



**EXTRAITS DU RAPPORT DE  
DÉVELOPPEMENT DURABLE  
2020-2021**

**RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE  
DE L'ENTREPRISE**

# La stratégie RSE de Lidl

**Le modèle Lidl : simplicité, efficacité et transparence, pour offrir « le vrai prix des bonnes choses »**

Installée en France depuis 1989, Lidl propose à ses clients « **le vrai prix des bonnes choses** », soit un assortiment de produits de qualité au meilleur prix dans ses **1 586 supermarchés**. L'enseigne compte **5 711 références** alimentaires en gamme permanente, dont **82 % de marques propres** et **73,8 % achetées auprès de ses 921 fournisseurs français**. Lidl est une enseigne de distribution axée sur la proximité et la simplicité de l'offre. Avec plus de **47 048 collaborateurs**, une logistique optimisée et des partenariats de long terme, Lidl offre une gamme de produits basée sur le concept « un besoin = un produit » avec un prix unique dans tous ses supermarchés.

**EN ROUTE VERS DEMAIN**

Depuis 2016, Lidl a mis en place 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**. Cette démarche regroupe les objectifs et les actions pour intégrer **les enjeux RSE** dans l'activité de Lidl pour lui donner **cohérence et lisibilité**. En 2022, la stratégie « En route vers demain » évolue pour prendre en compte l'évolution des enjeux de développement durable et ainsi répondre aux attentes de ses **parties prenantes**.

L'ensemble des actions menées par Lidl pour intégrer les enjeux environnementaux et sociétaux sont répertoriées et présentées au travers de **six piliers thématiques** :

- Préserver la biodiversité
- Protéger le climat
- Conserver les ressources
- Agir équitablement
- Promouvoir la santé
- Dialoguer avec les parties prenantes



## Bon pour la Planète

### Protéger le climat

Lidl est consciente que ses activités, de la construction de supermarchés au transport de ses produits, génèrent un impact sur l'environnement. Lidl assume ses responsabilités et se fixe des objectifs pour agir en faveur du climat, de la biodiversité et de la conservation des ressources.

#### Nos engagements pour le climat

Lidl travaille à réduire ses émissions de CO<sub>2</sub> sur l'intégralité de ses périmètres en cohérence avec l'Accord de Paris. En tant que membre du groupe Schwarz ayant rejoint l'initiative Science Based Targets (SBTi), Lidl s'est engagée à :

- réduire ses émissions directes (scopes 1 et 2) de 80 % au total dans tous les pays entre 2019 et 2030 ;
- obliger ses fournisseurs, représentant 75 % des émissions liées aux produits (scope 3), à se fixer des objectifs de réduction des émissions conformément à la méthodologie de l'initiative Science Based Targets d'ici 2026.

#### Trois leviers pour réduire nos émissions :

- **mesurer l'impact carbone ;**
- **définir des objectifs pour réduire les émissions ;**
- **établir des plans d'action pour éviter, réduire et compenser les émissions de gaz à effet de serre.**

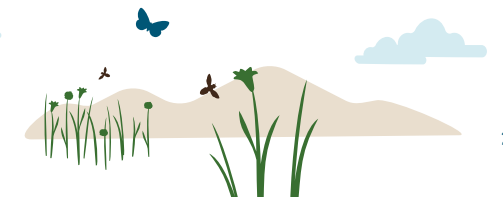
#### STRATÉGIE CLIMAT LIDL

Calcul impact CO<sub>2</sub> → Définition objectifs → Plan d'action

Bilan carbone → Science Based Targets (SBTi) → 1- Éviter  
2- Réduire  
3- Compenser

Pilotage

Communication





### Financer la décarbonation de l'agriculture

Engagés depuis cinq ans en contrat tripartite pour une plus juste rémunération des éleveurs, Lidl et l'Association de Production Animale de l'Est (APAL) renforcent leur partenariat sur la décarbonation des systèmes agricoles, avec l'appui de l'association France Carbon Agri. Concrètement, **cela vise à accompagner financièrement les éleveurs qui mettent en place des initiatives de réduction carbone sur leurs exploitations.** Cette démarche permet de réduire les émissions carbone de notre scope 3 (produits) et de renforcer nos liens avec le monde agricole, tout en accompagnant les producteurs vers une démarche de développement durable.

### Quatre exemples pour réduire ses émissions de gaz à effet de serre

Depuis 2014, Lidl a mis en place plusieurs actions concrètes pour réduire les émissions de gaz à effet de serre :

- remplacement des fluides frigorigènes par des réfrigérants naturels,
- développement de la production d'énergies renouvelables, en particulier le solaire,
- optimisation de la logistique,
- réduction des consommations d'énergie en mettant en œuvre des actions de sobriété alliées à l'efficacité énergétique.

**Lidl soutient financièrement la décarbonation des exploitations**

**15 000**

tonnes de crédits carbone rachatés par Lidl à l'APAL lors de l'Appel à Projets 2022.

**37**

éleveurs soutenus.

**450 000 €**

reversés aux éleveurs.

**20**

exploitations.

