



COMUNICAT DE PRESĂ

Lidl continuă demersul de transparență în dezvoltarea durabilă a companiei și publică cel de-al doilea raport de sustenabilitate, pentru anii 2017 și 2018

Lidl lansează cel de-al doilea raport de sustenabilitate, pentru perioada 1 martie 2017 – 28 februarie 2019, care reflectă activitatea companiei și analizează impactul economic, social și de mediu al acesteia. Subiectele care definesc raportul au fost stabilite în urma consultărilor cu stakeholderii Lidl, fiind centralizate în 24 de teme de interes pe plan local și structurate în funcție de cele patru arii de responsabilitate ce reflectă modelul Lidl de responsabilitate: Resurse & Agricultură, Lanțul de aprovizionare & Procesare, Operațiuni & Procese, Clienți & Societate. Raportul a fost elaborat conform celor mai noi standarde de raportare non-financiară, Global Reporting Initiative.

După ce în 2018, Lidl lansa în mod voluntar primul raport de sustenabilitate, pentru anul financiar 2016, retailerul a realizat o nouă analiză de 360 de grade a business-ului său, pentru a evalua și înțelege care este impactul companiei asupra economiei, societății și mediului. Astfel, în cel de-al doilea raport de sustenabilitate, realizat pentru perioada martie 2017 – februarie 2018, Lidl analizează integrat acțiunile sale de responsabilitate socială pe toți pilonii de activitate relevanți și prezintă noi măsuri și soluții concrete de creștere a eficienței business-ului și de diminuare a impactului negativ pe termen mediu și lung.





“Copiii noștri merită un viitor pe care noi suntem obligați să-l facem mai bun pentru ei. De aceea, noi Lidl, ne-am asumat să fim în continuare un actor responsabil care tratează cu seriozitate managementul sustenabilității și impactul pe care îl are asupra mediului, economiei și societății. Pentru a ilustra cum facem acest lucru, am continuat demersul nostru de transparență prin publicarea celui de-al doilea raport de sustenabilitate al Lidl România. Vă invit să îl citiți și sper ca toate informațiile să vă ajute să înțelegeți mai bine cine suntem, cum lucrăm, dar și să descoperiți cum putem colabora astfel încât să acționăm astăzi, împreună, pentru viitor”, a spus Frank Wagner, CEO Lidl România.

Raportul este structurat în 24 de teme, grupate în *patru arii de responsabilitate*, care reflectă strategia de sustenabilitate Lidl: **Resurse & Agricultură, Lanțul de aprovizionare & Procesare, Operațiuni & Procese, Clienți & Societate**. Pornind de la locul în care materiile prime sunt cultivate, prelucrate și transportate, până în punctul în care produsele ajung la clienți, aceste patru domenii de interes și de impact reprezintă **Modelul Lidl de responsabilitate** pe întregul lanț de aprovizionare. De asemenea, raportul a fost elaborat având la bază metodologia GRI Standards, dezvoltată de organizația Global Reporting Initiative.

Principalele rezultate ale celui de-al doilea raport de sustenabilitate Lidl România sunt:

Resurse și Agricultură

- Lidl a eliminat din sortimentul său și din rețetele articolelor achiziționate de la furnizorii români ouăle care provin de la găini crescute în baterii.





Lanțul de aprovizionare și procesare

- **Peste 80% furnizorii de bunuri și servicii au fost România.**
- **568 de copaci au fost salvați, gradul de poluare a fost redus cu 717.064 kg eCO₂, iar cantitatea de deșeuri a fost redusă cu 66.162 kg**, prin parteneriatul cu CHEP de reutilizarea a paleților.
- **Cantitatea de legume și fructe românești achiziționate** a crescut în 2018 cu **19,42%**, comparativ cu anul 2017. În total peste 90.000 de tone de fructe și legume achiziționate de la peste 200 de producători locali, certificați Global Gap.
- 71% din camioanele cu care a fost transportată marfa au fost Euro 5 și Euro 6.
- **Numărul furnizorilor din România** pentru tot sortimentul a crescut în anul 2018 cu 9,69%, de la 320 în 2017, la 351 în 2018.

Operațiuni și procese

- **Peste 50.000 de tone de deșeuri au fost colectate selectiv** în magazinele și depozitele Lidl și trimise către centrele de reciclare.
- Compania a obținut **certificarea ISO 50001** pentru eficiență energetică, cel mai înalt standard internațional de management al energiei.
- **43,67%** din energia utilizată a fost regenerabilă.
- Partener fondator pentru **Banca pentru Alimente București și Banca pentru Alimente Cluj.**
- **Peste 300 de tone de produse alimentare și nealimentare donate.**





Clienți și Societate

- **Peste 32.000.000 lei au fost investiți în proiecte cu impact asupra mediului, educației și sănătății**, implementate de peste 60 de organizații non-guvernamentale.
- **Numărul de produse din gama Cămara Noastră a crescut cu 75%** - de la 98 de produse în 2016, la 175 de produse în 2018.

La baza raportului au stat temele de interes identificate ca fiind relevante pe plan local de către angajații, furnizorii, clienții și partenerii Lidl și structurate în funcție de cele patru arii de responsabilitate. Printre temele considerate cele mai importante de către stakeholderii implicați în demersul de raportare Lidl se numără: *Produse de calitate și siguranța produselor, Conformitate, Risipa alimentară și Dezvoltarea locală.*

Cel de-al doilea raport de sustenabilitate Lidl România poate fi consultat în întregime, [aici](#).

Despre Lidl

Lidl, parte a grupului Schwarz, cu sediul central în Neckarsulm, este una dintre companiile de top de pe piața de retail alimentar din Europa. Lidl este prezent în 30 de țări din întreaga lume și în prezent operează în jur de 10.500 de magazine și mai mult de 150 de centre în 28 de țări la nivel mondial.

Lidl este o companie care acționează sustenabil în toate domeniile de activitate. Aceasta este metoda companiei de a-și îndeplini promisiunea cu privire la calitate și, în același timp, de a asigura un viitor mai bun pentru





societate și mediu. Compania se implică activ în soluționarea nevoilor din comunitățile din care face parte, concentrându-se pe 5 piloni de activitate: sortimentul de produse, mediul, societatea, angajații și partenerii de afaceri.

www.lidl.ro

www.surprize.lidl.ro

[Facebook Lidl Romania](#)

[Instagram @LidlRomania](#)

[Twitter Lidl Romania](#)

