

Vale  
mesmo  
a pena  
descobrir

Sustentabilidade Lidl Portugal  
2023-2024



Vale mesmo a pena.



# Índice

- 03 Mensagem do CEO
- 04 Há 30 anos a fazer valer mesmo a pena
- 09 Proteger o clima
- 16 Respeitar a biodiversidade
- 21 Conservar os recursos
- 29 Agir de forma justa
- 42 Promover a saúde

# Mensagem do CEO

No Lidl Portugal, temos uma ambição incansável e um sentido de **pertença** que nos permite olhar para o futuro com o mesmo espírito de adaptação e inovação que sempre nos guiou. Acreditamos que mais do que um negócio, somos uma equipa que todos os dias **desempenha** o seu papel para oferecer aos nossos clientes a melhor relação qualidade-preço e uma experiência de compra de excelência. Ao longo destas últimas três décadas, focámo-nos em construir uma relação de **confiança** com os nossos stakeholders. Procuramos garantir um negócio sustentável e eficiente, que **respeite** o ambiente e as pessoas, mas sempre com a **humildade** de reconhecer que ainda temos muito por descobrir para conseguirmos continuar a responder às exigências ambientais e sociais da sociedade.

## Resultados que valem mesmo a pena:

-  **56% de redução das emissões de GEE** (âmbito 1 e 2) em 2024, relativamente a 2019;
-  **753 certificações em produtos de marca própria** na nossa oferta permanente em 2024;
-  **8 mil toneladas de alimentos doados** através do programa Realimenta em 2023 e 2024;
-  **15,4 milhões de euros doados a instituições** em 2023 e 2024;
-  **49% de redução de açúcar nos produtos de marca própria** negociados por Portugal em 2024, relativamente a 2015.



HÉLDER ROCHA  
CEO

**“Acreditamos que vale mesmo a pena investir num futuro sustentável para sermos a primeira escolha dos nossos clientes, colaboradores e parceiros.”**

# Há 30 anos a fazer valer mesmo a pena

Estamos presentes em Portugal desde 1995 e fazemos parte do Grupo Schwarz, um dos maiores grupos retalhistas no mundo.

A nível internacional, o Lidl conta com cerca de:



**12 600**

lojas



**380 mil**

colaboradores



**+230**

centros de distribuição e centros logísticos



**31 países**

A nível nacional, o Lidl conta com cerca de:



**+ de 280**

lojas



**8 mil**

colaboradores



**5**

centros logísticos

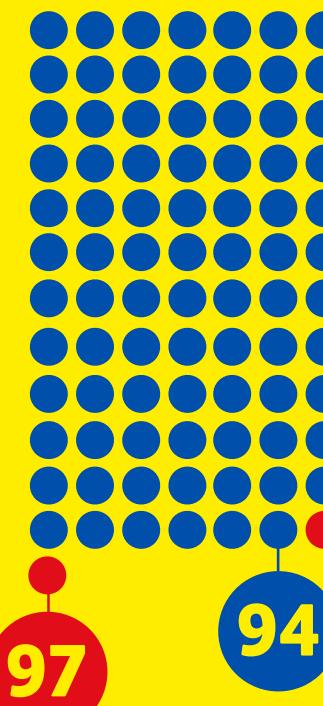
O que representa **um investimento de quase 2 mil milhões de euros no mercado português ao longo destas três décadas.**

## Lojas Lidl Portugal

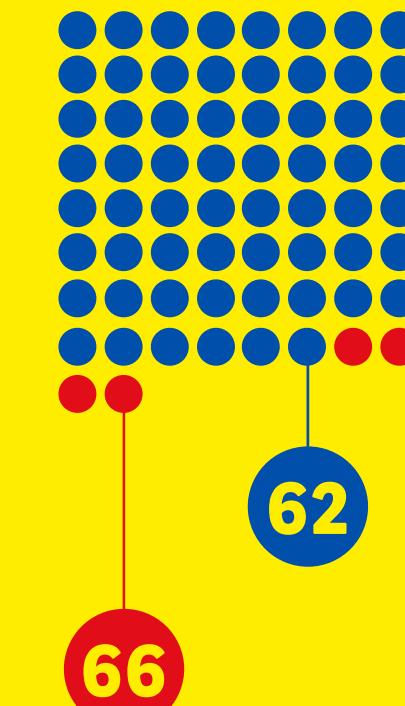
2023 2024

Substituição de lojas	1	8
Abertura de lojas	4	11
Modernização de lojas	2	3

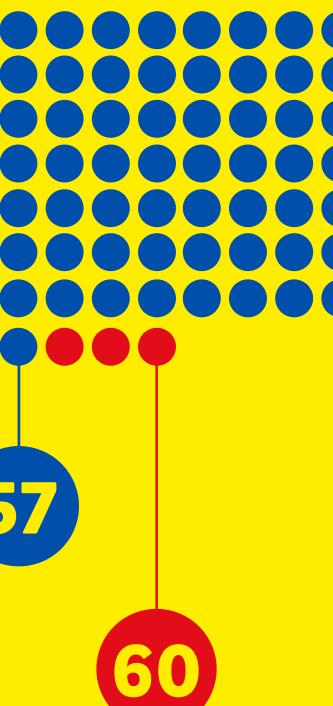
### Lojas Regional Norte



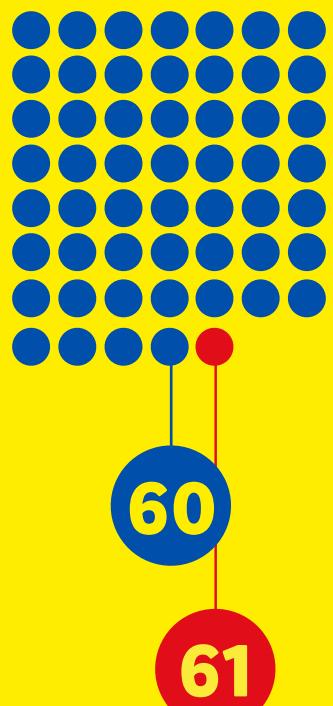
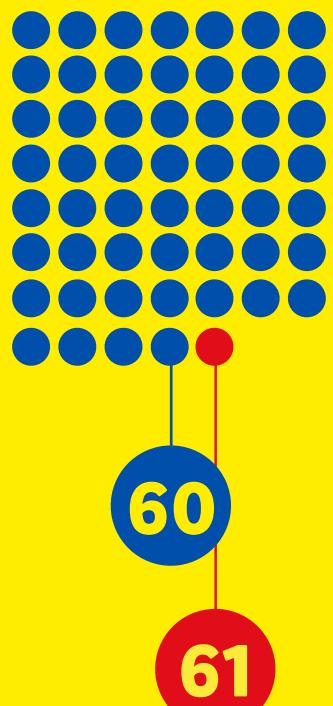
### Lojas Regional Centrais



### Lojas Regional Oeste



### Lojas Regional Sul



**Há 30 anos a inovar**

Desde o início da nossa presença em Portugal, **procurámos apostar numa relação de proximidade com os clientes e em inovar a sua experiência de compra**, com uma oferta diferenciadora, assente na qualidade e frescura aos melhores preços. Trinta anos depois, continuamos a inovar, **com foco na sustentabilidade** como elemento de criação de valor para os nossos stakeholders.

Em 2024, oferecemos mais de 4 600 artigos na nossa oferta permanente, destacando-se não só pela variedade de produtos, mas também pela nossa capacidade de reinvenção e diferenciação refletida em cerca de **3 400 artigos de marca própria**, que representam mais de 75% da nossa oferta.

Continuamos a privilegiar as certificações e a valorizar os produtos nacionais como garantia de qualidade e confiança. Temos um compromisso com os produtores locais, que ultrapassa as fronteiras, **apomando a exportação de mais de 100 fornecedores nacionais** para os países onde estamos presentes.



**Apostamos diariamente na construção de uma relação próxima e de confiança com os nossos clientes, que abraçam a marca Lidl em todas as edições limitadas de artigos com as cores e logo da marca.** Nas nossas semanas temáticas, procuramos transportar os clientes para diferentes culturas e países, sempre associados a campanhas de fidelização disruptivas com uma oferta de produtos únicos e surpreendentes que vale mesmo a pena descobrir.



Todos os anos, as nossas marcas próprias têm sido premiadas pela "Escolha do Consumidor". **Somos atualmente a marca com mais categorias premiadas pelo prémio "Escolha do Consumidor".**

Este reconhecimento, atribuído pelos próprios clientes, é a prova da qualidade superior dos nossos produtos. **Para nós, esta distinção representa um valioso selo de confiança e credibilidade, confirmando que os nossos produtos se destacam e cumprem as suas promessas.** Continuaremos a ter como prioridade ser a escolha preferida dos nossos clientes, garantindo a frescura e a máxima qualidade ao melhor preço. Em 2024, **fomos distinguidos em oito das nossas marcas próprias** – Cien, Milbona, Fumadinho, Da Minha Terra, Solevita, Alesto e Orlando – e premiados, pela primeira vez, na categoria de "Hiper e Supermercados" como **marca número um**, com especial destaque pela "Qualidade dos produtos", "Limpeza e higiene das instalações" e pela "Localização", comprovando a satisfação dos nossos clientes não só pela qualidade da oferta, mas também pela experiência de consumo.

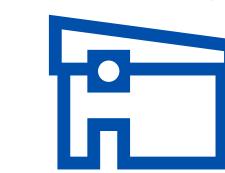


A conquista do prémio "Sabor do Ano" é um reconhecimento crucial para qualquer produto alimentar. Este selo de qualidade, concedido após provas cegas e imparciais por um painel de consumidores, atesta a excelência do produto em aspetos como sabor, textura, odor e aspeto. Numa prateleira cheia de opções, a etiqueta "Sabor do Ano" nos produtos Lidl funciona como um guia e é muito importante para construir uma relação de confiança com o cliente, garantindo uma experiência de sabor superior.

Em 2023, **fomos reconhecidos em 32 artigos das nossas marcas próprias, com os selos "Bio", "Clássico", "Sem Lactose", "Sustentável" e "Vegan" em 29 categorias**, tendo sido a insígnia premiada em mais categorias, demonstrando a diversificação e abrangência da nossa oferta.

Em 2024, fomos novamente premiados no "Sabor do Ano", em 20 produtos das nossas marcas próprias, nas categorias "Clássico" e "Vegano". **Somos a insígnia mais premiada no total de todas as edições, já com mais de 250 produtos premiados.**

# A nossa história começa aqui



## 1995

- Abrimos as primeiras 13 lojas e inaugurámos o primeiro centro logístico em Portugal.

## 1997

- Alargámos a nossa oferta a frutas e legumes.



## 2013

- Fomos reconhecidos como "Marca Superbrand".

## 2005

- Marcámos presença em todos os distritos do país.



## 2016

- Angariámos 1,06 milhões de euros com o Mais para Todos.
- Instalámos os primeiros postos de carregamento para carros elétricos.
- Certificámos 100% de fornecedores de frutas e legumes com GlobalG.A.P.

- Criámos a parceria com a Liga dos Bombeiros Portugueses para apoiar as corporações.
- Lançámos a iniciativa de combate ao desperdício alimentar nas lojas "Realimenta".

## 2017

- Publicámos o primeiro Relatório de Sustentabilidade (2015/2016).
- Abolimos a venda de ovos de galinhas criadas em gaiolas.



## 2018

- Assumimos a meta de reduzir pelo menos 20% do consumo de plástico até 2025.
- Lançámos a 1ª edição do programa de remoção de plástico do ambiente TransformAR.



## 2020

- Passámos a integrar o UN Global Compact (UNGC).
- Assinámos os Women's Empowerment Principles (WEPs).
- Fizemos a 1ª edição do programa Calendário dos Sonhos.
- Garantimos electricidade 100% verde em todos os edifícios Lidl.



## 2023

- Contribuímos para 1,2% do PIB nacional.



## 2024

- Exportámos 31 mil toneladas de Frutas e Legumes nacionais, o maior valor de sempre.
- Iniciámos a parceria internacional com a WWF.
- Comemorámos 10 anos de exportações de produtos nacionais.



## 2021

- Lançámos a iniciativa de combate ao desperdício alimentar "Bom demais para deixar para trás".
- Instalámos postos de carregamento para veículos elétricos em todas as capitais de distrito.



## Futuro que vale mesmo a pena

# Vale mesmo a pena descobrir a nossa estratégia de sustentabilidade

Em todos os países onde estamos presentes, adotamos uma estratégia holística de sustentabilidade, através de cinco eixos de atuação que refletem o nosso compromisso com as pessoas e com o ambiente. Temos como missão oferecer aos nossos clientes a melhor relação qualidade-preço, atuando de forma simples e sustentável.

No âmbito destes cinco eixos, são impulsionados todos os aspetos relevantes das nossas áreas de atuação. Acreditamos que é essencial criar relações fortes com os nossos stakeholders e envolvê-los no nosso dia a dia, para tornar o nosso compromisso com a sustentabilidade mais forte e alcançar os nossos objetivos.

**Consideramos que agir de forma sustentável é essencial para posicionar a nossa empresa para o futuro e a nossa equipa tem um papel fundamental para implementar esta estratégia.**



Estes eixos definem objetivos e metas concretas para orientar a nossa ação:

## Proteger o clima

O nosso compromisso é norteado pela metodologia Science Based Target Initiative. Reduzimos as emissões na nossa operação e apoiamos os nossos fornecedores para assumirem objetivos ambiciosos de proteção climática.

## Conservar os recursos

Assumimos como responsabilidade a utilização racional dos recursos naturais, adquirindo matérias-primas de forma mais responsável, agindo de acordo com princípios de economia circular e combatendo o desperdício alimentar.

## Respeitar a biodiversidade

Procuramos preservar a diversidade das espécies animais, vegetais e os seus habitats, através da forma como obtemos matérias-primas e fornecemos produtos.

## Promover a saúde

Apoiamos os nossos colaboradores e os nossos clientes a viver e a trabalhar de forma mais saudável e sustentável.

## Agir de forma justa

Melhoramos as condições de vida e de trabalho das nossas pessoas e trabalhamos, em conjunto com os nossos stakeholders, para apoiar a comunidade.

Conscientes da importância dos nossos colaboradores para a implementação da nossa estratégia de sustentabilidade, criámos o **Programa YOU**, um programa de capacitação interna com foco no colaborador, enquanto principal agente da mudança e embaixador participativo no tema da sustentabilidade. Através deste programa, damos a conhecer as nossas iniciativas de sustentabilidade, integrando-a ao longo do ciclo de vida do colaborador e incentivando-o a participar ativamente na sua implementação. Esta iniciativa coloca os colaboradores no centro da ação de sustentabilidade do Lidl, contribuindo para a nossa missão, procurando obter o seu feedback para percebermos como podemos evoluir e envolvendo, cada vez mais, os nossos colaboradores nesta temática.



## Como vivemos a sustentabilidade dentro do Lidl

### Como foi para a equipa de loja ajudar uma corporação de Bombeiros?

O sentimento geral da loja foi de grande envolvimento e de realização, pois de alguma maneira estamos a conseguir contribuir com ajuda para aqueles que estavam no terreno, em condições adversas e que o nosso gesto, por pequeno que fosse, ia conseguir dar algum conforto àqueles que estavam, há dias a fio, na serra, a passar horas sem alimentação e sem algo fresco para beber.

### Porque é que vale a pena envolver os colaboradores nestas iniciativas?

Muitos dos bombeiros que estavam no terreno eram familiares de muitos dos nossos colaboradores e é gratificante pertencer a uma empresa que também olha pelos nossos, quando é necessário.