**Engagés pour les énergies renouvelables**

Depuis 2021, Lidl approvisionne l'intégralité de ses sites en électricité garantie 100 % d'origine renouvelable\* (source de production hydroélectrique, solaire ou éolienne) grâce à l'achat de garanties d'origine à EDF. Cet approvisionnement en électricité verte permet de réduire de 5 % l'empreinte carbone liée à la consommation d'électricité chez Lidl.



### Trois mesures concrètes pour des transports responsables

Avant d'arriver sur les rayons des supermarchés, les produits doivent souvent parcourir de longues distances en avion, en cargo ou en camion. Il en résulte des émissions de gaz à effet de serre qui ont un impact négatif sur le climat et l'environnement. Lidl a une influence directe sur ces trajets entre ses plateformes logistiques et ses supermarchés. Pour y remédier, Lidl optimise ses processus logistiques et de transport pour économiser l'énergie et réduire ses émissions.

Le transport est une des priorités de Lidl en matière de climat.

En 2021, Lidl s'est engagée dans la démarche FRET21 dans le but de réduire ses émissions de CO<sub>2</sub> liées aux transports domestiques de marchandises de **9 % en valeur absolue d'ici 2024 par rapport à 2019.** Cette initiative permet à Lidl d'apporter une réponse concrète et mesurable à ses engagements en matière de solutions de transport plus responsable.

Concrètement, trois axes d'action sont développés :

- l'optimisation du **taux de chargement** des camions, en augmentant la hauteur des palettes expédiées et en réduisant le nombre de kilomètres effectués par tournée ;
- le développement de moyens de **transports alternatifs** ;
- l'augmentation d'**achats responsables** en augmentant la part de ses transporteurs chartés « Objectif CO<sub>2</sub> » et répondant aux zones à faible émission (ZFE).

En 2020, un partenariat entre Lidl et Jacky Perrenot a consisté à proposer 20 % de camions à énergie alternative pour Lidl chaque année. En complément, l'ensemble des chauffeurs sont formés à l'écoconduite.

Le cercle vertueux de Lidl va encore plus loin. En région parisienne, la méthanisation de 12 000 tonnes de ses biodéchets alimentaires en biogaz 14 camions, permettant de livrer chaque jour ses supermarchés.

**Plusieurs indicateurs de performance permettent d'évaluer l'impact des mesures mises en place pour développer des transports responsables :**

**94,9 %**

de taux de remplissage des camions Lidl en 2021, soit 10 % de plus qu'en 2017.

**18 %**

de la flotte de camions effectuant les livraisons quotidiennes des supermarchés Lidl est constituée de véhicules roulant à énergie alternative, soit 73 camions au gaz naturel pour véhicule (GNV), 12 au biocarburant B100 (carburant obtenu à partir du traitement chimique de graisses végétales) et un transporteur électrique.





## Préserver la biodiversité



Dans ce domaine, les actions de Lidl se concentrent en amont de sa chaîne d'approvisionnement, notamment au travers de la responsabilisation de ses filières et via un travail avec des organismes de certification pour garantir des méthodes de production respectueuses de l'environnement.

### Responsabilisation des filières fruits et légumes

Depuis 2019, Lidl a mis en place une démarche de responsabilisation de ses filières de fruits et légumes. Afin d'établir des feuilles de route couvrant les enjeux environnementaux, économiques, sociaux et sociétaux les plus importants, Lidl a mené une réelle démarche de co-construction avec ses fournisseurs et des experts. L'objectif : faire de ses filières fruits et légumes des projets pilotes d'une démarche d'achats responsables, qui valorisent les productions durables. La mise en place du processus est initiée à travers :

- 1/ une première analyse pour déterminer les **six filières considérées « très à risques »**, dites « prioritaires » : banane, pomme de terre, avocat, mangue, ananas et pamplemousse rose ;
- 2/ un **état des lieux de la structuration** de ces six filières, lancé en 2020 ;
- 3/ la mise en œuvre de **trois feuilles de route pour la responsabilisation des six filières prioritaires**, en 2022. Elles prévoient l'amélioration des aspects environnementaux et sociaux spécifiques à ces filières, et notamment la préservation de la biodiversité.

### Des projets pilotes respectueux de la biodiversité, du local et des territoires

Depuis octobre 2021, les supermarchés Lidl proposent la gamme de pommes de terre « Terre de progrès ». Ces produits sont issus d'une **agriculture régénératrice, qui préserve la biodiversité des sols** et restaure leur fertilité. La commercialisation de cette gamme soutient les producteurs engagés dans les démarches agricoles plus durables. C'est le résultat du programme « Sols vivants » lancé par Earthworm Foundation, qui associe toute la chaîne de valeur du champ à la fourchette. La démarche se poursuit en novembre 2021, avec la signature d'un contrat tripartite avec Terrea, Parmentine et Pom'Alliance.



### Deux miels responsables et 100 % français !

Un miel responsable et respectueux de la biodiversité, c'est un miel 100 % français, fabriqué en prenant soin de l'environnement. Lidl propose plusieurs miels responsables : le Miel de fleurs crémeux, de la gamme Maribel, et le Miel de luzerne de la Champagne, de la gamme « Saveurs de nos régions ». La vente de ces deux produits permet de soutenir respectivement « Coup d'Pousse » et « Apiluz », deux projets pour la protection des pollinisateurs et l'apiculture en France.

