



## COMUNICADO DE IMPRENSA

---

Sintra, 23 de janeiro de 2025

### LIDL REFORÇA O SEU COMPROMISSO INTERNACIONAL COM A ALIMENTAÇÃO CONSCIENTE EM PARCERIA COM A WWF

O Lidl continua a promover o seu compromisso com uma alimentação consciente, ao apostar numa gama de produtos cada vez mais alinhada com a Dieta da Saúde Planetária (PHD - *Planetary Health Diet*)<sup>1</sup> até 2050. Desta forma, até 2030 o Lidl Internacional tem como objetivo aumentar a proporção de venda de alimentos à base de plantas, tais como fontes de proteína vegetal, cereais integrais, frutas e legumes, em 20% comparativamente com 2023. O Lidl Internacional é o primeiro retalhista alimentar a promover a transparência em todas as suas categorias de produtos, em todos os 31 países onde tem lojas. Neste sentido, o Lidl está a aplicar a metodologia da WWF. Assim permite que os seus clientes façam escolhas mais conscientes para o ambiente e para a sua saúde.

Para enfrentar os desafios globais da atualidade, tais como as alterações climáticas, a perda de biodiversidade e as doenças relacionadas com a alimentação, é necessário transformar o nosso sistema alimentar.<sup>2</sup> Reconhecendo a urgência destas questões e assumindo a sua responsabilidade, o Lidl está a contribuir para uma transformação global do sistema alimentar, estabelecendo objetivos ambiciosos em toda a sua cadeia de valor. Os clientes mantêm a liberdade de escolha, mas podem tomar decisões de compra mais responsáveis com maior facilidade. Com este objetivo em mente, o Lidl, com o apoio e a experiência da WWF, está a tornar ainda mais ambiciosa a sua estratégia de Alimentação Consciente em todos os 31 países onde está presente.

#### A Alimentação Consciente como motor da saúde e da proteção do ambiente

Cristina Hanganu, Diretora de Corporate Affairs e CSR do Lidl Portugal, explica: "Para alimentar uma

---

<sup>1</sup> A Dieta da Saúde Planetária foi desenvolvida em 2019 por 37 dos principais cientistas do mundo como parte da Comissão EAT-Lancet e fornece o plano para uma transição alimentar global que permitirá a uma população global de 10 mil milhões de pessoas comer de forma saudável dentro dos limites do planeta até 2050.

<sup>2</sup> Relatório Planeta Vivo: <https://www.worldwildlife.org/publications/2024-living-planet-report>

---

#### Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: E: [press@lidl.pt](mailto:press@lidl.pt) | Info: [www.institucional.lidl.pt](http://www.institucional.lidl.pt)

Press Club: Filipe Lopes/Mónica Maio | E: [filipe@pressclub.pt](mailto:filipe@pressclub.pt) / [monica@pressclub.pt](mailto:monica@pressclub.pt)



## COMUNICADO DE IMPRENSA

---

população mundial em crescimento, de forma saudável e dentro dos limites do planeta, é fundamental uma transformação global do sistema alimentar. Há anos que o Lidl está empenhado em contribuir para este objetivo – tendo por base as descobertas científicas da Dieta da Saúde Planetária. Com a WWF como parceira experiente do nosso lado, pretendemos aumentar o nosso impacto no futuro e oferecer aos nossos clientes uma seleção cada vez maior de alternativas mais saudáveis e sustentáveis, com a máxima qualidade ao melhor preço".

Mariella Meyer da WWF Suíça, acrescenta: "Congratulamo-nos com o alinhamento do Lidl com a Dieta da Saúde Planetária e com a utilização da Metodologia de Retalhista de Dietas Planetárias da WWF<sup>3</sup>. Este é um passo crucial na transformação do sistema alimentar, que é o principal fator de perda de vida selvagem e da natureza. Ao concentrar-se em garantir mais opções à base de plantas, o Lidl dá prioridade à saúde humana e planetária. Esperamos que isto inspire outros retalhistas a seguirem o exemplo e a concentrarem-se mais nas alternativas à base de plantas, face à oferta de proteína animal."

### **Objetivos ambiciosos para as fontes de proteínas vegetais e os cereais integrais**

O objetivo internacional de aumentar a proporção de venda de alimentos à base de plantas em 20% até 2030 (ano-base de referência 2023), faz parte da estratégia holística de sustentabilidade e do conceito de alimentação consciente do Lidl. Pretendemos alcançar este objetivo, através de intervenções específicas nas categorias de fontes de proteína, cereais integrais e frutas e legumes. A partir de 2025, o Lidl apresentará, a nível internacional, um relatório anual sobre os seus progressos, disponibilizando os dados publicamente. O retalhista alimentar está a seguir a metodologia da WWF para promover dietas conscientes e saudáveis.