Tânia Silva  
Chefe de Loja (Arganil)





# O investimento na proteção do clima é crucial para garantir o futuro das próximas gerações.

É a chave para salvaguardar a biodiversidade e os ecossistemas, assegurar recursos vitais para a nossa sociedade e proteger a saúde humana. A transição para uma economia verde não só mitiga os riscos climáticos, como também impulsiona a inovação e a prosperidade, construindo um mundo mais seguro e equilibrado para todos. Reconhecendo o valor acrescentado de investir no futuro, vemos a proteção do clima como um pilar do nosso negócio em que vale mesmo a pena investir.

## O nosso compromisso com o clima

Ao fazermos parte do Grupo Schwarz, assumimos a nossa responsabilidade para alcançar os objetivos estabelecidos no Acordo de Paris alinhando a Estratégia Climática com a Iniciativa Science Based Targets (SBTi).

**Estamos empenhados em atingir o objetivo “net-zero” até 2050, a nível internacional.**

Isto significa que ambicionamos reduzir as nossas emissões de gases com efeito de estufa o mais próximo possível de zero e compensar as emissões inevitáveis.

Para isso, estamos a reduzir as nossas emissões operacionais em todos os países, a cumprir rigorosamente os métodos da Iniciativa SBTi e a trabalhar em estreita colaboração com os nossos parceiros e fornecedores. Em 2023, selecionámos os fornecedores responsáveis pela maior quantidade de emissões em Portugal, com quem queremos reunir e discutir a sua redução da pegada com base em metas científicas.

### Pegada de Carbono Lidl Portugal

Âmbito 1

**6 820** tCO<sub>2</sub>e

**-56%**

Face a 2019

Âmbito 2

**0** tCO<sub>2</sub>e

**0**

Mantivemos 0 emissões

Âmbito 3

**3 097 670** tCO<sub>2</sub>e

**+28%**

Face a 2019

Emissões por metro<sup>2</sup> de área de vendas 2024

**9,09** tCO<sub>2</sub>e

**+6,6%**

Face a 2019



“

**Vale a pena investir na mobilidade mais sustentável, porque é um investimento no futuro das próximas gerações.”**

Guilherme Leite  
Gestor de projeto (Mobilidade Elétrica)



## Qualidade e frescura em cada etapa da nossa cadeia de frio

A cadeia de frio é crucial para os supermercados porque preserva a qualidade e segurança de produtos perecíveis. Ao manter temperaturas controladas desde a origem até à venda, impedimos o crescimento de bactérias nocivas, conservando o sabor, a textura e os nutrientes dos alimentos, prolongando a sua validade e minimizando o desperdício. Essencialmente, através da nossa cadeia de frio garantimos que os produtos chegam aos clientes frescos e seguros.

As arcas frigoríficas são um tema com particular relevância para a nossa pegada de carbono de âmbito 1, pelo seu consumo de energia e pela fuga de gases refrigerantes com elevado potencial de aquecimento global (GWP).

Em 2024, alcançámos a meta de ter **40% das nossas lojas equipadas com sistemas de refrigeração**

mais eficientes e com recurso a **refrigerantes naturais**, contribuindo de forma significativa para a redução das emissões de GEE.



A substituição destes equipamentos permite-nos o uso de refrigerantes naturais - como o propano ( $C_3H_8$ ), dióxido de carbono ( $CO_2$ ) ou amônia ( $NH_3$ ), com um potencial de aquecimento e emissão consideravelmente menor do que os tradicionais.



## Rumo a uma energia mais verde

A utilização de energias renováveis tem contribuído substancialmente para a minimização das nossas emissões de gases com efeito estufa, uma vez que, **desde 2019, utilizamos exclusivamente eletricidade verde** com certificado de "Garantia de origem".

Continuamos empenhados em identificar alternativas mais limpas, de forma a avançar no nosso caminho para uma operação cada vez mais eficiente e com menor impacto ambiental.



\* Excluindo quaisquer acordos de compra que o Lidl não possa influenciar, tais como os relativos a propriedades individuais arrendadas com uma cláusula vinculativa de aquisição de eletricidade. Para mais informações, consultar [www.gruenstrom.schwarz](http://www.gruenstrom.schwarz)

## Otimização energética com fotovoltaicos nas nossas lojas

Com o objetivo de melhorar a nossa eficiência, temos vindo a implementar uma política energética que privilegia a integração de sistemas fotovoltaicos nas nossas operações. Em 2024, contamos **com mais de 120 lojas equipadas com painéis solares**.

Neste ano, a produção total de eletricidade proveniente destes sistemas atingiu 15 540 579 kWh, o que corresponde a **8% do nosso consumo elétrico anual**.

### Produção própria de energias renováveis (kWh)

2022	 8 684 489
2023	 14 064 420
2024	 15 540 579



## Eficiência energética no crescimento da operação

A adoção de medidas de promoção de eficiência energética é o elemento-chave para controlar o seu consumo num negócio neste contexto.

Neste sentido, as nossas lojas, centros logísticos e escritórios são certificados pelo sistema de gestão de energia ISO 50001, e todos os nossos colaboradores têm formação neste âmbito, pelo que contamos com o seu apoio na identificação de medidas de redução de consumo adicionais.

Temos vindo a selecionar os equipamentos técnicos dos nossos edifícios com o objetivo de otimizar a eficiência energética. Entre as medidas implementadas, destacam-se a substituição de 900 arcas frigoríficas por modelos mais eficientes e o ajuste da iluminação nas nossas lojas e centros logísticos.

**Estas medidas de eficiência energética representam um investimento total, entre 2018 e 2020, de 3 283 871 euros.**

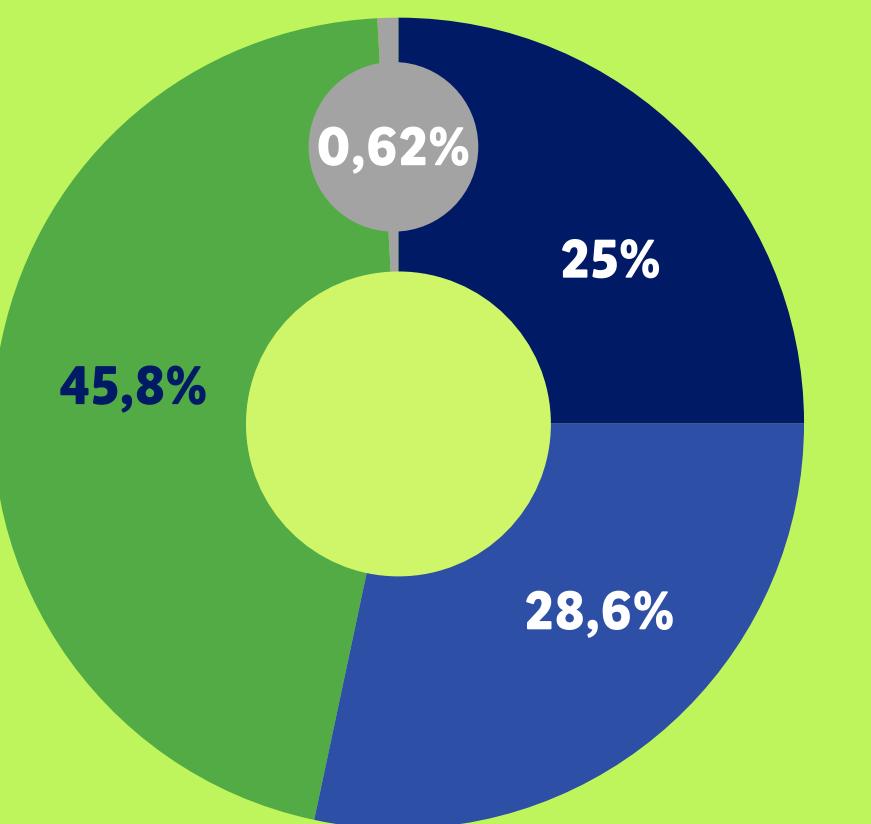
Procuramos ainda mitigar este aumento utilizando um sistema centralizado de gestão técnica de energia para todas as lojas, que nos permite otimizar o consumo de eletricidade por m<sup>2</sup> de área de vendas.

## Uma frota que se move a eletricidade, rumo a zero emissões

A eletrificação da nossa frota constitui a principal iniciativa disponível para mitigar a pegada de carbono associada às nossas operações. Tendo em vista este objetivo ambicionamos alcançar a eletrificação total da nossa frota até ao final do ano fiscal 2025.

Este é um compromisso exigente para o qual trabalhamos anualmente, tendo em 2024 atingido **45,8%** de veículos elétricos.

### Frota própria de veículos Lidl (%)



**As emissões de âmbito 3 representam a principal fatia de emissão de gases com efeito de estufa.**

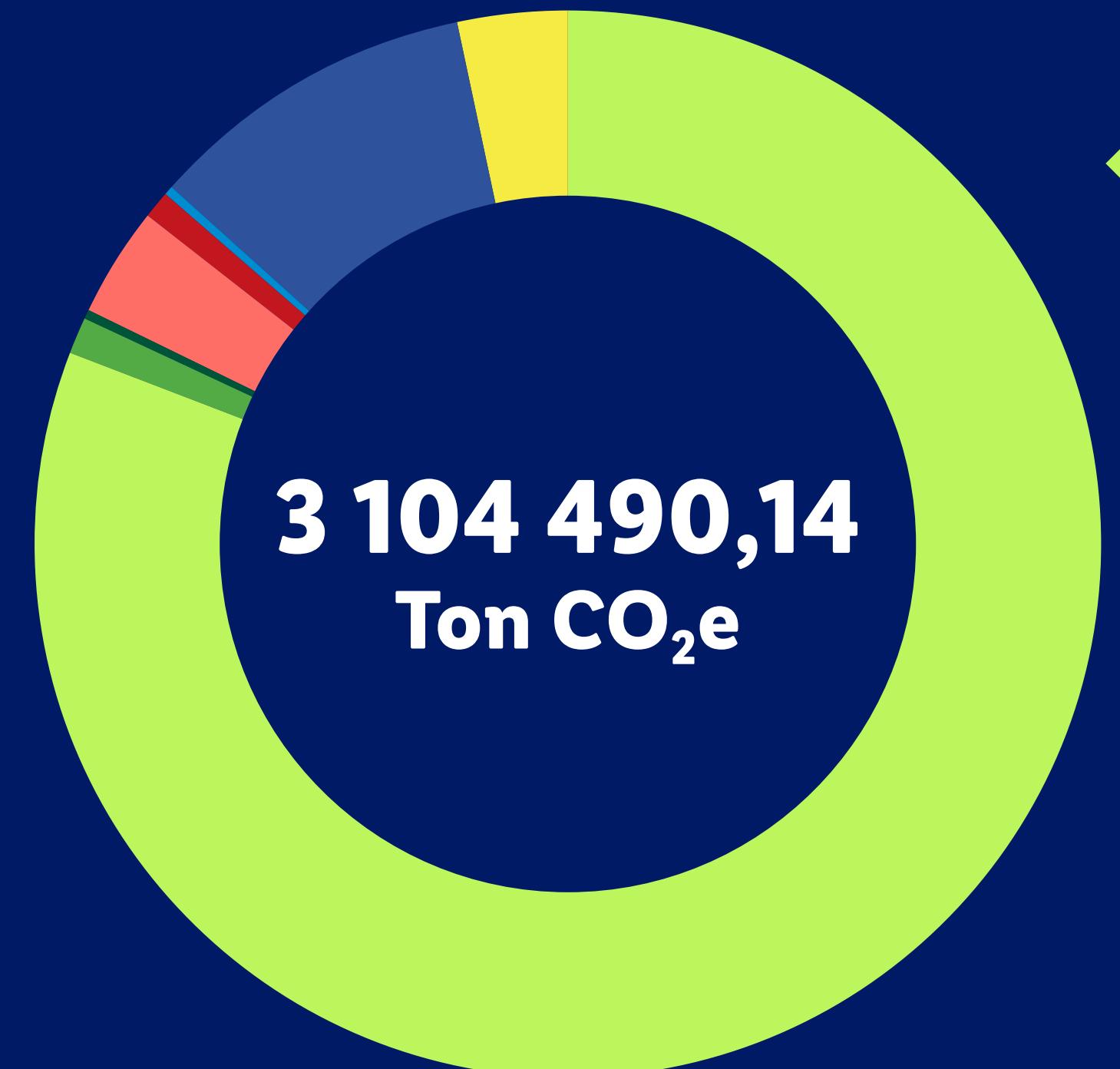
Por isso, temos vindo a identificar oportunidades de melhoria ao longo da cadeia, com especial atenção às categorias mais relevantes para a nossa pegada total — nomeadamente a aquisição de produtos e serviços (Categoria 1) e a utilização de produtos vendidos (Categoria 11).

[\*\*+ Saiba Mais\*\*](#)



Quais foram as fontes de emissão mais significativas em 2024?

**Onde ocorrem as nossas emissões de gases com efeito de estufa?**



**Pegada de Carbono**



## Mais eficiência no transporte com foco na qualidade

**No Lidl, a qualidade não é apenas um requisito, faz parte do ADN da nossa operação.** Começamos na origem, criando parcerias sólidas com fornecedores que partilham a nossa visão. Cada passo da nossa cadeia – desde a seleção meticulosa dos produtos, passando por um sistema de distribuição eficiente, até chegar às nossas mais de 280 lojas de norte a sul do país – é desenhado para garantir que o que leva para casa vale mesmo a pena. Com entregas diárias de frutas e legumes frescos em todas as nossas lojas, asseguramos a máxima frescura no momento da compra. A nossa distribuição é pensada para reduzir ao máximo o tempo entre a colheita e a casa dos nossos clientes, permitindo-lhes desfrutar de produtos com qualidade e frescura inigualáveis por mais tempo.

O impacto do setor do retalho está em grande medida associado às operações logísticas e de transporte, essenciais para disponibilizar a oferta diversificada

que temos para os nossos clientes. Uma maior eficiência na operação logística permite manter este pilar da nossa estratégia de criação de valor reduzindo os seus impactos ambientais.

Ao melhorar a eficiência do nosso transporte, conseguimos não só reduzir a emissão de gases com efeito estufa, como o custo logístico associado – um desafio tão relevante no setor dos transportes. Neste sentido, procuramos otimizar tanto quanto possível a ocupação dos camiões, maximizando a carga transportada por palete, a altura das mesmas e o número de paletes por camião. Foi ainda implementada uma divisória dentro do camião de transporte que permite aplicar até duas temperaturas diferentes, para que os produtos frescos, com necessidades de cadeias de frio diferentes, possam ser transportados em conjunto.



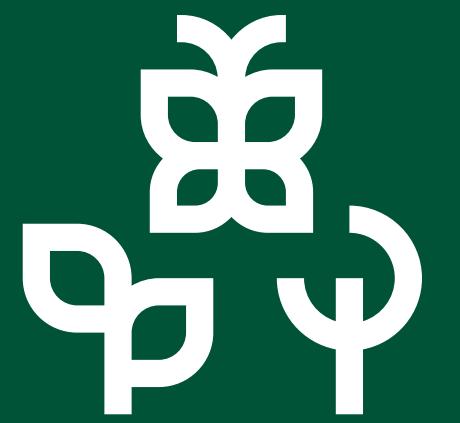
## Lojas que carregam mais do que compras

Sabemos que a sustentabilidade é um tema relevante para os nossos clientes e procuramos também apoiá-los na criação de alternativas de mobilidade sustentável. Para isso, disponibilizamos **postos de carregamento para viaturas elétricas e híbridas** em cerca de 270 lojas, de modo a facilitar a decisão dos nossos clientes de optar por veículos baixos em carbono. A nossa rede de carregadores rápidos, com capilaridade nacional, possibilita a carga de mais de metade da bateria, em apenas 30 minutos, na maioria dos modelos de veículos elétricos, o que permite efetuar um abastecimento durante uma ida regular às compras e o planeamento de viagens sem preocupações.