### Le projet « Apiluz »

Mené par l'association Symbiose, ce projet vise à assurer une ressource alimentaire suffisante pour les pollinisateurs en se servant de la luzerne comme ressource mellifère en Champagne-Ardenne. Lidl soutient financièrement Apiluz en reversant une partie des bénéfices liés à la vente du Miel de luzerne. **1 200 km de bandes de luzerne** financés en 2021.

### Le projet « Coup d'Pousse »

Lancée par le Réseau Biodiversité pour les Abeilles (RBA), cette action vise à maintenir les populations de pollinisateurs (abeilles domestiques et pollinisateurs sauvages) en améliorant l'offre florale des campagnes françaises. Le Miel de fleurs crémeux, disponible dans les 1 586 supermarchés Lidl, au sein de la gamme Maribel, permet de soutenir cette initiative en reversant une partie des recettes générées à l'association.

**750 hectares de surface fleurie** financés, soit **3,6 milliards de fleurs écloses** en 2021.



En 2021, Lidl a proposé une grande sélection de produits de marque propre certifiés (Bio, Fairtrade/Max Havelaar, Fairtrade Cocoa Program, Rainforest Alliance, MSC, ASC, FSC, GOTS, RSPO).

**882**

produits certifiés par des organismes indépendants (gamme permanente et offre ponctuelle incluant les fruits et légumes).

**682**

produits certifiés Agriculture Biologique (gamme permanente et offre ponctuelle incluant les fruits et légumes).

## Conserver les ressources

La conservation des ressources est un enjeu majeur pour Lidl et cela concerne toute la chaîne d'approvisionnement des produits, y compris les activités agricoles.

### Moins de plastique pour une économie circulaire : la stratégie REset Plastic

Le plastique est une cause majeure de la pollution terrestre et marine. Il peut également constituer un risque pour la santé humaine. Consciente des enjeux, Lidl déploie la stratégie « REset Plastic » du groupe Schwarz qui repose sur cinq piliers :

1. REduire l'utilisation de plastique, notamment en ajustant les formats des emballages.
2. REdesigner les emballages plastiques en utilisant du plastique recyclé et/ou des matières recyclables.
3. REcycler grâce à la mise en œuvre d'un système intégré pour collecter, trier et valoriser nos déchets.
4. REtirer en s'engageant à soutenir des actions permettant l'élimination des déchets plastiques dans le monde.
5. REchercher en investissant dans la R&D pour développer de nouvelles solutions innovantes.

Concrètement, Lidl est engagée pour atteindre d'ici 2025 :

- **100 %** d'emballages avec une recyclabilité optimale\*,
- **- 20 %** de plastique utilisé (par rapport à 2017),
- **25 %** de plastique recyclé en moyenne dans les emballages.



### La logistique inverse : un circuit pour optimiser la gestion de nos déchets

Du conditionnement aux supermarchés en passant par ses sièges sociaux : les activités de Lidl génèrent des déchets. Pour l'enseigne, une gestion efficace de cette problématique implique de les réduire et de les revaloriser.

Lidl a mis en place un système de logistique inverse : un circuit de collecte des déchets en supermarchés a été conçu pour les récupérer, les massifier et les stocker sur ses plateformes logistiques. Chaque jour, les camions des transporteurs partent des 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 des points de vente.

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.**

L'enseigne privilégie au maximum le travail en direct avec les recycleurs comme les papetiers ou les plasturgistes.

Les déchets sont revalorisés grâce au tri et au concept de la logistique inverse.

**88 %**  
des déchets valorisés en 2022.

**170 000**  
collectes de déchets (par les prestataires externes ou les collectivités territoriales) en moins en 2021, ce qui permet d'éviter des émissions de gaz à effet de serre.

### Pérenniser les matières premières à l'origine de nos produits

Les matières premières sont le fondement des produits Lidl. C'est pourquoi l'enseigne a mis en place des **chartes d'achats responsables**, et ses actions se concentrent prioritairement sur les matières premières dites critiques. Ces dernières ont un impact significatif sur la société et l'environnement et représentent une part importante de l'assortiment. Lidl s'engage à définir les meilleurs critères pour proposer des produits responsables à plusieurs égards : la provenance des matières premières, les modes de production, la qualité et la sécurité des produits eux-mêmes ainsi que la conception et la sélection des emballages. Lidl accorde une importance particulière aux matières premières ayant de forts impacts sur l'environnement. Des organismes et des ONG s'associent à cette démarche pour identifier les leviers d'action et proposer des produits toujours plus responsables.



### Garantir un soja sans déforestation pour les produits d'élevage

Aujourd'hui, 85 % de la production mondiale de soja est utilisée pour nourrir les animaux d'élevage. Le développement de cette culture, majoritairement produite en Amérique du Sud, a des conséquences pour la planète, notamment en matière de déforestation.