- Fontes de proteínas: Desde 2022, o Lidl Internacional tem vindo a calcular e a analisar a "divisão de proteínas", que mede a proporção de fontes de proteínas de origem vegetal em comparação com as de origem animal na sua gama de produtos. O Lidl Portugal tem como objetivo aumentar a percentagem de fontes de proteína de origem vegetal, em relação às fontes de proteína de origem animal, alcançando em 2030 uma proporção de 20% de proteínas de origem vegetal. Isto inclui leguminosas, frutos secos, sementes e alternativas veganas à carne, aos ovos e ao peixe.

---

<sup>3</sup> WWF Planet-Based Diets Retailer Methodology: <https://planetbaseddiets.panda.org/retailers>  
<https://planetbaseddiets.panda.org/retailers>

---

#### **Lidl Portugal**

Departamento de Comunicação: E: [press@lidl.pt](mailto:press@lidl.pt) | Info: [www.institucional.lidl.pt](http://www.institucional.lidl.pt)

Press Club: Filipe Lopes/Mónica Maio | E: [filipe@pressclub.pt](mailto:filipe@pressclub.pt) / [monica@pressclub.pt](mailto:monica@pressclub.pt)



## COMUNICADO DE IMPRENSA

---

- Cereais integrais: A fibra alimentar é essencial para uma vida longa e saudável.<sup>4</sup> Até 2030, o Lidl Portugal pretende aumentar a proporção de cereais integrais em relação ao total de cereais nos seus produtos para 10% (ano-base de referência 2023). Até 2030, o Lidl Internacional e todos os países Lidl individualmente, oferecerão também pelo menos uma opção de cereais integrais em todas as categorias de produtos relevantes de marca própria.
- Frutas e legumes: As frutas e os legumes frescos são uma componente fundamental da estratégia de Alimentação Consciente do Lidl. O Lidl Portugal continua a oferecer aos clientes uma vasta seleção de produtos frescos todos os dias.

Mais informações sobre o compromisso do Grupo Lidl sobre a Alimentação Consciente disponíveis em: [Políticas de Compras Responsáveis - Lidl Portugal](#).

### Sobre o Lidl:

Há 29 anos em Portugal, o Lidl tem cerca de 9000 colaboradores, distribuídos por mais de 280 lojas, de Norte a Sul do país e, para além da sede, 4 direções regionais e entrepostos: Santo Tirso (Norte), Torres Novas (Oeste), Loures (Centro) e Palmela (Sul).

Segundo o Estudo de Impacto realizado pela consultora independente Forvis Mazars, em 2023, o Lidl Portugal contribuiu com 3.078 milhões de euros a nível de geração de riqueza para o país, representando 1,2% do PIB nacional.

Em 2025, o Lidl Portugal recebeu pela quarta vez consecutiva, a certificação Top Employer, atribuída pelo Top Employers Institute, pelas suas Boas Práticas/Gestão de Recursos Humanos.

O Grupo Lidl pertence ao Grupo Schwarz e é um dos maiores retalhistas de produtos alimentares na Europa. O Grupo Lidl conta com cerca de 12.350 lojas, mais de 220 centros de distribuição e entrepostos em 31 países e com cerca de 375.000 colaboradores, apostando na disponibilização de produtos de máxima qualidade ao melhor preço e pautando-se pela simplicidade e proximidade com os seus clientes.

---

<sup>4</sup> Universidade de Washington: Efeitos para a saúde dos riscos alimentares em 195 países, 1990-2017: uma análise sistemática para o Global Burden of Disease Study, 2017.

### Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: E: [press@lidl.pt](mailto:press@lidl.pt) | Info: [www.institucional.lidl.pt](http://www.institucional.lidl.pt)

Press Club: Filipe Lopes/Mónica Maio | E: [filipe@pressclub.pt](mailto:filipe@pressclub.pt) / [monica@pressclub.pt](mailto:monica@pressclub.pt)



## COMUNICADO DE IMPRENSA

---

---

### Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: E: [press@lidl.pt](mailto:press@lidl.pt) | Info: [www.institucional.lidl.pt](http://www.institucional.lidl.pt)

Press Club: Filipe Lopes/Mónica Maio | E: [filipe@pressclub.pt](mailto:filipe@pressclub.pt) / [monica@pressclub.pt](mailto:monica@pressclub.pt)