



Rezultatele raportului de sustenabilitate Lidl România pentru anul financiar 2021: retailerul a continuat să crească cantitatea de produse românești la raft, să faciliteze exporturile de produse românești către magazinele Lidl din Europa și să reducă cantitatea de plastic din ambalaje

Lidl România continuă să susțină economia locală prin creșterea cantității de produse românești la raft: astfel, volumul de fructe și legume românești achiziționate de retailer a crescut cu peste 8% față de anul financiar anterior, cantitatea totală depășind 129.098 de tone pe parcursul întregului an. Mai mult, retailerul a crescut și numărul de furnizori și producători români de fructe și legume, cu 43% față de anul anterior, dar și numărul de furnizori de produse din România pentru întreg sortimentul Lidl, cu 5% în plus în anul financiar 2021 față de anul precedent. Totodată, Lidl România continuă să sprijine producătorii locali prin facilitarea exportului de produse autohtone către magazinele Lidl din Europa, în valoare de 65 milioane euro, în 2021. În plus, prin înlocuirea caserolelor pentru peste 70 din produsele din carne proaspătă, de la furnizori români, Lidl a redus cantitatea de plastic folosită cu 200 de tone, iar cea de absorbant cu 49 de tone. Datele au fost extrase din [cel de-al cincilea raport de sustenabilitate](#) lansat de retailer, pentru anul financiar 2021 (1 martie 2021 – 28 februarie 2022) și publicat pe corporate.lidl.ro.

Lidl continuă prezentarea transparentă a măsurilor luate pentru crearea unui viitor mai bun, prin lansarea celui de-al cincilea raport de sustenabilitate, aferent perioadei 1 martie 2021 – 28 februarie 2022. Sub umbrela *Responsabili pentru noi fapte pentru un viitor mai bun*, documentul include





măsură și acțiuni concrete de sustenabilitate ale companiei, cu evoluții și rezultate măsurabile, și impact real în societate, economie sau mediu.

Raportul este structurat pe cele 4 domenii de responsabilitate Lidl: **1. Resurse, 2. Lanțul de aprovizionare, 3. Operațiuni, 4. Clienți**, iar, fiecare măsură, rezultat sau obiectiv de dezvoltare durabilă din raport este o contribuție concretă la crearea unui viitor mai bun și la păstrarea echilibrului între dezvoltarea economică, sprijinul oferit comunităților din care face parte și protejarea mediului. De la investiții în dezvoltarea producătorilor locali, măsuri de reducere a cantității de plastic puse în circulație, de reducere a emisiilor provenite din activitatea de transport, și până la creșterea portofoliului de produse sustenabile sau investiții în dezvoltarea profesională a angajaților, cel de-al cincilea raport de sustenabilitate Lidl România este o radiografie a investițiilor retailerului în dezvoltarea durabilă.

Principalele rezultate înregistrate în cel de-al cincilea raport de sustenabilitate Lidl România, pentru anul financiar 2021 (1 martie 2021 – 28 februarie 2022), sunt:

Resurse

Materii prime sustenabile și acțiuni de susținere a producătorilor în cultivarea sustenabilă a materiilor prime.

- Toate produsele marcă proprie ce conțin cacao au în proporție de 100% cacao certificată de Rainforest Alliance, Fairtrade, Fairtrade Cacao Program și Bio.

Obiective până la sfârșitul anului financiar 2022:

- Atingerea unei rate de certificare de 50% a materiilor prime pentru ceaiurile din plante și fructe, prin certificările Rainforest Alliance, Fairtrade sau Bio.
- Obținerea unei certificări de 100% a materiilor prime pentru ceaiul verde, negru și rooibos, atestate prin certificările Rainforest Alliance, Fairtrade sau Bio, cu condiția ca materia primă să fie disponibilă în locul de origine, la calitatea dorită.





- Utilizarea în producția alimentelor marcă proprie doar a uleiului (de sămburi) de palmier segregat conform certificării RSPO.

Lanțul de aprovizionare

Reducerea emisiilor poluante în activitățile de transport

- Lidl colaborează cu furnizori care au în flota de transport marfă primul camion 100% electric din România. Mai mult, încă din 2020, 100% din camioanele de transport marfă sunt echipate cu motoare Euro 5 și Euro 6.

Reducerea cantității de plastic puse în circulație

- Prin înlocuirea caserolelor pentru peste 70 din produsele din carne proaspătă de la furnizori români, **Lidl a redus cantitatea de plastic folosită cu 200 de tone, iar cea de absorbant cu 49 de tone**, noile ambalaje putând fi colectate cu celelalte deșeuri din plastic și reciclate în proporție maximă.
- Un număr de 3 produse de carne de vită sunt ambalate în carton plat (flatboard), în loc de caserolă plastic, ceea ce reprezintă **o reducere de 36% a cantității de plastic pe acest segment**.
- Obiectivul de a nu mai folosi plastic negru la ambalarea produselor marcă proprie negociate local a fost îndeplinit și a crescut capacitatea acestor ambalaje de a fi reciclate.
- În iulie 2021, Lidl a introdus în sortimentul său de produse marcă proprie și produse neutre din punct de vedere climatic.