En 2021, Lidl a mis à jour sa charte d'achats pour une « chaîne d'approvisionnement sans déforestation ni conversion d'écosystèmes naturels » et s'engage à atteindre, d'ici 2025, **100 % d'approvisionnements en protéines végétales dans l'alimentation animale dépourvues de lien avec la déforestation et conversion d'écosystèmes.**

À cet effet, Lidl mène une réflexion pour trouver et développer **des alternatives au soja sur le sol français**. L'enseigne mène un travail sur quatre filières (œufs, poulet de chair, porc, vache laitière) pour **réduire de 50 % le soja d'import dans l'alimentation animale**. En parallèle, les importations de soja ne pouvant être totalement évitées, **Lidl souhaite s'assurer que le soja d'import n'est pas responsable de déforestation ni de conversion d'écosystèmes**. Lidl a travaillé conjointement avec l'ONG Earthworm pour définir la méthodologie ZDC (Zéro Déforestation ni Conversion), assurant que, lorsqu'un cargo quitte le Brésil, sa cargaison n'est pas liée à la déforestation ou conversion d'écosystèmes. En 2021, la collaboration entre l'importateur Solteam, la coopérative Agrial et sa branche laitière Eurial, Lidl et Earthworm **a permis d'importer le premier cargo 100 % zéro déforestation ni conversion en France**.

\*Recyclabilité optimale : tendre vers des emballages monomatériaux et limiter les éléments pouvant perturber le recyclage (ex. colorant à base de noir de carbone, PVC, etc.). Objectif sujet aux disponibilités des filières de recyclage sur le territoire national et des innovations technologiques disponibles sur le marché.



### Pour un immobilier commercial durable

Lidl investit depuis plus de dix ans pour accroître les performances environnementales de ses bâtiments et améliorer le confort de ses collaborateurs, clients et riverains de l'enseigne. Convaincue qu'une conception responsable réduit l'impact environnemental d'un bâtiment durant tout son cycle de vie, Lidl se positionne comme un acteur de l'immobilier commercial durable.

L'environnement urbanistique dans lequel va s'implanter un nouveau projet de supermarché ou de plateforme logistique est également pris en compte. Concrètement, Lidl développe des solutions innovantes à chacune des étapes d'un projet de nouveau bâtiment, à travers trois thèmes : **la transition énergétique, l'aménagement paysager/la biodiversité et l'écoconstruction.**

L'engagement de Lidl pour la transition énergétique de son parc se structure en trois axes : la **réduction des consommations** d'énergie sur chacun des postes de consommation (éclairage, climatisation/ chauffage, froid alimentaire et fours), le **développement des énergies renouvelables** et le **soutien à la mobilité durable.**

Lidl a installé progressivement un éclairage LED dans ses supermarchés ainsi que des portes vitrées pour les meubles frais. Un système de Gestion technique des bâtiments est également déployé sur la plupart des supermarchés. Il sert à piloter les consommations d'énergie en temps réel et à identifier les dérives.

En sus de l'amélioration de l'isolation thermique de ses bâtiments, **Lidl récupère la chaleur fatale des installations du froid industriel pour chauffer ses plateformes logistiques** avec, comme objectif, de supprimer graduellement l'usage des chaudières à gaz pour ce segment de bâtiments. Afin de rendre ses bâtiments plus autonomes énergétiquement, Lidl fait le choix d'une énergie intarissable : le solaire photovoltaïque. L'ensemble des sites est ainsi progressivement **équipé de panneaux solaires.**

Lidl a signé en 2020 la charte « Objectif 100 000 bornes », pour contribuer à l'objectif du Gouvernement de 100 000 points de charge ouverts au public afin d'accélérer la transition des ménages vers les véhicules électriques. Cette charte prolonge l'action de Lidl en tant qu'acteur innovant de la mobilité durable : dès 2015, la première borne pour véhicule électrique était installée sur l'un de nos parkings. En 2021, **1 378 points de charge sont disponibles dans plus de 400 supermarchés français.**

En somme, Lidl favorise une mobilité durable en déployant des infrastructures de recharge indispensables à la transition énergétique de ce secteur.

Depuis 2017, tous les sites Lidl sont certifiés ISO 50001. Cette norme internationale atteste de l'amélioration continue de la gestion de l'énergie et vérifie que les politiques visant à réduire la consommation d'énergie sont accompagnées d'objectifs chiffrés et d'un contrôle régulier.

**100 %**

des sites sont certifiés ISO 50001.

**100 %**

de la consommation électrique de Lidl est réintroduite dans le réseau sous forme d'énergie renouvelable.

Des panneaux solaires sont installés sur les toitures et sur les ombrières de parking Lidl.

**274 004 m<sup>2</sup>**

en 2021.



En 2021, Lidl devient la **première enseigne à s'engager pour la mise en œuvre d'une « stratégie globale paysagère et biodiversité »** et de gestion économe de l'espace. Elle définit 10 engagements concrets mis en œuvre systématiquement à tout nouveau projet de supermarché, en s'entourant d'experts tels que des écologues et des paysagistes en collaboration avec CDC Biodiversité (filiale de la Caisse des Dépôts dédiée à l'action en faveur de la biodiversité et à sa gestion pérenne) et l'OPIE (Office pour les insectes et leur environnement). Parmi eux :

- privilégier les espèces animales endémiques (celles présentes uniquement dans une zone géographique limitée) ;
- optimiser l'arrosage, en plantant des espèces peu consommatrices d'eau, et en récupérant les eaux pluviales ;
- former les salariés travaillant au département Immobilier aux enjeux de la préservation de la biodiversité ;
- sensibiliser les clients avec des panneaux pédagogiques.