**Em 2024, aumentámos a oferta de postos de carregamento disponíveis, a uma tarifa OPC (Operador de Ponto de Carregamento), sem qualquer taxa adicional, abaixo do preço de mercado e igual em todo o país, possibilitando a democratização no acesso a uma mobilidade mais sustentável.**

[+ Saiba mais](#)





**Respeitar a  
biodiversidade**



**O respeito pela biodiversidade é muito mais do que um dever; é reconhecer que ela é o próprio tecido da vida que sustenta o nosso planeta.**

Ao proteger cada espécie e ecossistema garantimos a resiliência natural que nos oferece ar puro, água limpa e solos férteis, essenciais à nossa existência. É um investimento crucial que nos providencia alimentos, impulsionando a inovação económica e promovendo a nossa saúde e bem-estar. Vale a pena valorizar a diversidade biológica para salvaguardarmos um futuro equilibrado e próspero para toda a humanidade.

## O nosso compromisso com a biodiversidade

A nossa atividade depende, em grande medida, dos ecossistemas, onde um dos principais fatores responsáveis pela perda de biodiversidade são as atuais práticas agrícolas convencionais. Consideramos, por isso, ter uma responsabilidade indireta sobre os danos ambientais que possam ocorrer na nossa cadeia de valor.

Reconhecendo a importância do tema, trabalhamos para o aumento contínuo da compra de matérias-primas certificadas nos nossos produtos de marca própria, garantindo que os métodos de cultivo e substâncias utilizadas têm um impacto reduzido sobre a biodiversidade, em comparação com práticas de agricultura tradicional.

[+ Saber mais](#)



### GlobalG.A.P

Padrão internacional que assegura as boas práticas agrícolas na produção de alimentos, garantindo a sua segurança, sustentabilidade e qualidade, desde a quinta até à prateleira.



### Rainforest Alliance

Garante que produtos como café, cacau ou chá foram produzidos de forma sustentável, respeitando o ambiente (biodiversidade e florestas) e os direitos dos trabalhadores e comunidades.



### Fairtrade

Assegura que os produtos são produzidos e comercializados sob padrões éticos que garantem melhores condições de trabalho e preços justos para os agricultores e trabalhadores nos países em desenvolvimento.



### MSC/ASC

Garante que o peixe e marisco selvagem provêm de pescas sustentáveis e bem geridas e que os produtos de aquacultura são produzidos de forma responsável, minimizando o impacto ambiental e social.



### Bio

Assegura que os produtos agrícolas foram cultivados e processados sem o uso de pesticidas, herbicidas ou fertilizantes químicos sintéticos, respeitando os ciclos naturais e a biodiversidade.

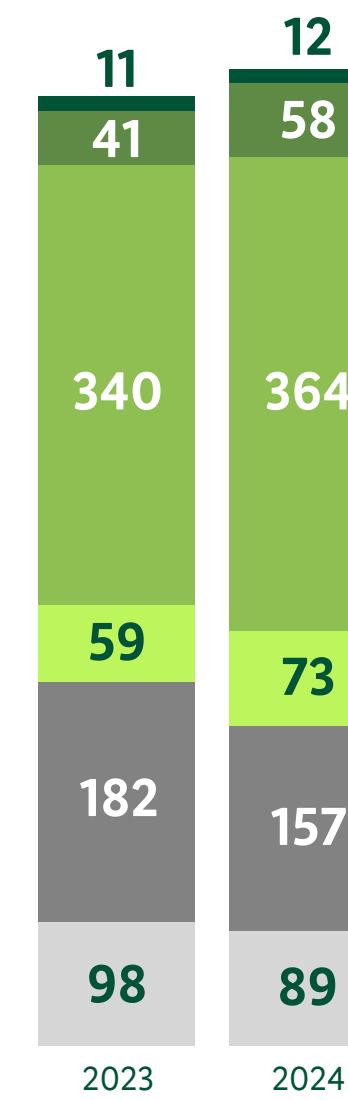


Disponibilizamos um cabaz cada vez mais diversificado de produtos sustentáveis, a preços acessíveis, contando com

## 753 certificações em produtos de marca própria

na nossa oferta permanente. Isto equivale a 22% da nossa oferta de marca própria permanente.

### Certificações nos nossos produtos de marca própria (Nº)



### Os nossos produtos de marca própria com origem responsável



2011

- Começámos a certificar os nossos produtos

2016

-  100% Fornecedores de frutas e legumes
-  100% Bacalhau

2017

-  0% Abolimos a venda de ovos de galinhas criadas em gaiolas

2020

-  100% Madeira e papel

2021

-  79% Cacau
-  100% Chás verde, preto e rooibos
-  100% Óleo de palma ou palmiste

2022

-  100% Café solúvel e de cápsulas (ultrapassando a metade de 80%)

2024

-  100% Ovos
-  100% Cacau
-  100% Óleo de palma ou palmiste
-  100% Chá (Verde, preto e rooibos)
-  100% Café solúvel e de cápsulas

**Desde 2016, todos os nossos produtores nacionais de frutas e legumes detêm a certificação GLOBALG.A.P. e, desde 2019, também os produtores de flores e plantas em Portugal.**

Para além disso, temos como meta alcançar 100% de certificação dos nossos produtores nacionais de frutas e legumes no módulo SPRING (Sustainable Program for Irrigation and Groundwater Use) deste referencial, que assegura a **gestão sustentável da água** nas explorações agrícolas, garantindo que os produtores utilizam este recurso de forma responsável, protegem as fontes hídricas e

minimizam o seu impacto ambiental. Somos também membros da Alliance for Water Stewardship (AWS), cujo objetivo passa por alcançar um uso de água socialmente justo, ecologicamente sustentável e economicamente benéfico.



## Certificações com impacto

### Porque é que vale a pena ser um fornecedor do Lidl certificado GLOBALG.A.P.?

Ser fornecedor do Lidl com certificação GLOBALG.A.P. significa cumprir padrões internacionais de segurança alimentar, rastreabilidade, boas práticas agrícolas e responsabilidade social. Esta certificação garante que os morangos da Hortopaço, CRL são produzidos com respeito pela saúde do consumidor, pelo bem-estar dos trabalhadores e pelo ambiente. Além disso, ser certificado abre portas a mercados mais exigentes e competitivos, reforça a credibilidade junto dos clientes e permite à nossa empresa estar alinhada com os objetivos de sustentabilidade do Lidl, respondendo às expectativas crescentes dos consumidores.

### Qual a vantagem de estar certificado em SPRING?

A certificação SPRING (Sustainable Program for Irrigation and Groundwater Use) comprova o uso eficiente e responsável da água, um recurso cada vez mais escasso e estratégico. Para a Hortopaço, CRL, representa um compromisso com a gestão sustentável da irrigação, assegurando a proteção dos recursos hídricos locais, a conservação da biodiversidade e a resiliência da produção perante as alterações climáticas. Para o Lidl, traduz-se numa garantia de abastecimento sustentável de morangos, em linha com as metas ambientais e climáticas. Já para o consumidor, é a confiança de que cada fruto foi produzido de forma responsável, respeitando a comunidade e o ambiente.

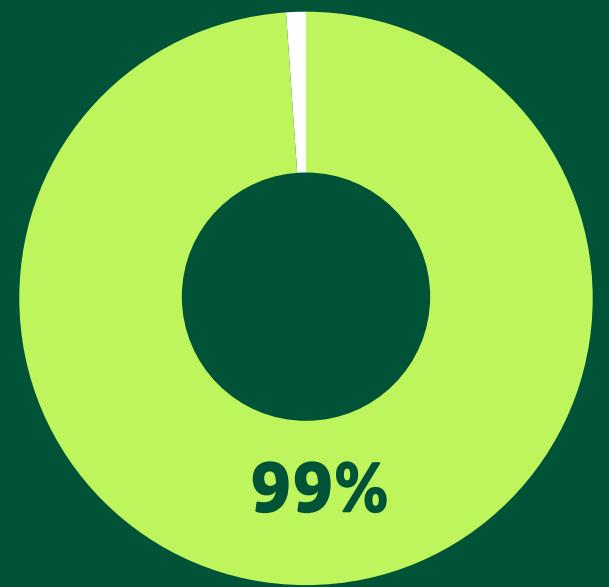


Agostinho Fernandes  
Hortopaço  
Certificação GlobalG.A.P  
(Spring e Grasp)

## Cultivo consciente para um futuro mais sustentável

Em linha com as estratégias europeias “Do prado ao prato” e “Biodiversidade para 2030”, no que toca ao uso de pesticidas, estabelecemos regras mais exigentes do que as impostas pela legislação para garantir a qualidade dos nossos produtos e a segurança dos nossos clientes.

Este compromisso considera a redução dos produtos fitofarmacêuticos para além do atual quadro legislativo e a seleção de fornecedores, certificados de acordo com os reconhecidos referenciais IFS (International Featured Standard) e/ou BRC (British Retail Consortium).



Este é um fator de diferenciação valorizado pelos nossos clientes, que reconhecem a promoção de um modelo de desenvolvimento sustentável como um dos pilares da nossa marca.

Por exemplo, temos como compromissos para as análises de produtos alimentares oferecer produtos hortofrutícolas, tanto quanto possível, livres de resíduos, e permitimos apenas resíduos de ingredientes ativos até um máximo de um terço do teor máximo legal.

Sustentabilidade Lidl



## Brinquedos de madeira que respeitam o planeta

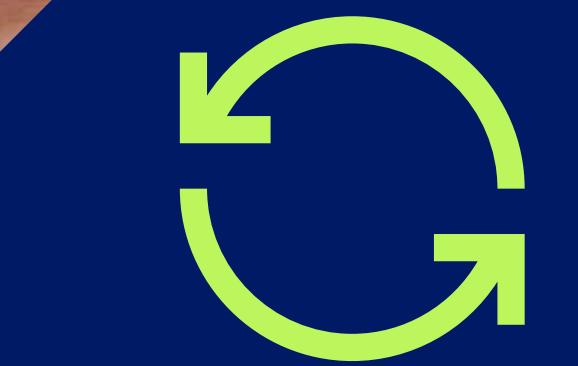
Todos os nossos brinquedos de madeira têm a certificação FSC (Forest Stewardship Council®), que assegura que a **matéria-prima provém de florestas geridas com as melhores práticas ambientais e sociais**.

Quando um brinquedo possui a certificação FSC, significa que foi produzido a partir de madeira extraída de florestas que seguem rigorosos critérios, que visam a proteção da biodiversidade e o respeito dos direitos das comunidades locais e trabalhadores.

No Natal de 2024, em parceria com a FSC, procurámos sensibilizar os nossos clientes para a importância de escolher brinquedos de madeira certificada, através dos nossos reconhecidos folhetos de Natal. Esta é uma forma de garantir que as crianças estão a interagir com produtos livres de desflorestação e degradação florestal, assegurando não só o seu futuro, mas também o de florestas mais resilientes e saudáveis.



**Brinquedos com certificado FSC**



**Conservar  
os recursos**

**O investimento na conservação de recursos e gestão de resíduos é um pilar estratégico que nos permite fazer valer a pena cada recurso.**

Vai além da minimização do desperdício, transformando perdas em oportunidades e impulsionando uma economia circular. Este compromisso gera eficiência económica e fomenta a inovação, enquanto reduz o impacto ambiental, protegendo ecossistemas e a qualidade do ar e da água para as futuras gerações.

## O nosso compromisso com os recursos

**Estabelecemos como missão gerir todos os resíduos produzidos pela nossa operação de forma adequada, privilegiando, sempre que possível, a sua valorização e a identificação de alternativas que promovam a economia circular.**

Apesar dos nossos esforços contínuos na otimização de processos, a produção de resíduos não pode ainda ser totalmente eliminada, sendo estes encaminhados para diversos canais de tratamento.



### Total de resíduos produzidos (toneladas)



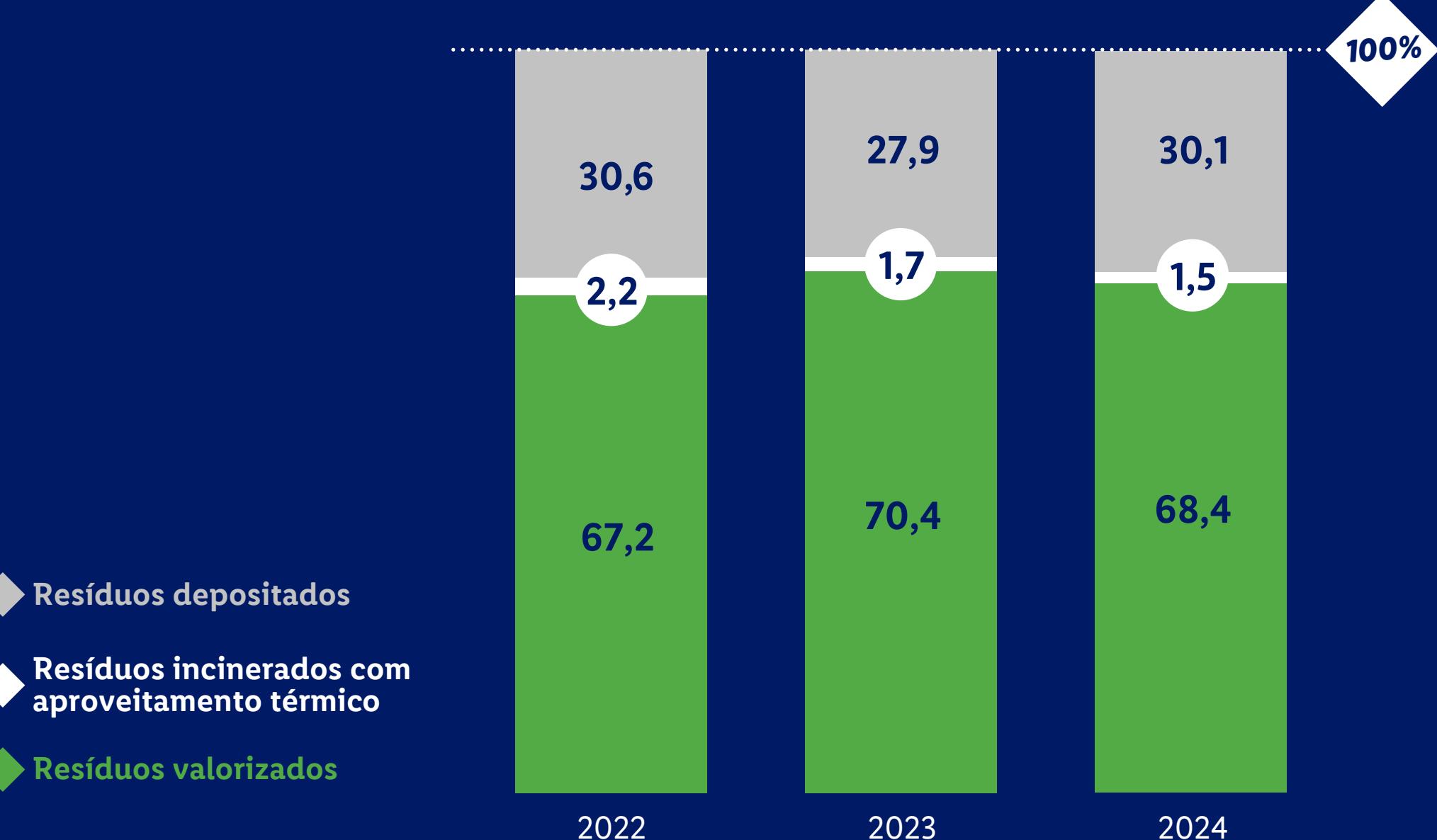


Conservar os recursos

Do total de resíduos produzidos, a maioria é valorizada — através de reciclagem, reutilização e compostagem — e essa proporção tem-se mantido **próxima dos 70% nos últimos 3 anos**.

Estes resultados refletem o esforço coletivo que tem sido feito para promover a circularidade dos resíduos gerados.

