



## COMUNICADO DE IMPRENSA

---

Sintra, 01 abril 2021

### **‘WAY TO GO’, A NOVA GAMA DE CHOCOLATES DO LIDL QUE DÁ MAIS UM PASSO EM FRENTE NA SUSTENTABILIDADE**

**Comprometido a cuidar do nosso planeta e a assegurar um sortido cada vez mais sustentável, o Lidl, em colaboração com a associação de agricultores Kuapa Kokoo do Gana e a associação Fairtrade, lança a ‘Way to Go’, uma gama de chocolates que oferece benefícios aos agricultores de cacau, ao mesmo tempo que protege o ambiente.**

Em abril, mês em que se celebra o Dia Mundial da Terra - que pretende alertar para a sua proteção, assim como para uma utilização moderada dos recursos naturais - o Lidl Portugal lança a ‘Way to Go’, uma gama de chocolates da sua marca própria Fin Carré, com certificação Fairtrade, que cumpre os mais altos padrões de sustentabilidade e oferece um duplo benefício aos produtores de cacau.

Com quatro sabores diferentes, Noz Pecã e Coco, Caramelo Salgado – disponíveis de forma permanente nas lojas Lidl - e Chocolate de Leite e Chocolate Preto – disponíveis em momentos específicos, uma das características diferenciadoras desta gama é que todo o seu cacau provém da associação Kuapa Kokoo, que produz cacau 100% sustentável e apoia cerca de 100.000 pequenos agricultores do Gana.

Com a certificação Fairtrade dos chocolates Way To Go, o Lidl posiciona-se como a primeira cadeira de retalho discount a encontrar soluções para as questões dos rendimentos dos produtores de cacau, assim como a impulsionar os seus salários.

O Lidl adquire todo o cacau ‘Way to Go’ à associação Kuapa Kokoo de pequenos agricultores do Gana, que beneficiam diretamente por cada chocolate vendido: tanto a associação Fairtrade como o Lidl pagam aos agricultores um prémio fixo. A associação Fairtrade assegura que o cacau foi adquirido respeitando a norma de preço mínimo, nunca abaixo dos custos de produção, e protege os produtores das oscilações de preço, promovendo melhores condições de trabalho e a valorização e respeito pelo ambiente. O Lidl oferece um prémio adicional que contribui diretamente para a Formação dos

---

#### **Lidl Portugal**

Departamento de Comunicação: T: 219 102 277 | E: [press@lidl.pt](mailto:press@lidl.pt)

Press Club: Margarida Borges | T: 21 011 33 20 | E: [margarida@pressclub.pt](mailto:margarida@pressclub.pt)



## COMUNICADO DE IMPRENSA

---

agricultores, por forma a diversificar e melhorar as suas culturas, procurando melhorar as condições dos agricultores e das suas famílias a longo prazo. Os agricultores recebem formação para melhorar a sustentabilidade do seu cultivo de cacau e métodos de colheita, adquirem conhecimentos empresariais e aprendem a cultivar outras matérias-primas para produzir artigos como arroz, mel e sabão. Neste sentido, ao diversificarem as suas culturas, tornam-se financeiramente menos dependentes da cultura do cacau. Assim, não só existe uma preservação do ambiente através de uma agricultura sustentável, como a biodiversidade é garantida através de alternativas agrícolas sustentáveis.

Para comprovar a origem sustentável do cacau utilizado na gama 'Way to Go', todo o seu percurso pode ser rastreado através da informação disponível nas embalagens dos chocolates da gama ou no site [www.lidl.pt/waytogo](http://www.lidl.pt/waytogo).

De forma a apoiar o cacau certificado, o Lidl trabalha intensivamente com as organizações de certificação reconhecidas internacionalmente como a Fairtrade, UTZ e Rainforest Alliance. Assim, a empresa apoia um cultivo de cacau mais sustentável e viável para o futuro.

Adicionalmente, em colaboração com a empresa alemã GIZ, o Lidl financia a criação e o funcionamento da escola agrícola PROCACAO, para uma produção de cacau mais sustentável na Costa do Marfim. O centro de formação tem como objetivo a transmissão de métodos de cultivo mais sustentáveis e ecológicos, através de boas práticas agrícolas, conhecimentos de gestão empresarial e temáticas de esclarecimento social. As aulas são dadas em terrenos agrícolas de demonstração, a fim de aplicar de imediato em prática os conhecimentos adquiridos.

Desde 2016 que o cacau para os chocolates Fin Carré tem a certificação UTZ e Fairtrade e, desde de 2019, que todo o cacau presente nos produtos de marca própria do Lidl Portugal é 100% certificado, de origem sustentável.

---

### Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: T: 219 102 277 | E: [press@lidl.pt](mailto:press@lidl.pt)

Press Club: Margarida Borges | T: 21 011 33 20 | E: [margarida@pressclub.pt](mailto:margarida@pressclub.pt)



## COMUNICADO DE IMPRENSA

---

### Sobre o Lidl:

Há 25 anos em Portugal, o Lidl tem cerca de 7500 colaboradores, distribuídos por mais de 260 lojas, de norte a sul do país, e quatro direções regionais e entrepostos, para além da sede: Famalicão (Norte), Torres Novas (Oeste), Sintra (Centro) e Palmela (Sul). Segundo um Estudo de Impacto realizado pela consultora independente KPMG, em 2018, o Lidl Portugal contribuiu com 2.120 milhões de euros a nível de geração de riqueza, representando 1% do PIB nacional.

O Lidl, empresa de retalho pertencente ao grupo alemão Schwarz, é um dos líderes de mercado a nível europeu. Tem representação em 32 países e conta com cerca de 11.200 lojas e mais de 200 centros de distribuição em 29 países.

O Lidl aposta no fornecimento produtos de máxima qualidade ao melhor preço. A simplicidade e a orientação de processos determinam as operações diárias nas lojas, centros de distribuição regionais e serviços. A sede do Lidl, localizada na cidade alemã de Neckarsulm, é responsável pela conceção e estrutura de todos os processos standardizados.

O Lidl conta atualmente com mais de 310.000 colaboradores em todo o mundo. O dinamismo no trabalho do quotidiano, a força como um resultado e o respeito mútuo com colaboradores e parceiros caracterizam o trabalho da empresa em todos os países onde está presente.

No quotidiano, a empresa assume a responsabilidade pelas pessoas, sociedade e ambiente. Para o Lidl a sustentabilidade é cumprir a sua promessa de qualidade, todos os dias. Assim, foca-se onde as suas próprias ações têm efeitos reais e por isso centra-se em cinco áreas de atuação: Sortido, Colaboradores, Ambiente, Parceiros de Negócios e Sociedade.

De acordo com a LZ Retailytics, o Grupo Schwarz é o maior retalhista alimentar da Europa, tendo gerado vendas superiores a 113 mil milhões de euros no ano fiscal de 2019.

---

### Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: T: 219 102 277 | E: [press@lidl.pt](mailto:press@lidl.pt)

Press Club: Margarida Borges | T: 21 011 33 20 | E: [margarida@pressclub.pt](mailto:margarida@pressclub.pt)