laitière des yaourts Plume de lait.

« Cette récompense vient saluer le travail de longue haleine entrepris pour lutter contre la déforestation importée aux côtés de nos partenaires engagés. Nous sommes fiers aujourd'hui d'être reconnu comme un des acteurs les plus impliqués dans la lutte contre la déforestation importée » a déclaré Manon Salaün, en charge du projet au sein de la RSE Achats Lidl France.

À propos du Salon PRODURABLE

PRODURABLE est le plus grand rendez-vous européen des acteurs et des solutions en faveur de l'économie durable. Organisée sous le haut patronage du Ministère de la Transition Écologique et de la Cohésion des Territoires, la 15^{ème} édition se tiendra les 13 et 14 septembre. PRODURABLE rassemble plus de 450 intervenants autour de 190 conférences et collabore avec les principaux réseaux professionnels et médias.

À propos du Cabinet LINKUP FACTORY

Le cabinet LINKUP FACTORY avec ses 30 collaborateurs, ingénieurs et communicants, accompagne de nombreuses marques et entreprises en France ou à l'international pour mettre en œuvre leurs stratégies RSE ou encore développer leur raison d'être. En parallèle, l'agence poursuit des travaux de recherches et déploie des programmes ciblant les changements de comportement.

À PROPOS DE LIDL FRANCE

Avec 1 580 supermarchés et 46 000 collaborateurs, Lidl France est un concept de distribution unique axé sur la proximité et la simplicité de l'offre. Depuis 2012, l'enseigne modernise ses espaces de ventes tout en prenant en compte la transition écologique. Lidl est propriétaire à 80% de son parc immobilier, permettant un plus grand champ d'action. Pour soutenir la production locale, Lidl propose un assortiment sélectionné de produits avec 72% de Made In France. Un modèle qui a permis à Lidl France de se démarquer et de conquérir les Français.

Plus d'info sur www.lidl.fr