### Tipo de valorização (%)



### Resíduos perigosos (%)

Verificámos ainda que a **percentagem de resíduos perigosos tem vindo a diminuir** e que mais de 99,9% destes é reencaminhado para processos de reciclagem.

**0,78%**  
2022

**0,49%**  
2023

**0,30%**  
2024

### Gestão de resíduos

#### Tipos de resíduos



Orgânicos

Plásticos

Madeira

Têxteis

Vidro

Cartão

#### Tipos de fins



## Artigos não alimentares e equipamentos de loja com um futuro circular

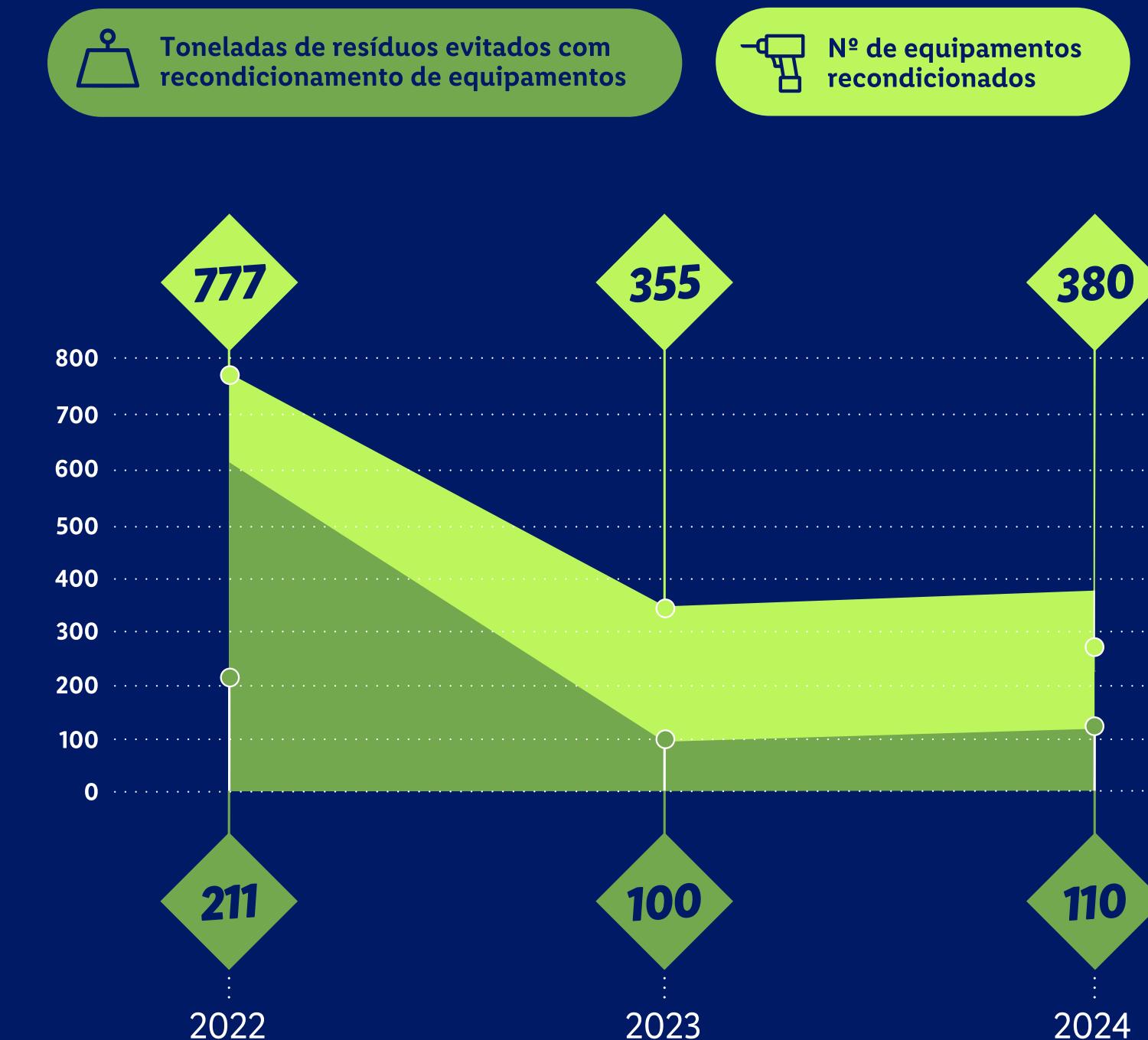
À oferta diferenciadora de artigos não alimentares disponibilizados aos nossos clientes está associada uma das iniciativas de reutilização mais ambiciosas que temos em vigor.

O nosso centro logístico de Sintra, passou a centralizar as operações do antigo armazém de Porto Alto e engloba agora um novo espaço que se chama Centro de Suporte Operacional (CSO). Com o apoio de 94 operadores e 11 elementos de gestão, e capacidade para 21 mil paletes, o CSO integra, entre outras, a área de recuperação de Non Food, onde artigos não alimentares que não estão em condições são recondicionados para posterior venda na nossa loja Outlet de Seixal Paivas. Por outro lado, também integra a área de Equipamentos, que gera o stock de equipamentos de loja usados, como arcas e móveis de frio, promovendo a sua reutilização.

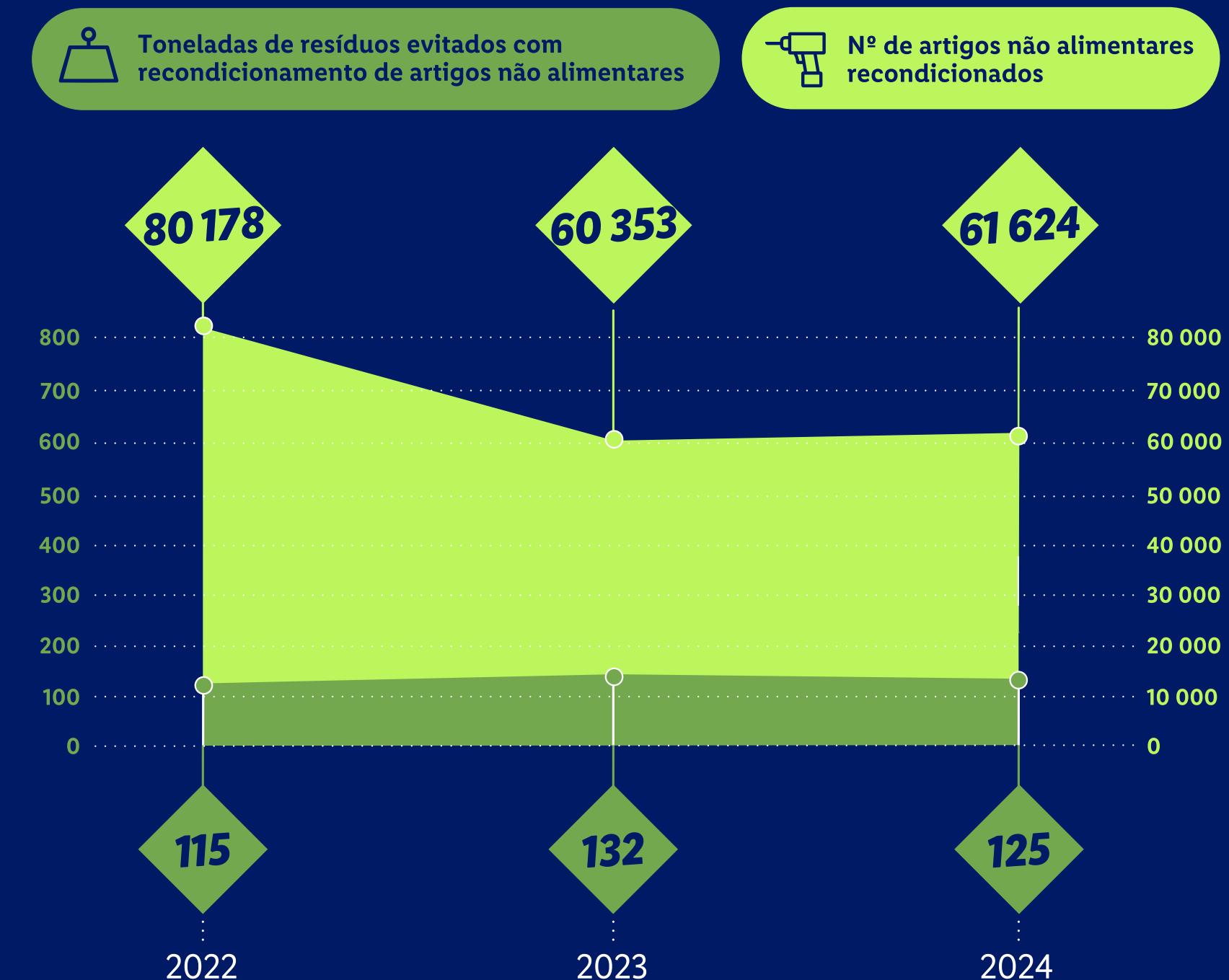
A renovação de artigos não alimentares e equipamentos, já permitiu, nos últimos 3 anos, **recondicionar mais de 200 mil artigos e equipamentos, evitando 793 toneladas de resíduos e uma**

**poupança de mais de 8 milhões de euros, contribuindo para uma maior sustentabilidade ambiental e económica.**

### Equipamentos recondicionados



### Artigos não alimentares recondicionados



Conservar os recursos



## Combater o desperdício alimentar pelas pessoas e pelo planeta

No Lidl, integramos também o conceito de economia circular ao nível dos produtos alimentares. Evitar o desperdício alimentar é crucial por razões éticas e económicas, mas também é um imperativo ambiental para combater as alterações climáticas. Quando a comida é desperdiçada, todas as emissões de gases com efeito estufa (GEE) geradas na sua produção, transporte e armazenamento tornam-se redundantes. Segundo a Organização das Nações Unidas (ONU), estima-se que o desperdício alimentar seja responsável por 8% a 10% das emissões globais de GEE, o que significa que **reduzir o que desperdiçamos é uma das formas mais eficazes de mitigar o impacto climático**.

## Realimenta: Mais de 280 lojas a combater o desperdício e a fome

O Realimenta está em todas as nossas operações, desde os centros logísticos até às lojas. Nas nossas mais de 280 lojas, o selo “Realimenta” visivelmente afixado garante que os produtos alimentares que, embora perfeitos para consumo, não obedecem a todas as condições de comercialização, são separados e doados a instituições de solidariedade social. Assim, fazemos chegar a centenas de instituições, alimentos que de outra forma seriam desperdiçados. Desta forma, unimos o combate ao desperdício alimentar ao apoio direto às comunidades mais vulneráveis — garantindo que tem um novo propósito: alimentar quem mais precisa.

**Desde 2016, só através do programa Realimenta, já doámos o equivalente a 36 milhões de euros em produtos alimentares.**

Em **2024**, alcançámos o maior volume de alimentos doados: superando **as 4 mil toneladas e representando um crescimento de 8% face a 2023**.

No total, este programa representou um **contributo superior a 15 milhões de euros nos dois últimos anos**.

Este valor aumentou significativamente nos últimos anos devido à melhoria do processo de combate ao desperdício na operação.



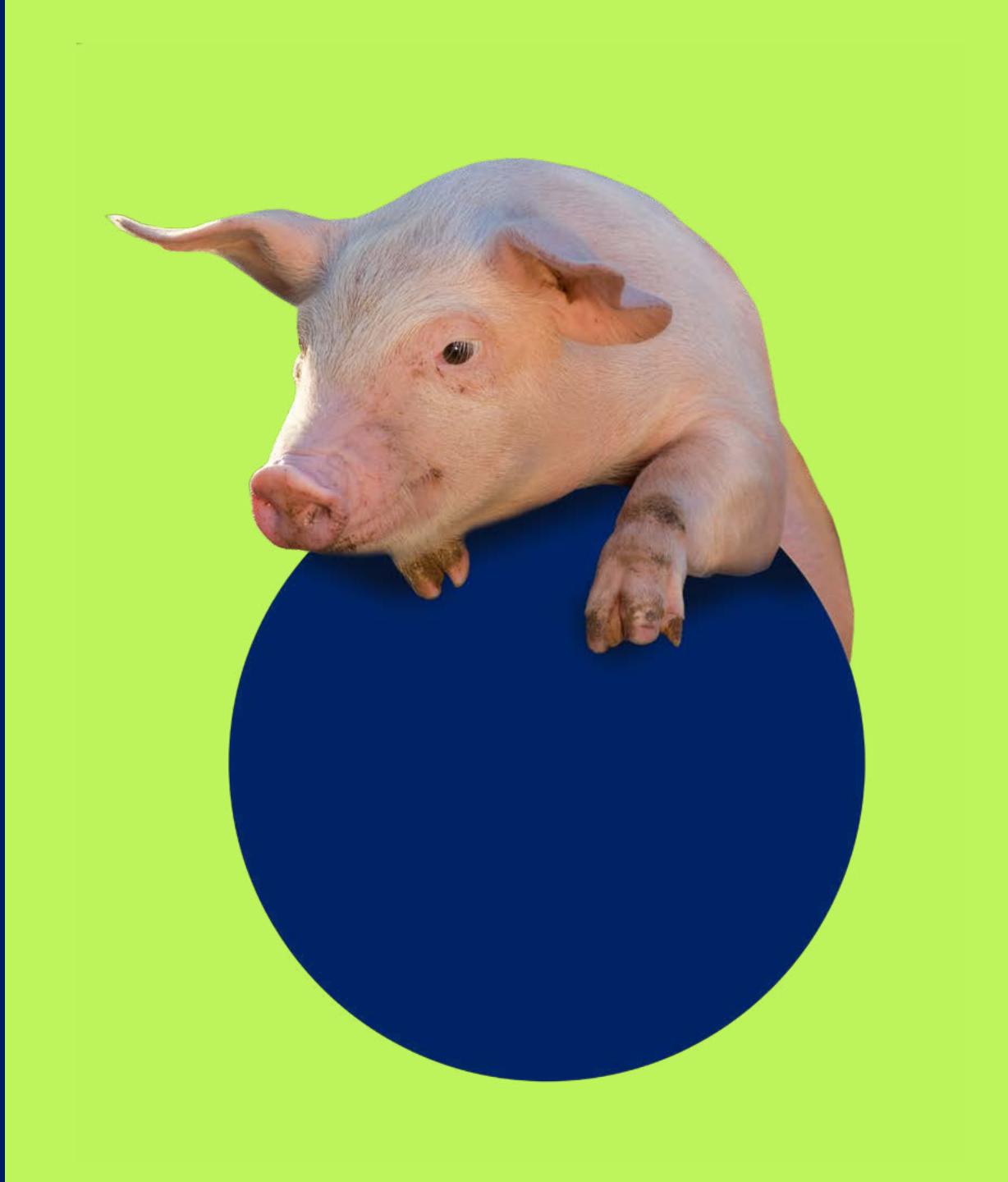
## A nossa cadeia de valor circular que transforma produto em ração

Quando já não é possível vender ou doar alimentos, convertemos excessos como pão, carne e peixe em **ração para animais**.

Conscientes de que a promoção de um modelo de economia circular depende de uma gestão eficiente de recursos, desde há vários anos que procuramos investir nesta transformação.

Esta iniciativa permitiu alcançar, em 2023 e 2024, a incorporação de excessos de pão e subprodutos em mais de **7 mil toneladas** de ração.

Excessos de **frutas e legumes que não podem ser doados** são por sua vez transformados em composto, que será reutilizado na agricultura ou jardinagem como fertilizante.



## Bom demais para deixar para trás: valorizar cada produto até ao fim

Reconhecendo que o desperdício alimentar e a desigualdade de acesso e consumo de bens alimentares constituem um problema à escala global, promovemos o papel da sensibilização para uma mudança de comportamento e consumo mais consciente.