Avant le déploiement de cette stratégie, différents projets pilotes avaient été menés à Fenouillet, Saint-André de Sangonis ou encore Chilly-Mazarin : murs végétalisés, ruches et abris à insectes, systèmes de récupération des eaux pluviales, etc.

En parallèle, Lidl mène des projets pilotes pour apporter des innovations significatives en matière d'écoconstruction : réemploi des matériaux et des ressources, utilisation des matériaux bas carbone à la place de matériaux plus traditionnels, etc.

Ces projets sont réalisés en collaboration avec des experts de la construction. Enfin, nous intégrons le concept de réversibilité au

moment de la conception d'un bâtiment : ce dernier pourra changer d'usage dans le temps (coworking, logements partagés, gymnases, etc.).

Les efforts déployés visent à diminuer l'impact des constructions, et notamment leur empreinte carbone sur l'ensemble du cycle de vie.

### À Épinal, le premier supermarché 100 % en bois

En 2022, Lidl a ouvert son premier supermarché 100 % en matériaux bio et géo-sourcés. Labellisé Bois de France, ce supermarché vise la labellisation E+C- BBCA (bâtiment bas carbone). L'utilisation d'un matériau biosourcé (le bois) est complétée par un béton bas carbone, pour les fondations et le dallage, issu de la déconstruction d'une friche industrielle dépolluée et désamiantée.





# Bon pour les Hommes

À travers ses activités, Lidl cherche à agir pour le bien des personnes. Dans le respect des droits humains, l'enseigne œuvre à mener des activités saines et équitables pour tous. La santé de chacun, client comme collaborateur, est un impératif à toutes ses actions. Dans un souci de transparence, Lidl prend soin d'installer une relation de confiance avec ses parties prenantes.

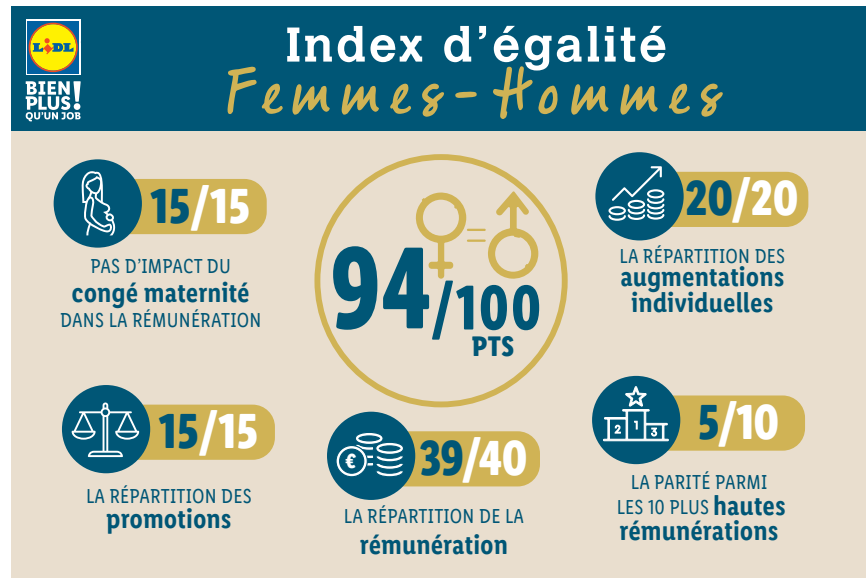
## Agir équitablement

### Une politique de Ressources Humaines structurée autour de 4 piliers :

- 1. Prendre soin :** tous les services de l'entreprise s'engagent ensemble et tous les jours dans le but de prendre soin des salariés (santé, sécurité et qualité de vie au travail, attractivité des salaires, égalité femmes-hommes).
- 2. Donner sa chance :** Lidl est une entreprise qui insère et qui permet à chacun, et peu importe sa culture, ses origines, ses diplômes, de trouver un emploi et de s'inscrire sur un projet à long terme.
- 3. Accompagner vers l'autonomie :** l'enseigne permet, grâce à une formation de qualité, aux collaborateurs d'être autonomes et de prendre des responsabilités dans leurs périmètres d'action (formation et promotion interne).
- 4. La fierté et la reconnaissance :** Lidl est fière d'être une entreprise responsable et reconnue aujourd'hui comme telle (certification du programme Top Employers Institute, Trophée D'Or 2022 dans la catégorie Politique Talents des Victoires des Leaders du Capital Humain, Happy Index Trainees...).

### Un dialogue social en plein essor

Lidl met en œuvre des standards sociaux au sein de son entreprise. Aujourd'hui, six organisations syndicales représentatives sont actives. En juin 2019, le dialogue social de proximité a été renforcé, puisque 27 Comités sociaux et économiques d'établissement (CSEE) ont été mis en place. De chaque CSEE émane une Commission santé, sécurité et conditions de travail (CSSCT). En parallèle, nous maintenons un dialogue social riche au niveau national : avec des représentants du personnel centraux (CSE Central, CSSCT Centrale) et nos partenaires sociaux sur toute la France. **Depuis 2019, Lidl a signé plus de 20 accords d'entreprise, dont 5 en 2021.** Parmi eux : l'accord sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes et la qualité de vie au travail, ou encore l'accord annuel sur les salaires. Environ 450 réunions sont organisées avec les représentants du personnel chaque année.