Operațiuni

Protecția mediului – Eficientizarea activităților de transport pentru a avea un impact negativ asupra mediului





- Numărul de mașini mild hybrid reprezintă 20% din flota de transport Lidl, în anul 2021. Obiectivul este ca până la finalul anului financiar 2022, 55% din parcul actual să fie compus din mașini cu motoare mild hybrid.

Protecția mediului – Recuperarea deșeurilor

- 768,7 tone de produse alimentare care nu au putut fi donate, au fost direcționate pentru a fi folosite la o stație de biogaz, evitând astfel să devină deșeuri menajere.
- 92 dintre magazinele Lidl erau dotate la finalul anului financiar 2021 cu aparate de colectare selectivă automată.
- **Peste 53.520 tone de deșeuri reciclabile au fost trimise la centrele de reciclare.** Printre materialele care au fost colectate de companie, în cadrul rețelei, au fost folie și plastic, carton și hârtie, fier, lemn, baterii și deșeuri provenite din echipamente electronice și electrice.

Conservarea resurselor – Eficientizarea consumului și utilizarea de energie verde

- 98% din energia electrică provine din surse regenerabile.
- La finalul anului financiar 2021, 44% dintre magazinele Lidl erau monitorizate la distanță pentru consumul de apă.
- Conform certificatului emis de CHEP, prin serviciul de folosire în comun a paleților reutilizabili, Lidl a contribuit la: salvarea de la tăiere a 793 de copaci (peste 23% mai mult față de anul anterior), reducerea gradului de poluare cu 1.051.947 kg eCO₂ (peste 31% mai mult față de anul anterior) și la reducerea cantității de deșeuri cu 85.584 kg (peste 18% mai mult față de anul anterior).

Extinderea sustenabilă a rețelei de magazine

- Toate cele 29 de magazine deschise în ciclul curent de raportare au fost dotate cu stații de încărcare a mașinilor electrice.





- Lidl a montat panouri fotovoltaice pe 5 noi magazine, iar angajamentul său este ca această practică să fie continuată în cazul tuturor magazinelor nou deschise, care permit din punct de vedere tehnic montarea panourilor.

Combaterea risipei alimentare

- Lidl a donat 530 de tone de produse alimentare, 208 de tone de produse nealimentare și 470 de tone de hrană pentru animale către rețeaua Băncilor pentru Alimente din România și către ONG-uri care administrează adăposturi pentru animale.

Clienți

Investiții în societate Pentru un viitor mai bun

- Valoarea investițiilor sociale a fost de **peste 35.000.000 de lei**, în programe de protejare a mediului, educație, dezvoltarea serviciilor de urgență, în dezvoltarea comunităților și parteneriate strategice.

Suținerea producătorilor locali și creșterea prezenței produselor românești la raft

- **65 milioane euro** este valoarea produselor exportate de furnizorii români către magazinele Lidl din Europa, cu 16% mai mult decât anul precedent (56 milioane de euro).
- **43% este creșterea numărului total al producătorilor locali de fructe și legume** care au găsit în Lidl o piață de desfacere pentru ei.
- Numărul furnizorilor de produse din România pentru întregul sortiment a ajuns la 447 în 2021, cu 5% față de anul precedent (424).
- 129.098 tone de legume și fructe produse local au fost disponibile la raft (față de 118.635 tone în anul financiar trecut).
- **67% dintre produsele din Piața Lidl au provenit de la furnizori locali în vârf de sezon (iulie-august 2021).**
- 3.249 de articole românești se află în întreg sortimentul Lidl, de asemenea în creștere cu 5% decât în anul precedent.





Cel de-al cincilea raport de sustenabilitate, aferent perioadei 1 martie 2021 – 28 februarie 2022, a fost elaborat având la bază metodologia GRI Standards, dezvoltată de organizația Global Reporting Initiative, cel mai cunoscut standard de realizarea a rapoartelor de sustenabilitate. Demersurile înscrise în document sunt în linie cu strategia de dezvoltare a business-ului într-un mod sustenabil și contribuie totodată la atingerea celor 17 Obiective de Dezvoltare Durabilă ale Națiunilor Unite.

Raportul de sustenabilitate Lidl poate fi consultat [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 Germania și Europa. Lidl operează în prezent peste 12.000 de magazine și peste 200 de centre logistice și depozite în 31 de țări.

Lidl este un smart discounter care le oferă clienților produse cu cel mai bun raport calitate-preț. În spatele serviciilor și operațiunilor din magazine și centrele logistice stau simplitatea și orientarea către eficiență. Design-ul și structura proceselor standardizate sunt asigurate de către Lidl Stiftung, cu sediul central la Neckarsulm.

În toate domeniile sale de activitate, Lidl este o companie care acționează cu responsabilitate față de oameni, societate și mediu. Pentru Lidl, sustenabilitatea este metoda prin care își îndeplinește, zi de zi, promisiunea cu privire la calitate.

Pentru mai multe informații, vă rugăm să vizitați:

www.lidl.ro

www.corporate.lidl.ro

www.surprise.lidl.ro



Lidl România • Biroul de presă Lidl România

Str. Cpt. Av. Alexandru Șerbănescu, Nr. 58 B • presa@lidl.ro



[Facebook Lidl Romania](#)
[Instagram @LidlRomania](#)
[Youtube LidlRomania](#)
[Twitter Lidl Romania](#)