Com uma abordagem inclusiva, o “**Bom demais para deixar para trás**” enquadra-se na nossa estratégia para a redução do desperdício alimentar, e abrange produtos de primeira necessidade como pão, carne, peixe e frescos. Nos últimos dois anos, conseguimos com esta iniciativa evitar o desperdício **de mais de 7,5 milhões de produtos em fim de validade**, representando um aumento de 15% face ao conjunto de vendas dos anos 2021 e 2022.

Desperdício  
alimentar evitado  
nos últimos  
dois anos

**7,5**  
milhões de  
produtos

## Receitas sustentáveis para escolhas conscientes

Para sensibilizar os nossos clientes para a redução do desperdício alimentar, e tendo em conta que parte significativa deste desperdício ocorre dentro de casa, lançámos em 2024 a websérie “**Mãos à Sobra**”, disponível no [YouTube](#), que pretende dar dicas de receitas e novas ideias para reaproveitar e cozinhar sem desperdiçar.

Ao longo de 10 episódios, partilhámos ideias de receitas e dicas de sustentabilidade, com o intuito de incentivar os nossos clientes a adotarem estilos de vida mais sustentáveis.

**MÃOS  
À SOBRA**

10  
episódios  
de receitas  
sustentáveis



## Estamos empenhados em promover a economia circular

Enquanto retalhista, temos um papel relevante na promoção de uma gestão consciente do plástico em todas as fases do nosso negócio. Dos produtos às embalagens, das lojas à logística, estamos a implementar soluções que reduzem, reutilizam e reciclam com o objetivo de mitigar o nosso impacto no planeta, sem comprometer a qualidade que os nossos clientes esperam.



## REset Resources: A economia circular que valoriza cada resíduo

Cada vez mais recursos são produzidos, e apenas uma quantidade reduzida é reciclada. Por esse motivo, estamos cientes da nossa responsabilidade e como tal, até ao final de 2025, comprometemo-nos a:

- Reduzir em 30% o nosso consumo de plástico, face a 2017;
- Tornar, tanto quanto possível, as embalagens de marca própria 100% recicláveis;
- Utilizar uma média de 25% de material reciclado nas nossas embalagens de plástico de marca própria.

A conservação de recursos e a adoção da economia circular são a visão da nossa estratégia REset Resources, que inclui a recolha e reutilização de praticamente todos os materiais. Como impulsionadores de inovação com visão de futuro, as empresas do Grupo Schwarz, ao qual o Lidl pertence, comprometeram-se a utilizar o seu ecossistema globalmente único para moldar a viabilidade futura da economia circular em todas as divisões e em todos os países onde operam.

Com a REset Resources, as empresas do Grupo Schwarz estão a alargar a sua estratégia REset Plastic, elaborada em colaboração, para uma estratégia holística de economia circular, expandindo os objetivos para incluir não só as embalagens primárias de plástico, mas também todos os outros tipos de embalagens e materiais.

### Áreas de atuação da estratégia de economia circular internacional



## TransforMAR: a mergulhar na proteção dos nossos ecossistemas

O TransforMAR é o nosso programa ambiental que surgiu de uma parceria pioneira com a associação de gestão de resíduos Electrão, em parceria com a Marinha Portuguesa e a ONG Brigada do Mar.

Resíduos  
retirados do  
mar e praias  
portuguesas,  
aos quais foi  
dada uma nova  
vida

+253  
toneladas

Resíduos  
plásticos e  
de metal

Em  
7 anos



Na 6<sup>a</sup> edição, em 2023, impactámos diretamente 26 praias, e recolhemos um total de 47,2 toneladas de resíduos. Para além disso, tivemos como novidade a recolha de 1 tonelada de redes de pesca, transformadas em 2 000 sacos de fibras recicladas, cujo valor de venda reverteu para apoiar a atividade do Aquário Vasco da Gama e da Marinha, na preservação do habitat marinho em Portugal.

Em 2024, na 7<sup>a</sup> edição, marcámos novamente presença em 28 praias e conseguimos recolher 26 toneladas de plásticos e outros resíduos. Com o TransforMAR, sensibilizámos também para a problemática mundial dos resíduos plásticos, através da dinamização de atividades de sensibilização para toda a família, bem como colónias de férias, durante a época balnear. Nesta edição, lançámos um prémio, com o valor total de 30 mil euros, que foi atribuído a três projetos inovadores:



Está nas nossas mãos



TransforMAR

“

**O TransforMAR tem sido uma força extraordinária para que a Brigada do Mar descontamine cada vez mais área da orla costeira. Muito obrigado.”**

Simão Acciaioli  
Brigada do Mar



**Agir com justiça em cada passo e ser um pilar de apoio para as comunidades locais não são meros gestos; são a base de uma empresa verdadeiramente impactante.**

Esta responsabilidade social não só atrai e cultiva os melhores talentos, elevando a pertença e o desempenho, como também constrói uma relação de confiança com cada cliente e parceiro. Ao investir nas comunidades que nos acolhem, não só reforçamos laços e criamos um ambiente de prosperidade mútua, mas também asseguramos um futuro mais sustentável e resiliente para todos. É assim que uma empresa se eleva para fazer valer a pena cada esforço, transformando-se em mais do que um negócio e tornando-se num catalisador de mudança positiva.

## O nosso compromisso com uma sociedade justa

Com a satisfação e bem-estar das nossas pessoas em mente, **procuramos investir continuamente em iniciativas que motivam as equipas, promovem o desenvolvimento e reconhecem o seu esforço.**

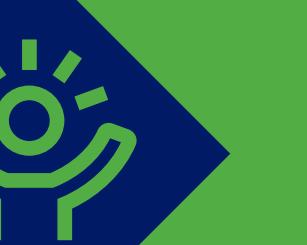
A nossa equipa é determinante para o sucesso e crescimento da nossa operação, é a imagem que transmitimos ao nosso cliente.

Somos um empregador relevante, pelo número de postos de trabalho que geramos, mas também pelo impacto positivo que criamos para a economia e para as famílias em Portugal.



Agir de forma justa

7937  
colaboradores  
no final do ano  
fiscal 2024



Calendário dos Sonhos

“

**O José é uma pessoa que coloca o bem-estar dos outros acima do seu.** É um colega bastante dedicado ao trabalho, com um espírito de companheirismo enorme e uma empatia acima do normal. É também um pai muito dedicado à filha, que tem alguns problemas de saúde e precisa de uma cadeira de rodas elétrica. Este sonho vai acima de tudo permitir uma maior autonomia não só à filha do José, mas também a ele próprio, permitindo-lhes viver muito mais experiências em família.”

**Filipe Antunes**

Gestor de Loja (Lisboa) que pediu o sonho

“Em primeiro lugar fiquei super surpreendido com este gesto. É uma imensa alegria. Este sonho é realmente um SONHO que vai trazer uma melhoria na qualidade de vida da minha filha inqualificável. Fico sem palavras pela atitude dos meus colegas André Frias e Filipe Antunes. Sinceramente muito obrigado.”

**José Ribeiro**

Chefe de Secção de Loja (Lisboa) que recebeu o sonho

## Somos “TOP EMPLOYER” em 2023 e 2024

Fomos reconhecidos novamente pelo Top Employers Institute pelas melhores práticas de gestão de recursos humanos, em diversas áreas de Recursos Humanos (RH) como Estratégia e Liderança, Estrutura Organizacional, Atração, Desenvolvimento, Envolvimento e União.

Esta certificação vem comprovar o **compromisso com a nossa equipa e a constante aposta que fazemos no desenvolvimento de talento**, com foco no bem-estar e em proporcionar as melhores condições de trabalho aos nossos colaboradores.



## A nossa maior força: a #teamlidl

Promovemos a empregabilidade estável apostando nos contratos sem termo, com condições acima do Contrato Coletivo de Trabalho. Contamos também com uma oferta de **benefícios em prol do desenvolvimento e bem-estar para todos os nossos colaboradores**, onde se inclui:

-  Seguro de Saúde: 100% comparticipado com valor de mercado anual avaliado em 786 euros;
-  Lidl Parcerias: Plataforma com mais de 200 parcerias estabelecidas com acesso a vantagens exclusivas em produtos e serviços de áreas como Educação, Saúde, Bem-Estar, Lazer, Casa e Tecnologia;
-  Kit bebé para novos pais;
-  3 dias extra de férias (25 dias por ano no total), caso o colaborador não tenha nenhuma falta injustificada ao longo do ano civil anterior;
-  Opção de Licença Sabática;
-  Fruta Fresca (por dia disponibilizamos cerca de 785 kg de fruta fresca e da época aos nossos colaboradores);
-  Dia de Aniversário livre e remunerado (ou outra data especial à escolha do colaborador).

Porque a principal chave do nosso sucesso são as nossas pessoas, estamos comprometidos em oferecer a toda a #teamlidl um pacote de compensação e benefícios atrativo, com progressão por escalões salariais. Procuramos ainda garantir **aumentos salariais anuais e a revisão dos benefícios oferecidos** de acordo com a política salarial. Assim sendo, em 2023, **o subsídio de refeição subiu para 9,60 euros por dia de trabalho** (para uma carga horária diária superior a 4 horas). Em 2023, houve ainda um aumento salarial de até 10% para os nossos colaboradores de Loja e Centro Logístico. Em 2024, com um investimento previsto de 8,3 milhões de euros para o ano de 2025, anunciamos os aumentos salariais que abrangem a totalidade dos colaboradores a nível nacional, reforçando o nosso empenho em oferecer uma proposta de valor atrativa aos nossos atuais e futuros colaboradores.

Seguimos uma **cultura de transparência salarial** com toda a equipa, comunicando através das chefias, os nossos escalões internos, para que os nossos colaboradores possam prever como será a evolução das condições salariais à medida que avancem na escada de desenvolvimento.

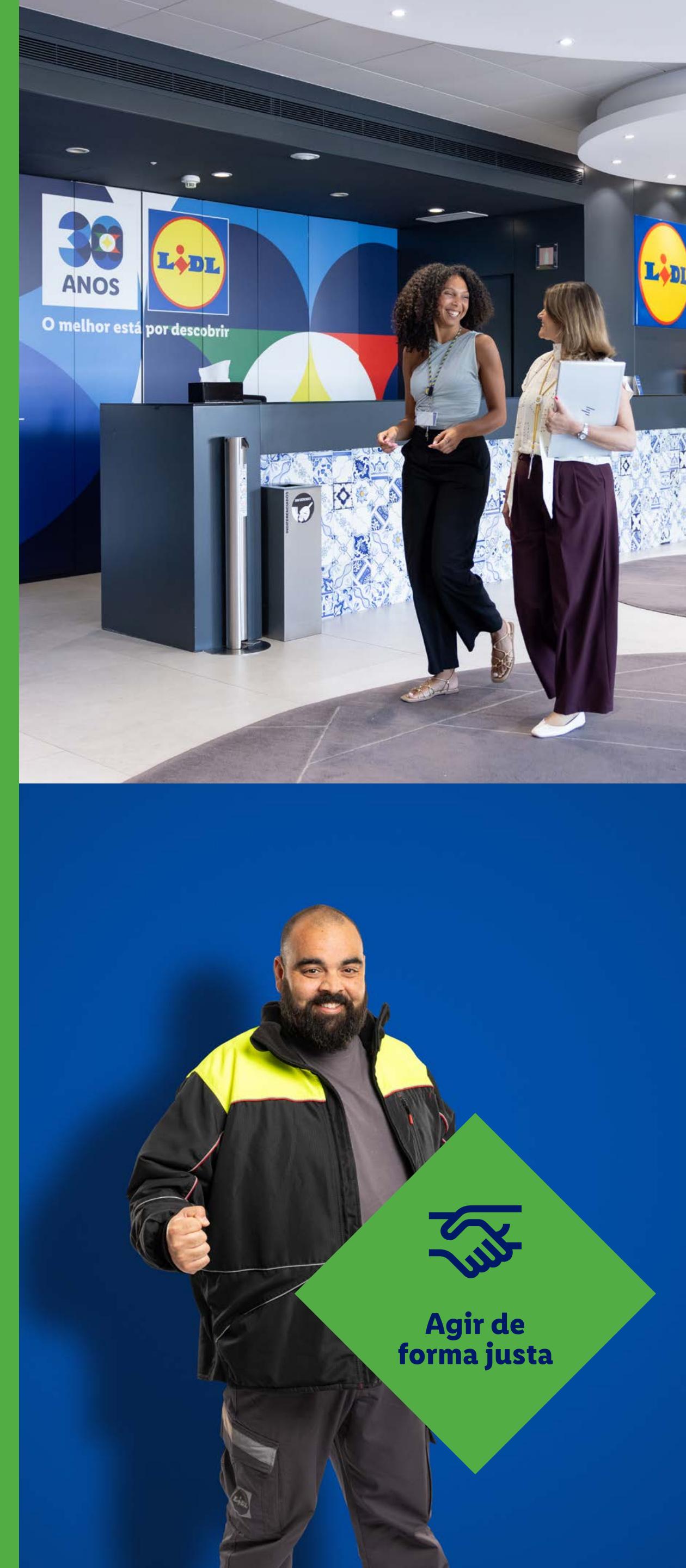
**O sucesso da nossa empresa está dependente do sucesso dos nossos colaboradores, por isso consideramos que a sua formação é fundamental e queremos fornecer todas as ferramentas necessárias para aumentarem o seu conhecimento e melhorarem as suas competências.** Acreditamos no forte potencial dos nossos colaboradores, desde os mais recentes aos que têm mais anos de experiência.

Cada novo colaborador realiza um conjunto de formações iniciais, que lhe permite conhecer melhor a sua função, a sua equipa e o negócio. Ao longo do ano, promovemos o desenvolvimento pessoal de todos os colaboradores, de acordo com os objetivos identificados, com formação adicional de forma a suportar as necessidades específicas e individualizadas de cada colaborador.

**Média de horas de formação por colaborador**  
2024



**105**  
horas



## Cuidamos de Ti: Foco no bem-estar dos nossos colaboradores

Acreditamos que cuidar dos nossos colaboradores é um fator essencial para o sucesso. Por isso, criámos o **programa “Cuidamos de Ti”**, um serviço gratuito para os nossos colaboradores, confidencial e disponível 24h por dia, todos os dias do ano.

Este programa dá acesso a aconselhamento Jurídico/Legal, Financeiro e Psicológico, tanto ao colaborador como para o seu agregado familiar direto.

Contamos com profissionais especializados, através de um parceiro externo, que ajuda a superar desafios pessoais e a manter o equilíbrio profissional e pessoal.

**Cada pessoa tem acesso até cinco sessões por tema**, com possibilidade de apoio por telefone, online ou presencial (neste último caso, apenas para aconselhamento psicológico).

**Temas para os quais se pode obter apoio:**



**Jurídico/  
Legal**

- Questões imobiliárias, heranças, acidentes, pedidos de compensação, entre outros.



**Financeiro**

- Tributações, declarações, questões relacionadas com dívidas, empréstimos, hipotecas e/ou situações financeiras difíceis.



**Psicológico**

- Situações de crise em relacionamentos pessoais e familiares, e/ou saúde mental e bem-estar (ansiedade, stress, gestão de mudança, depressão, fadiga, etc.)

## Diversidade e Inclusão na #teamlidl: Um ambiente multinacional onde cada um faz a diferença

Com uma estrutura equilibrada, a nossa **equipa é composta por 57% de mulheres e 43% de homens**. Em termos de estrutura etária, temos sido consistentes ao longo dos anos com cerca de **64% dos nossos colaboradores situados entre os 30 e os 50 anos**, 6% de colaboradores acima dos 50 anos e 30% abaixo dos 30.

Estamos profundamente comprometidos com a diversidade e inclusão, oferecendo oportunidades iguais para todos num ambiente multinacional. Na #teamlidl, **valorizamos as diferentes culturas, experiências, formações e ideias, praticando a igualdade de tratamento e não tolerando qualquer tipo de discriminação** (com base no género, origem étnica, língua, religião, idade, orientação sexual e qualquer outro fator).