L'index d'égalité femmes-hommes mis en place par le Gouvernement représente une opportunité de progresser en matière de mixité. Lidl a obtenu en 2021 la note de 94/100 lors du calcul de cet index. Il prend en compte l'impact du congé maternité dans la rémunération, la répartition des promotions, de la rémunération, des augmentations individuelles ainsi que la parité parmi les 10 plus hautes rémunérations de l'entreprise.

### Lidl champion du DuoDay !

Le DuoDay est une occasion de sensibiliser nos collaborateurs à l'inclusion du handicap au travail. Cette initiative consiste à former des duos entre des salariés Lidl et des personnes en situation de handicap pendant une journée. Des embauches peuvent résulter de cette journée. **En 2021, 900 salariés Lidl se sont portés volontaires** contre 400 en 2020, et 392 duos ont été formés. Lidl est l'entreprise privée qui a formé le plus de duos pour la deuxième année consécutive. Depuis 2018, Lidl participe à la **Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées (SEEPH) à travers la mise en place d'ateliers** pour sensibiliser les collaborateurs de l'enseigne à cette thématique.

### L'égalité professionnelle : fondamentale pour la politique sociale de l'entreprise

En mars 2021, Lidl lance Lidl'Her, son programme interne de « leadership au féminin » dédié à **l'accompagnement des femmes vers l'accès à des postes de cadres dirigeants**. L'objectif : lever les freins qui pourraient subsister dans toute évolution de carrière dans l'entreprise. Lidl'Her se traduit notamment par l'action « Boost'Her », en proposant aux femmes un parcours adapté pour évoluer dans l'entreprise et les aider à identifier leurs points forts. **Ce programme sur mesure pour 300 femmes** éligibles dans l'entreprise est en lien avec l'identité de Lidl et en phase avec sa politique RH qui promeut l'équité et la promotion interne.

**DuoDay 2021**



**LIDL'her**  
LEADERSHIP AU FÉMININ

## Respect du bien-être animal

Le bien-être animal figure dans les cinq grandes priorités RSE des parties prenantes de Lidl, et ce depuis 2017. En tant que distributeur, il est de la responsabilité de Lidl de s'assurer que ses fournisseurs adoptent des pratiques respectueuses de la planète, des humains et des animaux. Pour ce faire, l'enseigne définit des plans d'action pour améliorer les conditions d'élevage, de transport et d'abattage des animaux.

## Les 10 engagements de la politique bien-être animal 2022 de Lidl

1. Accompagner en formant les acteurs sur le bien-être animal.
2. Améliorer les conditions d'élevage des animaux reproducteurs.
3. Prendre en compte le bien-être des animaux dès leur plus jeune âge.
4. Favoriser les espèces à croissance modérée ou lente.
5. Limiter au maximum les mutilations routinières.
6. Lutter contre l'antibiorésistance.
7. Améliorer les conditions d'élevage en bâtiment.
8. Promouvoir la liberté de mouvement et un accès à l'extérieur.
9. Limiter le stress et l'inconfort des animaux lors du transport et de l'abattage.
10. Définir un cadre d'évaluation du bien-être animal commun à tous les élevages et contrôler la mise en œuvre des engagements.

## L'appel à projets BEA+ : Lidl s'engage pour accompagner les éleveurs

Lors du Salon International de l'Agriculture 2022, Lidl, le fournisseur Socopa et les groupements d'éleveurs de porcs Eureden, Evel'Up et Porc Armor Évolution ont signé un accord de lancement des appels à projets « Bien-être animal+ » Lidl.

L'objectif est le suivant : accompagner les éleveurs à l'amélioration des conditions d'élevage dans les exploitations.

À la clé ? **Une aide Bien-être animal Lidl d'un montant de 1.4 million d'euros pour 2021 et d'une durée de cinq ans pour une dizaine d'éleveurs.**



75 %

des références d'œufs frais sont issues de poules élevées hors cage en 2021

dont 63 % des références issues de poules élevées en plein air.

## Promouvoir la santé

Lidl est chaque jour plus attentive à la santé de ses collaborateurs et de ses clients. L'enseigne travaille au quotidien pour des solutions adaptées aux environnements de travail : études et amélioration des conditions de travail, responsabilisation des collaborateurs et de leurs managers sur la sécurité et la santé au travail. Lidl veille à la santé de ses clients en faisant de la qualité de ses produits une priorité.

## Un capitaine SQVT par supermarché

Dans chacun de nos supermarchés, un adjoint manager volontaire est nommé « capitaine SQVT » (de la santé, de la sécurité et de la qualité de vie au travail). Ces capitaines ont un rôle de relais entre la réalité du terrain et les responsables santé, sécurité, qualité de vie au travail régionaux, indispensables pour sensibiliser au quotidien. Au-delà de remonter les problématiques rencontrées sur leur supermarché, les capitaines SQVT participent à la mise en place de la culture sécurité au travers de la sensibilisation quotidienne qu'ils sont amenés à réaliser auprès de leurs collègues (gestes et postures adaptés, rappel sur l'utilisation des outils ergonomiques mis à disposition, etc.).

## PEP'S, un programme d'échauffement qui donne la forme !

Lidl a développé le programme PEP'S (Pour une équipe en pleine santé) pour lequel 100 % des nouveaux arrivants sont formés. PEP'S fait partie intégrante d'un ensemble d'actions de prévention mises en place par Lidl dans le but de réduire l'accidentologie.

Ce programme prévoit que toutes les équipes en supermarchés et plateformes logistiques s'échauffent quotidiennement sur leur temps de travail avant de prendre leur poste, afin de prévenir les douleurs musculaires et les risques de blessure.

## Les 7 règles d'or

Ces règles d'or sont issues d'un travail de réflexion collégiale de toutes les plateformes logistiques Lidl.

**7 Règles d'Or**  
SST Log by LIDL

1. PRÉSERVER MA SANTÉ
2. CONDUITE D'ENGINS
3. VIGILANCE PARTAGÉE
4. MES EPI
5. MON ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL
6. CO-ACTIVITÉ
7. CIRCULER EN TOUTE SÉCURITÉ





Un mode de vie sain doit être accessible et abordable à tous. **S'assurer de la qualité et la sécurité des produits est au cœur de notre stratégie.** Afin de garantir un assortiment de qualité, Lidl met en place des cahiers des charges exigeants à l'attention de ses fournisseurs. Les produits sélectionnés sont testés par des experts indépendants pendant plusieurs mois et doivent passer des contrôles avant d'être distribués. Lidl effectue régulièrement des prélèvements d'échantillons en supermarché, afin d'assurer une qualité constante. Des exigences spécifiques sont prises pour les fruits et légumes, qui vont plus loin que la réglementation européenne en matière de limites maximales de résidus.

### Moins de sucre, de sel et de matières grasses

Chaque année, nous nous efforçons de réduire la teneur en sel, en sucre et en graisses de nos produits de marque propre. Le sucre n'est pas remplacé par des édulcorants. Dans la mesure du possible, nous éliminons également les colorants, les arômes et l'huile de palme de nos produits.

**Depuis 2015**, Lidl travaille sur la réduction des teneurs en sel et sucre sur son assortiment à marque propre avec un objectif de **-20 % d'ici 2025**.

### Des certifications exigées pour nos partenaires

Les fournisseurs et les producteurs avec lesquels Lidl travaille sont soigneusement sélectionnés et doivent être certifiés selon la norme IFS (International Featured Standard), ou les normes mondiales du British Retail Consortium. Dès le départ, Lidl collabore étroitement avec ses fournisseurs pour élaborer la composition de nouveaux produits qui répondent à ses standards de qualité. En outre, l'enseigne leur demande de remplir un questionnaire annuel, afin de calculer si elle est sur la bonne voie. Pour pouvoir garantir durablement ses hautes exigences de qualité, Lidl incite ses partenaires commerciaux de chaque étape de sa chaîne logistique à obtenir la certification Global G.A.P. de leur activité. Ses exploitations agricoles partenaires apportent ainsi la preuve de leurs compétences en matière de production agricole sûre et durable.

En 2021 :

**6 570**

analyses sur les produits alimentaires (hors fruits et légumes).

**375**

panels réalisés par des laboratoires indépendants (comparaison à l'aveugle de produits Lidl et comparant auprès d'un panel de consommateurs).

**409**

audits inopinés réalisés chez nos fournisseurs.

### Une politique d'achats responsables guidée par des labels reconnus

Lidl s'engage à définir les meilleurs critères pour proposer des produits responsables, tant sur la provenance des matières premières et les modes de production que sur la conception et la sélection des emballages. Depuis 2017, cette **politique d'achats responsables** est un cadre de référence commun pour nos équipes d'acheteurs et de fournisseurs. Elle s'articule autour de chartes d'achats durables qui s'appuient, entre autres, sur des labels reconnus : Bio, Fairtrade/ Max Havelaar, Rainforest Alliance, FSC, MSC ou ASC. Cette mise en avant de labels reconnus favorise également la sensibilisation de nos consommateurs aux enjeux de production durable.

### Des initiatives en faveur du monde agricole

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 2021, Lidl s'est engagée dans une démarche tripartite qui garantit une **plus juste rémunération à plus de 5 000 éleveurs français**. Cela inclut les filières de bœuf, de porc et de lait. Basés sur la confiance et la transparence, ces contrats permettent aux producteurs d'avoir une visibilité à moyen et long terme et de pouvoir réaliser des investissements sur leur exploitation.

## Dialoguer avec les parties prenantes

### Rémunéra-score, pour une plus juste rémunération des éleveurs bovins



Dans le cadre de la loi EGalim 2 et sur le même principe que le Nutriscore, la Fédération nationale bovine et Lidl ont lancé le Rémunéra-score. Le principe : donner **plus de transparence sur la rémunération des éleveurs de la filière bovine**, en proposant un score allant de A+ à F sur leurs produits. Le Rémunéra-score sera apposé sur les premières gammes bovines à partir d'octobre 2022 et progressivement déployé en 2023.