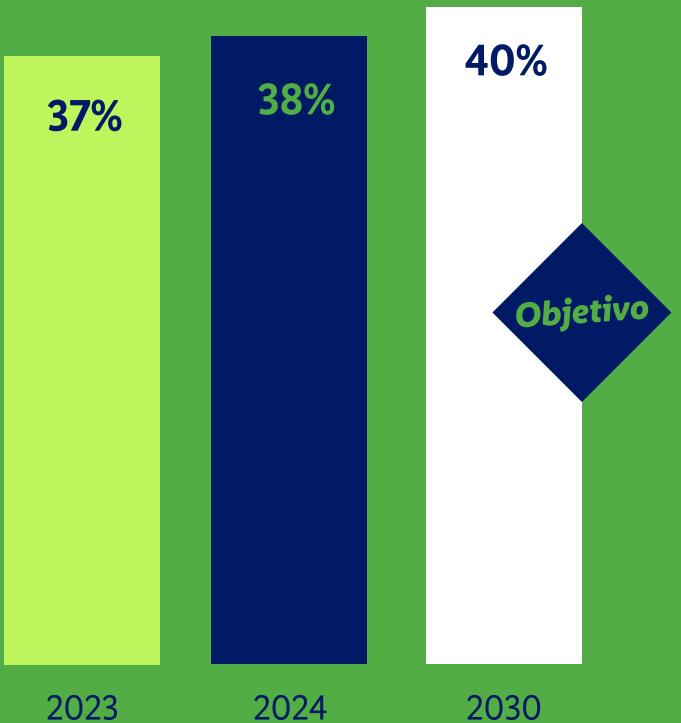
Acreditamos que a igualdade de género é essencial para construirmos uma organização mais justa, diversa e preparada para o futuro. Por isso, promovemos ativamente a paridade, garantindo equidade salarial, mas também oportunidades de progressão de carreira.

Realizamos anualmente o estudo Gender Pay Gap que nos permite avaliar o progresso que fazemos em matéria de paridade salarial e identificar ações para corrigir assimetrias.

Somos uma das oito empresas bandeira da Meta Nacional para a Igualdade de Género, uma iniciativa da Global Compact Network Portugal, através da qual **assumimos o compromisso de alcançar 40% de mulheres em cargos de decisão até 2030**.

Como sinal claro do nosso compromisso temos vindo a apostar em lideranças femininas, e orgulhamo-nos de já estar perto de alcançar o compromisso proposto para 2030, tendo atingido 38% de mulheres em cargos de decisão e 49% em todas as funções de chefia em 2024.

### Mulheres em cargos de decisão (%)\*



Todos os nossos colaboradores, desde o início de 2023, passaram a ter no seu Plano de Formação, um **e-learning sobre Diversidade e Inclusão**.

Ao longo dos anos, procuramos alinhar o nosso compromisso com a igualdade de género com Princípios internacionais, e fomos o **primeiro retalhista a nível nacional a subscrever os Princípios para o empoderamento das mulheres das Nações Unidas (Women's Empowerment Principles - WEPs)**. Ainda neste âmbito **aderimos ao Target Gender Equity**, um programa acelerador da igualdade de género.

\* Cargos de decisão incluem Administradores, Diretores Gerais e Diretores.



## Calendário dos Sonhos: A magia do Natal que inspira a nossa equipa

Desde 2020, promovemos internamente uma das iniciativas internas mais acarinhadas pelas nossas equipas, o Calendário dos Sonhos, que **dá a todos os nossos colaboradores a oportunidade de realizar os sonhos dos seus colegas**. Com o objetivo de tornar o Natal mais mágico, desafiámos cada um dos nossos colaboradores a abraçar um espírito solidário e realizar o sonho de um colega.

Em 2024, na 5<sup>a</sup> edição, para além da nossa equipa, foram também incluídos os desejos dos filhos dos nossos colaboradores, que foram depois selecionados, resultando num total de 74 desejos concretizados.

Nos últimos quatro anos, já realizámos os sonhos de 271 colaboradores. Desde cartas de condução, bilhetes para concertos, computadores portáteis, passeios de balão e viagens em família, as surpresas têm sido muito variadas.

Sonhos concretizados  
nos últimos 4 anos



**271**  
sonhos



## Segurança e Saúde: Uma prioridade da #teamlidl

Num setor com grande intensidade de mão de obra, a segurança e o bem-estar dos nossos colaboradores assume um pilar fundamental.

Seguimos uma **política “Zero Acidentes”**, na qual se enquadra a nossa estratégia de segurança ocupacional. Temos desenvolvido dois instrumentos para a implementação diária desta missão:

- 1** O projeto 3C+1 que engloba um conjunto de práticas de segurança permanentes;
- 2** O ciclo de gestão que promove uma cultura de melhoria contínua no tema da segurança no trabalho.

Em 2024, apesar das precauções tomadas, os nossos colaboradores sofreram um total de **340 acidentes de trabalho, numa taxa de 52 acidentes por mil trabalhadores** equivalentes a tempo inteiro. Este indicador reflete uma **tакса padronizada** que mede a frequência de acidentes de trabalho em relação ao número de colaboradores de uma empresa possibilitando a sua comparação.



## Mais Saúde: uma #teamlidl focada no seu bem-estar

Sabemos que pessoas com melhor saúde, segurança e bem-estar são profissionais mais produtivos e motivados, e que é também um fator determinante para que estejam satisfeitos por fazer parte da nossa equipa.

É neste contexto que estabelecemos o nosso compromisso na área da proteção da saúde no trabalho, através do programa Mais Saúde. Disponibilizamos a todos os nossos colaboradores, água purificada e fruta todos os dias, garantimos que têm acesso a consultas de enfermagem gratuitas e ainda podem usufruir de descontos na área da saúde, através da nossa rede de parcerias.

Integrado no programa Mais Saúde, o Lidl Futsal Cup é dos eventos mais aguardados pelos nossos colaboradores. Na última edição, contámos com a forte adesão das nossas equipas, com a inscrição de mais de 900 colaboradores em 126 equipas. Ao promover o desporto interno, fortalecemos o sentimento de pertença

e colaboração entre as equipas, incentivamos um estilo de vida ativo e saudável, e cultivamos um ambiente de superação. É assim que investimos no bem-estar da #teamlidl, fazendo valer a pena cada esforço para uma equipa mais coesa e motivada.

Além das ações internas, estendemos a promoção de um estilo de vida ativo e saudável às comunidades em que estamos inseridos. Ao patrocinar eventos desportivos como as Corridas de Santo António e São Silvestre, **oferecemos bilhetes aos nossos colaboradores**, incentivando a sua participação e reforçando o nosso compromisso com o desporto nacional.

Reforçando o investimento na saúde e bem-estar dos nossos colaboradores, e aliado ao nosso programa Mais Saúde, desde outubro de 2017 que todos os colaboradores Lidl têm acesso a um seguro de saúde totalmente gratuito, sendo ainda extensível ao respetivo agregado familiar a condições vantajosas.



Acreditamos que a construção de uma sociedade equitativa, que promove vidas dignas para todos os cidadãos, tem de ser uma preocupação de todos, pelo que consideramos ter uma responsabilidade na criação de valor social nas comunidades em que estamos inseridos. Procuramos, por isso, assegurar que o valor criado por nós transpareça para as comunidades em nosso redor, através do desenvolvimento e promoção de iniciativas sociais, que respondem a necessidades da população.

**Em 2023, apoiámos a comunidade com um total de 7,6 milhões de euros e em 2024 um total de 7,8 milhões de euros, através das nossas doações financeiras e em género.**

Ainda assim, o apoio do Lidl à comunidade não se centra apenas em ajuda monetária. Enquanto organização, promovemos uma ação contínua e estruturada para promover uma sociedade mais justa, chamando também os nossos clientes e as comunidades locais a participar no processo.



## **Mais Ajuda com Mais Impacto: Inovação social na habitação**

Desde 2019, o Mais Ajuda tem o objetivo de encontrar novas respostas a problemas sociais, visando promover a inovação social numa abordagem pioneira, onde IPSS, Startups e entidades de empreendedorismo social têm a oportunidade de integrar novas tecnologias, ferramentas e know-how, num ecossistema de inovação social.

**Nas suas quatro edições, através do programa Mais Ajuda, o Lidl entregou mais de 1 milhão de euros a 30 projetos de inovação social.**

Em 2023, procurámos dar resposta aos atuais desafios da habitação em Portugal, apoiando projetos inovadores, através de investimento, divulgação e capacitação.

Nesta edição, o Mais Ajuda entregou 400 mil euros a quatro entidades vencedoras que promovem diariamente soluções inovadoras com grande impacto na melhoria de condições de habitação em todo o território nacional.

**Ajuda entregue na última edição 2023**

[\*\*+ Mais informação\*\*](#)





Índice



A Crescer, com 22 anos de experiência em projetos de Redução de Riscos para públicos vulneráveis, promove inclusão e melhoria de condições de vida.

O **Mais Ajuda** foi essencial para desenvolver o projeto **Housing First**, através do qual conseguiram adquirir 6 casas para integração de inquilinos e vão reabilitar 3 habitações cedidas pela Câmara Municipal de Almada, onde serão integrados inquilinos de **Housing First** que já se encontram autónomos.



Desde 2010, o Just a Change identifica casos de pobreza habitacional e mobiliza recursos e voluntários para reabilitar as casas em que os seus beneficiários vivem.

Com o apoio do **Mais Ajuda**, foi possível criar um novo pólo em Guimarães para o **Just a Change** chegar a mais territórios e reabilitar mais casas de beneficiários.



A Rés do Chão desenvolve projetos de regeneração urbana e de qualificação de espaços públicos e comunitários, através de processos participativos que promovem a coesão social e a confiança nas instituições.

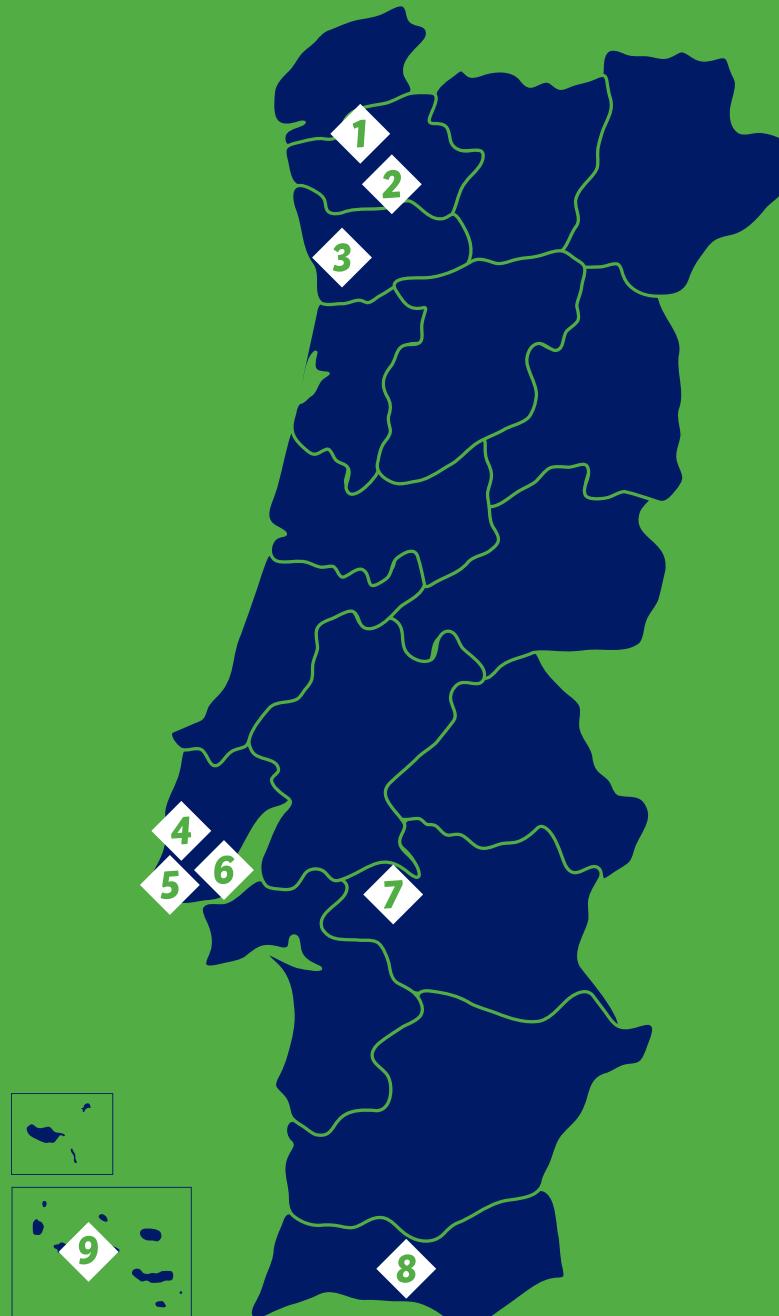
O apoio do **Mais Ajuda** permitiu requalificar mais de 600 metros quadrados de espaço público, com 680 beneficiários e indiretamente mais de 5 mil pessoas.



A Minga pretende promover linhas de ação variadas, como oferta habitacional, apoio ao público e construção responsável, abordando a falta de habitações acessíveis com sessões participativas, grupos de trabalho e parcerias com entidades.

Com o apoio do **Mais Ajuda**, promoveram ações de divulgação e desenvolvimento de trabalho em torno de modelos de habitação cooperativa, por mais de 100 horas.

## Impacto do Mais Ajuda em território nacional 2023



- |   |                                   |   |  |
|---|-----------------------------------|---|--|
| 1 | <b>Braga</b><br>Rés do Chão       | 6 | <b>Lisboa</b><br>Crescer, Just a Change, Rés do Chão |
| 2 | <b>Guimarães</b><br>Just a Change | 7 | <b>Montemor-o-Novo</b><br>Minga                      |
| 3 | <b>Porto</b><br>Just a Change     | 8 | <b>Algarve</b><br>Crescer                            |
| 4 | <b>Sintra</b><br>Rés do Chão      | 9 | <b>Açores</b><br>Crescer                             |
| 5 | <b>Cascais</b><br>Rés do Chão     |   |  |



Mais Ajuda

“ **Contribuir para o aumento da habitação acessível na cidade de Lisboa é um desejo nosso de muitos anos** e estamos muito felizes com o caminho que temos vindo a percorrer nesse sentido. Não podemos deixar de reiterar o quanto essencial foi o apoio do Lidl para atingirmos estes resultados - sem esse contributo, acho que não estaríamos neste momento onde estamos.”

Crescer



## Concurso Casas Lidl: Mais do que compras, oferecemos casas

Conscientes do nosso impacto na comunidade, lançámos em 2024 a 3ª edição do Concurso Casas Lidl, em parceria com a RE/MAX, onde demos a cinco clientes Lidl um cheque oferta de 200 mil euros para a compra de uma casa. Para participar, bastava que o cliente estivesse registado na aplicação Lidl Plus, passasse o cartão digital Lidl Plus no leitor da caixa de pagamento para, por cada 15 euros em compras, receber uma participação.

Este prémio trouxe um impacto muito significativo à vida das **cinco clientes vencedoras, de cinco diferentes distritos**: Aveiro, Castelo Branco, Coimbra, Lisboa e Santarém.



## A magia de partilhar com quem mais precisa

Em 2024, procurámos partilhar a magia do Natal, através de uma doação de 300 mil euros à Rede de Emergência Alimentar, iniciativa promovida pela Federação Portuguesa dos Bancos Alimentares que visa garantir o acesso à alimentação a pessoas em situação de vulnerabilidade ou de pobreza extrema e assim combater a fome e a insegurança alimentar na comunidade.