### 300 000 euros collectés pour le Service de remplacement des agriculteurs

Nous avons mis en place en 2021, dans nos supermarchés, une collecte inédite en faveur des éleveurs et producteurs français. Pour chaque achat d'un produit de la marque propre « Saveurs de nos régions », 5 centimes ont été reversés à l'association Service de Remplacement France. Bilan de l'opération : **300 000 euros collectés au bénéfice du Service de remplacement en agriculture, soit l'équivalent de près de 4 000 journées de congés aux agriculteurs**. Ce dispositif permet à ces derniers de se faire remplacer en cas de besoin (congé, maladie, etc.).

### Les différents labels utilisés par Lidl :

- **Origine France et terroir** : AOP, AOC, IGP, STG, Produits agricoles de France.
- **Qualité et sécurité** : Label Rouge, Institut Hohenstein, Oeko-Tex, Ecovero.
- **Agriculture biologique** : AB, GOTS.
- **Préservation de la biodiversité** : HVE, Vergers écoresponsables.
- **Gestions des ressources et meilleures conditions de travail** : FSC, MSC, ASC, Rainforest Alliance, Fairtrade/Max Havelaar, Cotton Made in Africa.





### Les actions solidaires

En tant qu'enseigne de proximité, Lidl est au plus proche des consommateurs. C'est pourquoi Lidl choisit de développer des actions solidaires, pour sensibiliser ses clients aux enjeux sociaux et environnementaux liés aux actes d'achat. Afin de garantir l'impact de son action, Lidl est notamment partenaire de plusieurs associations telles que les Restos du Cœur et les Banques Alimentaires, entre autres.

Lidl soutient les Collectes nationales des Restos du Cœur et des Banques Alimentaires en encourageant ses clients à collecter des produits qui serviront aux personnes accueillies par les associations en mettant en place un dispositif de 15 % de remise sur une sélection de produits.

Depuis 2016, avec les Restos du Cœur, Lidl mène aussi l'opération « **Zéro Gaspi fruits et légumes** » tout au long de l'année. Le principe : Lidl met en vente au prix symbolique de 1 euro une cagette de 5 kilos de fruits et légumes « abîmés », c'est-à-dire des produits parfaitement consommables pour les clients, mais dont l'aspect et la fraîcheur ne répondent plus aux critères d'exigence de l'enseigne. Pour chaque cagette achetée, 50 centimes sont reversés aux Restos du Cœur (pouvant aller jusqu'à un don de 2 millions d'euros par an).

Depuis 2016 :

**9 M€**  
reversés aux Restos du Cœur.

+ de **18 millions**  
de cagettes à 1€ vendues.

**90 000 tonnes**  
de fruits et légumes sauvés  
du gaspillage.



## Bon pour vous

Lidl s'engage à proposer à ses clients des produits responsables. Conscient de sa responsabilité en tant que distributeur, Lidl prend en compte des enjeux sociaux et environnementaux tels que le climat, la biodiversité, la conservation des ressources, les droits humains et la santé et cherche à minimiser ses impacts à travers une offre durable et accessible.



### Miel de Luzerne de Champagne

Nous soutenons le maintien de fleurs dans les champs pour favoriser la présence d'abeilles avec notre Miel de Luzerne de Champagne. En Champagne-Ardenne, Lidl dédommage à hauteur de 50 % les agriculteurs volontaires qui s'engagent à ne pas faucher des bandes de luzerne dans leurs champs. Cela apporte une ressource alimentaire aux pollinisateurs pendant ce mois « sans fleurs » dans les champs. En 2021, l'engagement de Lidl a permis de laisser plus de 1 200 km de bandes de luzerne.

### Pommes de terre « Terre de progrès »

Disponible en supermarché depuis octobre 2021, la gamme « Terre de progrès » garantit des pommes de terre issues d'une agriculture régénératrice, c'est-à-dire qui préserve la biodiversité et restaure la fertilité des sols. La commercialisation de cette gamme soutient les producteurs engagés dans ces démarches agricoles plus durables. Dans ce cadre, Lidl signe en 2021 des contrats tripartites avec ses fournisseurs engagés (Terrea, Parmentine, Pom'Alliance) et des producteurs.



### Jouet en bois FSC

Lidl s'engage pour lutter contre la déforestation : depuis 2017, l'enseigne propose une gamme de jouets durables. Certifiés FSC®, ils sont conçus à partir d'un bois issu d'exploitations forestières durables. En 2021, Lidl réaffirme son engagement pour la préservation de la biodiversité avec sa nouvelle collection de jouets en bois Montessori FSC®.



[enrouteversdemain@lidl.fr](mailto:enrouteversdemain@lidl.fr)

<https://corporate.lidl.fr/>

 [facebook.com/LIDLfrance](https://www.facebook.com/LIDLfrance)

 [twitter.com/LIDLfrance](https://twitter.com/LIDLfrance)

 [instagram.com/LIDLfrance](https://www.instagram.com/LIDLfrance)

 [linkedin.com/company/LIDL-france](https://www.linkedin.com/company/LIDL-france)

Pour lire le rapport en entier,  
scannez ce QR code :