Conseguimos disponibilizar um total de, aproximadamente, **638 toneladas de alimentos** para quem mais precisa, que correspondem a **mais de 1,2 milhões de refeições**, um valor que só foi possível com a ajuda de muitos dos nossos clientes.

Nos últimos 10 anos, como resultado das nossas campanhas de Natal, **já contribuímos com um total de 4,8 milhões de euros para apoiar as comunidades locais**.

O nosso contributo  
com a ajuda dos  
nossos clientes  
2024





## Enquanto empresa de retalho alimentar, as doações de bens alimentares são para nós um tema incontornável.

É uma parte importante do que fazemos e que acreditamos que vale mesmo a pena descobrir.

ajuda que  
**vale**  
alimenta a solidariedade



## Há 13 anos a apoiar o Banco Alimentar e a Cruz Vermelha Portuguesa

Com o objetivo de combater a fome e a pobreza em Portugal, estabelecemos parcerias com instituições que promovem campanhas solidárias nas nossas lojas, de norte a sul do país.

Fomos novamente parceiros das campanhas-vale do Banco Alimentar e da Cruz Vermelha Portuguesa, através das quais foi possível **entregar um total de 21 338 artigos alimentares em 2023 e 21 699 em 2024**, equivalente a 17 e 16 toneladas respetivamente, ajudando a alimentar muitas famílias em situação vulnerável.

Este apoio surge num histórico de uma parceria contínua onde, **nos últimos 13 anos de colaboração com o Banco Alimentar, já entregámos mais de 350 toneladas de artigos a esta instituição**.

**Mais de 350 toneladas de artigos entregues ao Banco Alimentar**

## Regresso às aulas com oportunidades para todos

Reconhecendo o peso financeiro que o regresso às aulas representa para muitas famílias, procurámos criar parcerias para apoiar quem mais precisa.

Com o objetivo de ajudar as famílias mais carenciadas no regresso às aulas, estabelecemos uma parceria com a Cáritas, que realizou nas nossas lojas uma campanha de angariação de material escolar. Esta campanha tem o intuito de suprir as dificuldades na gestão diária dos gastos no início do ano letivo das famílias em situação vulnerável, privilegiando a educação como um pilar da igualdade de oportunidades inerente ao desenvolvimento sustentável.

### Da loja até quem mais precisa



## Cabaz Bombeiro: uma ajuda que faz a diferença

Desde 2016, estabelecemos uma parceria com a Liga dos Bombeiros Portugueses, ao apoiar as corporações nacionais no combate aos fogos, fazendo chegar, através das nossas lojas e centros logísticos de norte a sul do país, o “cabaz bombeiro” com bens alimentares que são críticos para quem está no terreno a combater as chamas.

Desde o início desta parceria, já foi possível apoiar **112 corporações de bombeiros** em Portugal com um total de **134 “cabazes bombeiro”**, sendo que este apoio é frequentemente repetido nas zonas do país mais fustigadas pelos incêndios.

Em 2023 e 2024, continuámos a apoiar as corporações, **doando um total de 43 400 artigos alimentares**.

Adicionalmente a este apoio contínuo, em 2023, criámos uma campanha para celebrar o aniversário da App Lidl Plus, em que incentivámos os clientes a utilizar a aplicação nas lojas. No ano seguinte, voltámos a celebrar o aniversário da App com uma nova campanha, em que promovemos a utilização da fatura eletrónica, incentivando os nossos clientes a poupar papel nas suas idas às compras. Nestes dois anos, a loja Lidl com melhores resultados em cada um dos 18 distritos teve a oportunidade de apoiar a corporação de bombeiros mais próxima, **totalizando um apoio de 81 mil euros aos bombeiros**.



## Juntos pelos nossos produtores, impulsionando Portugal

Reforçamos as nossas parcerias com fornecedores portugueses segundo três eixos: **desenvolvimento económico, exportação e certificação**. Com este apoio, garantimos a sustentabilidade da produção nacional e a qualidade dos nossos produtos. Queremos estar próximos dos fornecedores nacionais e manter a relação de confiança.

Nesse sentido, em janeiro de 2024, organizámos o encontro Supplier Day. Este evento reuniu os nossos principais fornecedores, com o objetivo de lhes dar a conhecer a nossa estratégia Next Level, onde queremos ser a **1ª escolha dos nossos clientes e colaboradores, mas também dos nossos parceiros e fornecedores**. Aproveitámos também este encontro para sensibilizar os nossos parceiros sobre alguns temas de sustentabilidade, como a redução do plástico nas nossas embalagens, uma estratégia cujo sucesso depende do envolvimento e esforço dos nossos fornecedores.

Reconhecemos o potencial dos nossos fornecedores para, em conjunto, chegarmos ainda mais longe. Ao integrarmos produtos portugueses na nossa rede internacional de lojas, promovemos a exportação da produção nacional para milhões de consumidores em toda a Europa. Acreditamos que vale mesmo a pena conhecer os sabores nacionais que os nossos fornecedores têm para oferecer e, por isso, disponibilizamo-los além fronteiras.



Agir de forma justa

## O orgulho de levar o melhor de Portugal ao Mundo

Há 30 anos que estabelecemos relações duradouras e de grande proximidade com os fornecedores portugueses, sendo o apoio à produção nacional uma das nossas prioridades. Por isso, temos vindo a contribuir para o desenvolvimento da indústria agroalimentar, potenciando a criação de emprego e de riqueza no nosso país, através das compras que fazemos a produtores nacionais, tanto para a distribuição nas nossas lojas como para exportação para outros 29 países Lidl.

Através da parceria que mantemos há uma década com a Portugal Fresh, temos ajudado centenas de produtores nacionais a levar o que de melhor se produz em Portugal aos consumidores europeus, tendo alcançado já um crescimento de 584% na exportação de Frutas e Legumes nacionais de 2014 para 2024.

  
Frutas e legumes exportados

10 anos

192 mil toneladas

2024



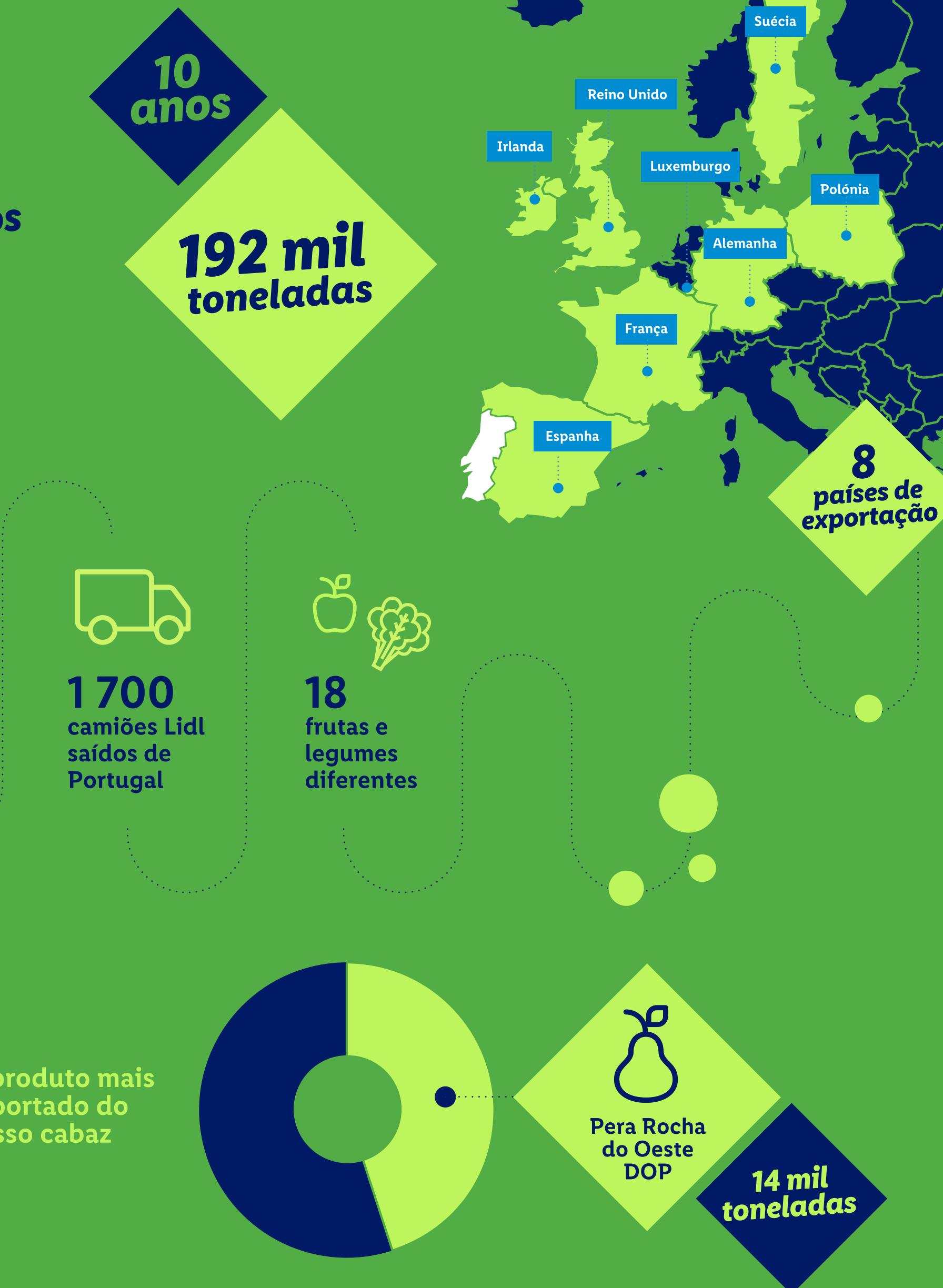
31 000 toneladas exportadas



1 700 camiões Lidl saídos de Portugal



18 frutas e legumes diferentes





**Investir na promoção de estilos de vida saudáveis e sustentáveis, através do consumo consciente e de uma alimentação equilibrada, é um pilar fundamental de transformação.**

Capacitamos os nossos clientes a fazerem escolhas que valem a pena, nutrindo não só a sua saúde, mas também a do nosso planeta. Cada compra torna-se um ato de consciência, reduzindo o impacto ambiental e moldando um futuro mais resiliente. É assim que elevamos cada esforço a um propósito maior, construindo um futuro mais focado na saúde de todos.

## O nosso compromisso com a saúde

Acreditamos que fazer escolhas mais saudáveis deve ser simples, acessível e transparente. Por isso, no Lidl, trabalhamos continuamente para melhorar as nossas receitas e oferecer produtos cada vez mais equilibrados, com menos sal, açúcar e gordura — sem comprometer o sabor.

Uma das nossas prioridades continua a ser oferecer uma gama variada, ao melhor preço, garantindo os elevados padrões de qualidade a que habituámos os nossos clientes, tanto a nível nutricional e de saúde, como no cumprimento de altos padrões, sociais e ambientais.

Reconhecemos uma responsabilidade indireta sobre a saúde dos nossos clientes, enquanto retalhistas alimentares e possíveis influenciadores para decisões de compras mais saudáveis e sustentáveis.



Turma Imbatível

**“As crianças participantes adquiriram uma maior consciência da sustentabilidade, produção e economia circular, adquirindo um novo hábito de compostagem e reaproveitamento de materiais, além de um empoderamento ao nível da participação cívica”**

**Testemunho de Professor(a)**  
**Relatório de Impacto** (Turma Imbatível)

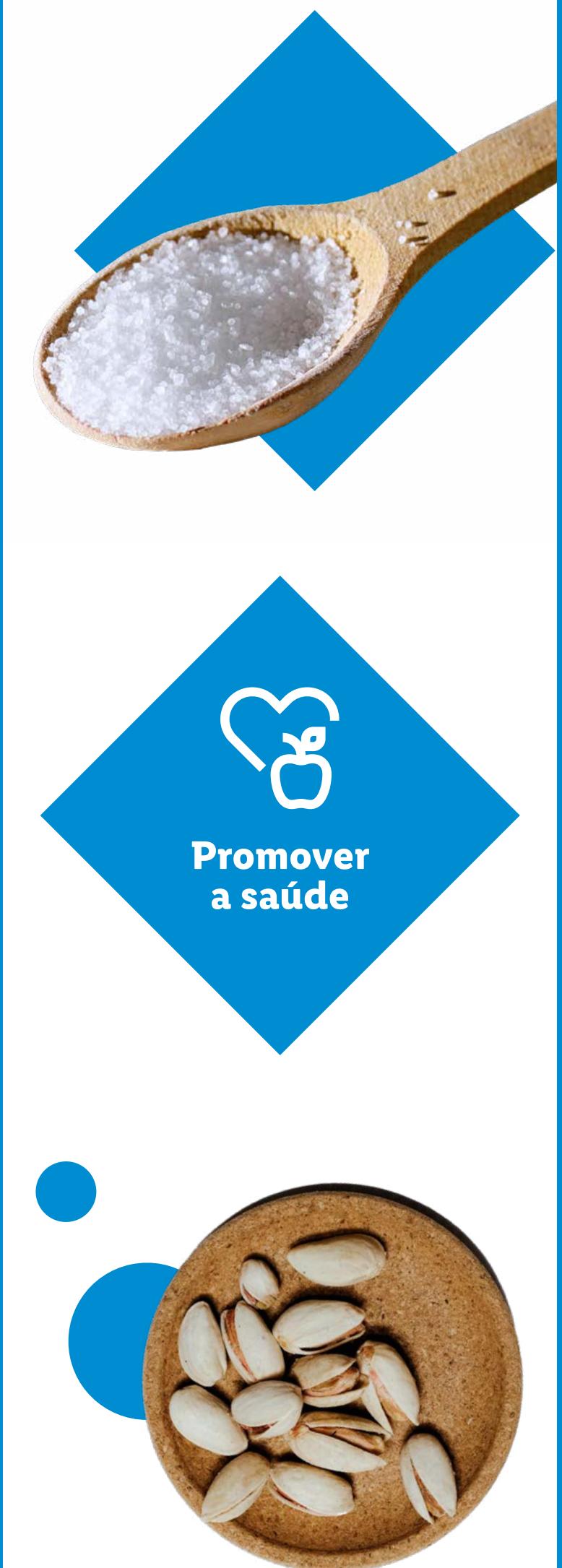
## **Menos sal e açúcar, mais saúde no prato dos nossos clientes**

Em parceria com os nossos fornecedores, temos vindo a ajustar as receitas dos nossos produtos e a trabalhar proativamente no sentido de, até 2025, reduzir 20% do teor de sal e de açúcar dos artigos de marca própria, em relação a 2015.

Para além da meta de redução do teor de açúcar, continuamos a evitar, sempre que possível, o xarope de frutose e a frutose pura quando estes são utilizados sobretudo com a função de adoçar. Preferimos ingredientes alimentares naturais em vez de aditivos alimentares, procuramos reduzir os corantes e não utilizamos corantes azóicos. Adotamos um uso moderado de aromas, incluindo produtos de substituição veganos, recusamos a vitaminização e mineralização generalizada, em grande escala, e reduzimos ou eliminamos os conservantes.

**De 2015 a 2023, a redução do teor de sal e de açúcar nos artigos de marca própria, negociados em Portugal, foi respetivamente de 16,0% e de 30%.**

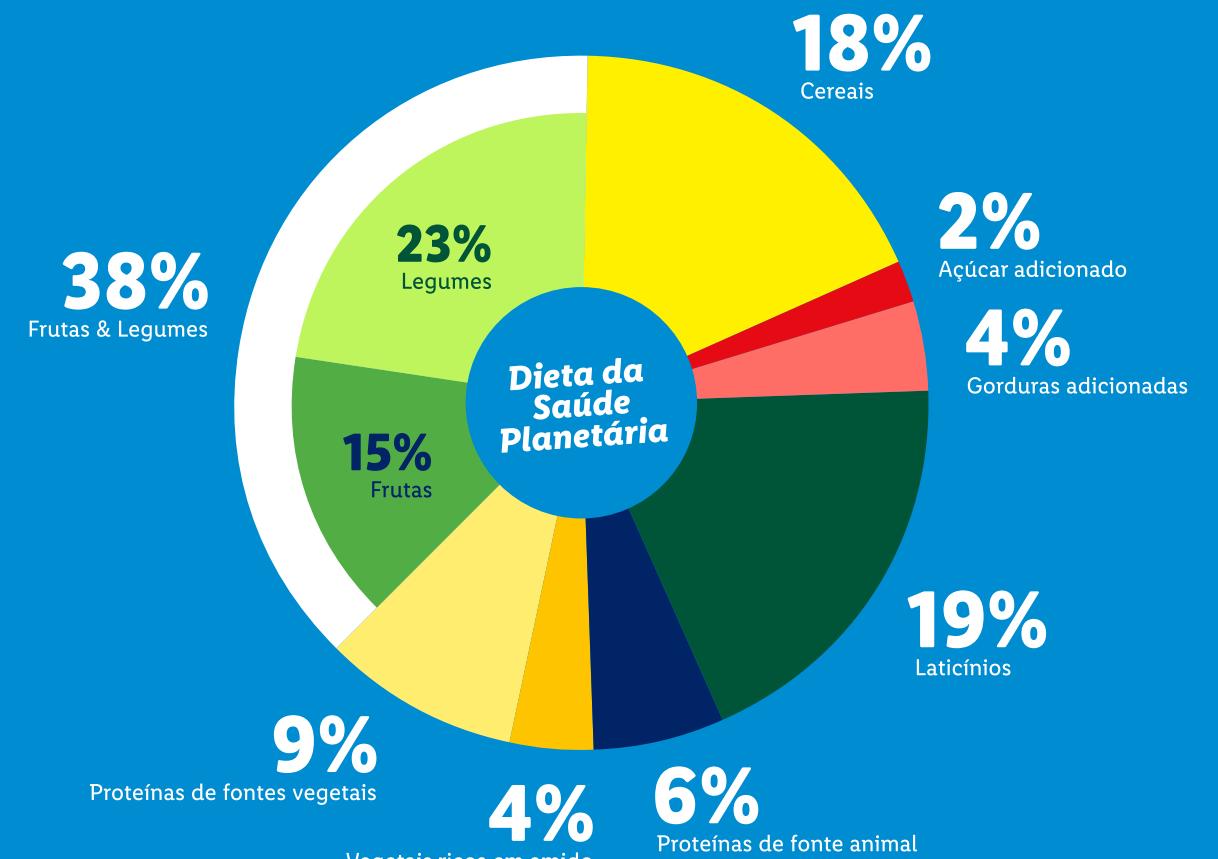
**No ano seguinte, em 2024, a redução de sal e de açúcar atingiu o valor de 26,3% e 49,0%, respetivamente.**



## **Nutrimos o futuro com alimentação consciente**

Em 2024, anunciamos a nova parceria com a WWF (World Wide Fund for Nature), a nível internacional, um marco importante para o nosso compromisso com a sustentabilidade. Com o apoio e a experiência da WWF, vamos elevar a nossa estratégia de sustentabilidade a outro patamar.

No âmbito desta parceria, reforçamos o nosso compromisso internacional com a alimentação consciente, ao apostar numa gama de produtos cada vez mais alinhada com a Dieta da Saúde Planetária (PHD - Planetary Health Diet) até 2050.



**Fomos o primeiro retalhista alimentar a promover a transparência em todas as nossas categorias de produtos, a nível internacional, em todos os 31 países com lojas Lidl.**

Para isso, estamos a aplicar a metodologia da WWF para promover dietas conscientes e saudáveis, permitindo que os nossos clientes façam escolhas mais conscientes para o ambiente e para a sua saúde.

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 nossa estratégia holística de sustentabilidade e de alimentação consciente. Pretendemos alcançar este objetivo, através de intervenções específicas nas categorias de fontes de proteína, cereais integrais e frutas e legumes.

### **Objetivos a nível nacional**



### **Fontes de proteína de origem vegetal**

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.

### **Cereais integrais**

Aumentar a proporção de cereais integrais em relação ao total de cereais nos seus produtos para 10%, até 2030 (ano-base de referência 2023).

## A nossa promessa: Escolhas conscientes para as crianças

Reconhecemos o nosso papel em promover uma dieta mais saudável e sustentável para crianças. Nesse sentido, desde 2023, estabelecemos o compromisso de não anunciar mais alimentos infantis não saudáveis para crianças nas nossas marcas próprias, incluindo publicidade na TV, rádio, redes sociais e nos nossos folhetos. Utilizamos os critérios da Organização Mundial de Saúde para decidir se um artigo dirigido às crianças é classificado como saudável ou não saudável.

Também estabelecemos o objetivo de, até ao final do ano fiscal de 2025, vender apenas produtos de marca própria em embalagens com desenhos infantis que cumpram os critérios de alimentação saudável definidos pela OMS.

Excluímos os artigos promocionais para o Natal, Páscoa e Halloween, por serem ocasiões especiais na vida de uma criança que não definem os hábitos alimentares diários.



## Turma Imbatível: A educar a geração do futuro

Desde 2011, promovemos os estilos de vida saudáveis e sustentáveis junto dos mais novos, através do programa educativo **Turma Imbatível**, que já **impactou mais de 175 mil crianças**.

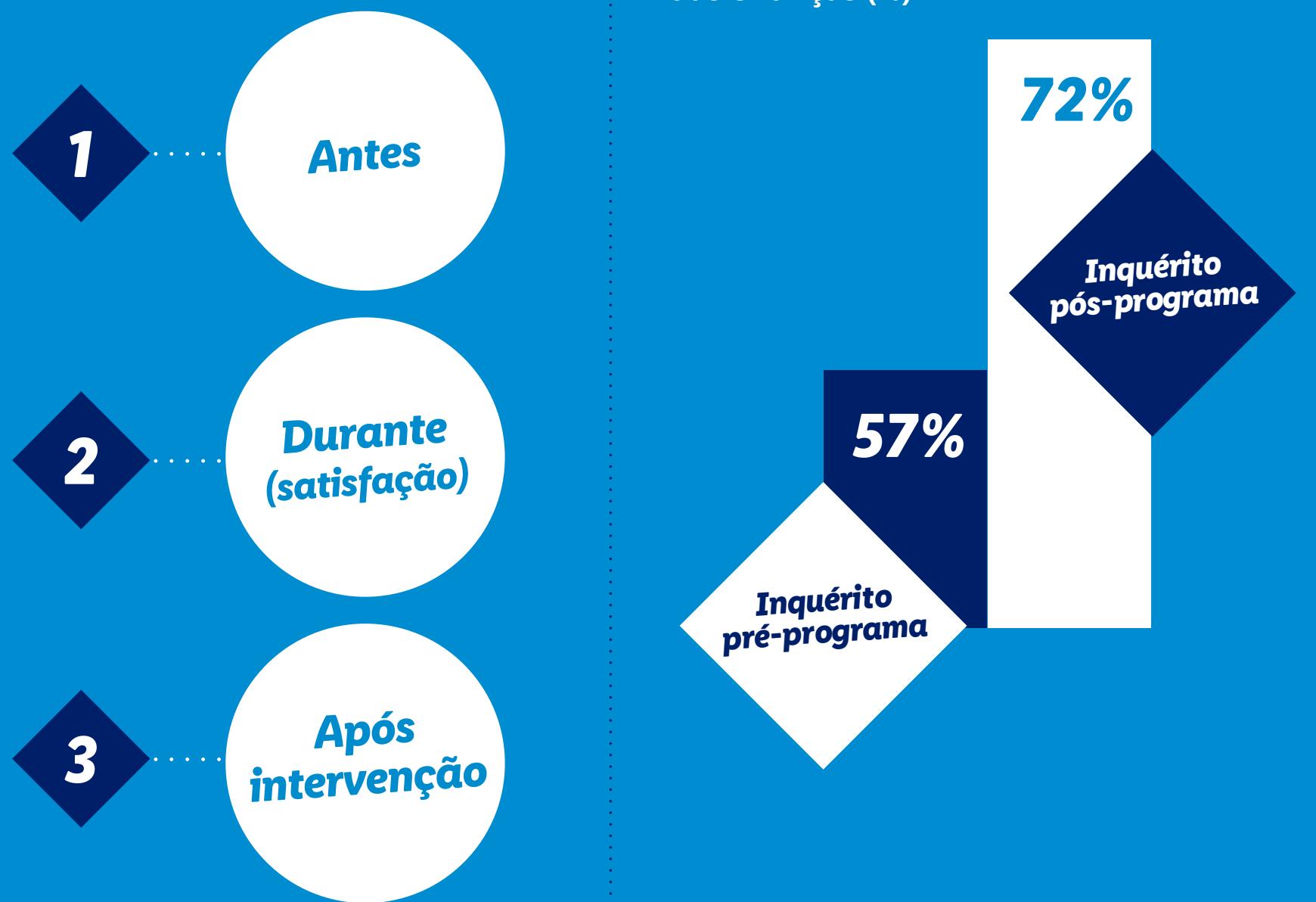
Na edição do ano letivo 2023/2024, a Turma Imbatível promoveu a importância da atividade física para o bem-estar físico e mental, ao desafiar as crianças a imaginarem o seu "Estádio Jogos Imbatíveis" ideal, na sua escola ou parque desportivo ou comunitário local. **As quatro turmas vencedoras – três do 1º ciclo e uma do pré-escolar – receberam um prémio de 2 mil euros para implementarem as suas ideias.**

### Impacto do programa (Nº) Edição 2023/2024



Desde 2023, realizamos um estudo de avaliação de impacto para medir os principais resultados do programa. Este estudo baseou-se em várias metodologias - PRE/POST, Teoria da Mudança, Impact Management Project (IMP) e Valoração Contingente – e foram efetuados três inquéritos.

### Inquéritos realizados durante as várias fases do projeto



### Principais resultados do programa Turma Imbatível

Ano letivo 2023/2024

#### Satisfação com a aquisição de conhecimentos das crianças

7,2

#### Satisfação global

9

#### Nível de conhecimento das crianças (%)

72%

#### Valores ecológicos mais vincados depois da participação

Antes

7,2



Depois

8,1

No ano letivo 2024/2025, criámos a **Vila Imbatível**, um espaço ao ar livre que oferece aos alunos do 1º ciclo do ensino básico uma experiência interativa, que lhes possibilita participar no cultivo e na colheita de alguns alimentos, seguindo depois todo o seu percurso até ao prato. Localizada em Oeiras, no terreno do Semear, a Vila Imbatível desafia a uma viagem guiada com paragem em várias estações - horta, transporte, embalamento, armazém, supermercado. Adicionalmente, as turmas de pré-escolar tiveram a oportunidade de visitar uma quinta pedagógica local.

Este programa escolar resulta da cooperação conjunta com a [Associação Natureza Portugal \(ANP | WWF\)](#), a [Direção-Geral da Educação \(DGE\)](#), a [Direção-Geral da Saúde \(DGS\)](#), a [Associação Portuguesa do Ambiente \(APA\)](#), a [Associação Portuguesa de Nutrição \(APN\)](#), a [Confederação dos Agricultores de Portugal \(CAP\)](#) e a [Forest Stewardship Council \(FSC\)](#).

Turma Imbatível



Promover a saúde



# Para fazer o futuro valer mesmo a pena

## A nossas metas e compromissos

Meta	KPI	Data	Status 2024	Track	Medidas implementadas em 2023-24	ODS
<b>Proteger o clima</b>						
Reducir as emissões (âmbito 1 e 2) em 71% até 2030 (relativamente a 2019)	ton CO <sub>2</sub> e (âmbito 1 e 2)	2030	-56%		pág. 10	
Substituir 100% da frota por veículos elétricos até 2025	% de veículos elétricos da frota	2025	45,80%		pág. 13	
Utilizar refrigerantes naturais nos equipamentos de refrigeração em 90% dos nossos centros logísticos até 2023	% de refrigerantes naturais nos centros logísticos	2023	100%		pág. 11	
Utilizar refrigerantes naturais nos equipamentos de refrigeração em 40% das nossas lojas, até 2023	% de refrigerantes naturais nas lojas	2023	41%		pág. 11	
<b>Respeitar a biodiversidade</b>						
Ter 100% dos fornecedores de frutas, legumes, flores e plantas com certificação GlobalG.A.P.	% de fornecedores com certificação GlobalG.A.P.	Contínuo	100%		pág. 18	
Ter 100% dos fornecedores de produtos agrícolas de marca própria com certificação IFS e BRC	% de fornecedores agrícolas com certificação IFS e BRC	Contínuo	99%		pág. 20	
<b>Conservar os recursos</b>						
Reducir em 30% o consumo de plástico até 2025, relativamente a 2017	% de consumo de plástico	2025	-28%		pág. 27	
Tornar, tanto quanto possível, as embalagens de marca própria 100% recicláveis	% de recicabilidade das embalagens de marca própria	2025	57%		pág. 27	
Utilizar uma média de 25% de material reciclado nas nossas embalagens de plástico de marca própria	% de material reciclado nas embalagens de plástico de marca própria	2025	15%		pág. 27	



Meta	KPI	Data	Status 2024	Track	Medidas implementadas em 2023-24	ODS
<b>Agir de forma justa</b>						
Aumentar o impacto social positivo e inovação nas comunidades locais	Valor de doações em euros	2023	+2,60%		pág. 36	
Ter 40% de mulheres em cargo de decisão, até 2030	% de mulheres em cargo de decisão	2030	38%		pág. 33	
<b>Promover a saúde</b>						
Reducir o sal em 20% até 2025	% de redução de sal nos produtos de marca própria negociados por Portugal	2025	-26,34%		pág. 44	
Reducir o açúcar em 20% até 2025	% de redução de açúcar nos produtos de marca própria negociados por Portugal	2025	-49,02%		pág. 44	
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.	% fontes de proteína de origem vegetal, em relação às fontes de proteína de origem animal	2030	Nova meta		pág. 44	
Aumentar a proporção de cereais integrais em relação ao total de cereais nos seus produtos para 10%, até 2030 relativamente a 2023	% de cereais integrais em relação ao total de cereais nos produtos de marca própria	2030	Nova meta		pág. 44	



# Vale mesmo a pena fazer mais para todos

Nestes últimos anos, provámos que é possível conciliar ambição e crescimento com responsabilidade e impacto positivo. **Estamos a atingir as metas a que nos propusemos e a assumir outras ainda mais ambiciosas, sempre a pensar no equilíbrio do planeta, na saúde dos nossos clientes, no bem-estar dos colaboradores e na satisfação dos nossos parceiros.**

Sabemos que este é um caminho constante e que se constrói todos os dias. Por isso, estamos conscientes que o futuro nos vai continuar a exigir ainda mais inovação e sobretudo ação em prol de um mundo mais justo e sustentável.

**Continuaremos a transformar desafios em oportunidades**, com a mesma energia e proximidade de sempre, e com a certeza de que vale mesmo a pena fazer melhor e entregar valor a todos os nossos stakeholders.

**“  
Se eu pudesse fazer um  
desejo para o Planeta,  
desejaria que todas as  
pessoas se lembressem  
de que o Planeta é a  
nossa casa.**

Devemos cuidar dele o melhor  
que sabemos, não deitando lixo  
no chão, não gastando água  
desnecessariamente, comendo  
alimentos pouco processados e da  
época e plantando muitas árvores!"

**Santiago Mota, 10 anos**  
Turma Imbatível



**Vale  
mesmo a  
 pena**

Edição: Lidl Portugal [sustentabilidade@lidl.pt](mailto:sustentabilidade@lidl.pt)

Consultoria: Systemic

Design: Happy Monday



**Vale mesmo a pena.**