



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sintra, 6 de abril de 2023

SUSTENTABILIDADE É O FOCO DA NOVA CAMPANHA DO LIDL QUE DEMONSTRA O FÁCIL ACESSO À MESMA NAS LOJAS DA INSÍGNIA

Porque “nem todos os clientes sabem como o Lidl é consciente”, o retalhista lança uma nova campanha que dá a conhecer algumas das suas medidas de Sustentabilidade, aproveitando e destacando com humor, a reutilização de imagens de outros anúncios para não gastar recursos a produzir um novo.

“Nem todos os clientes sabem como o Lidl é consciente”, é o *claim* da nova campanha de Sustentabilidade e Responsabilidade Social do Lidl, que estará disponível nos canais digitais, rádio e *ownmedia* (folheto e lojas), a partir de 5 de abril. Com a Sustentabilidade presente no seu ADN, o Lidl destaca o seu compromisso com a mesma, em três eixos centrais: Certificações de produtos, Clima e Alimentação Sustentável, procurando demonstrar o acesso facilitado que os clientes têm nas suas lojas a escolhas mais conscientes, muitas vezes sem terem essa perceção.

Os mais de 700 produtos certificados de produção responsável, a variedade de produtos biológicos e veganos, o algodão 100% orgânico na roupa de criança, os postos de carregamento elétricos disponíveis em mais de metade das suas lojas ou a utilização de eletricidade totalmente proveniente de fontes renováveis, são algumas das medidas destacadas na campanha, provando que muitas vezes os clientes do Lidl já fazem escolhas responsáveis ao optarem por fazer as suas compras nas lojas da cadeia.

De facto, a preocupação da insígnia com a Sustentabilidade tem início logo na primeira fase da cadeia de valor, ao adquirir produtos com certificações ambientais e sociais, que contribuem para uma cadeia agroalimentar que consome, de forma mais responsável, os recursos naturais e se preocupa com a sua conservação, além de garantir condições de vida e trabalho justas dos produtores. Neste sentido, todo o cacau presente nos seus produtos de marca própria é 100% certificado, de origem sustentável; 100% das matérias-primas dos chás verde, preto e roibos de marca própria são certificadas; 100% dos abacaxis provêm de quintas com certificação Rainforest

Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: E: press@lidl.pt | Info: www.institucional.lidl.pt

Cunha Vaz & Associados: Sofia Duff Burnay/Joana Nunes | T: 210 120 600 | E: sb@cunhavaz.com/jn@cunhavaz.com



COMUNICADO DE IMPRENSA

Alliance; 100% do óleo de palma utilizado nos seus produtos de marca própria é certificado e 100% dos seus fornecedores de frutas e legumes são certificados pela Global G.A.P e GRASP, garantindo a produção em termos de segurança alimentar, qualidade e em aspetos laborais. Adicionalmente, o Lidl está comprometido com a pesca sustentável, através da certificação MSC (Marine Stewardship Council) – que evita a sobrepesca e protege o ecossistema marinho - e privilegia produtos de aquicultura sustentável, com certificação ASC (Aquaculture Stewardship Council) que intervém a favor de uma criação mais responsável de peixes e mariscos.

Também nos seus produtos não alimentares de marca própria, o Lidl investe na certificação dos mesmos, como é o caso dos têxteis, colaborando com organizações certificadas, e utiliza já diversos selos que garantem a recolha e utilização das matérias-primas de forma ambiental e socialmente responsável, como o GOTS - Global Organic Textile Standard – presente em todas as roupas de criança da sua marca Lupilu, que garante a fabricação responsável e rastreabilidade do algodão utilizado, desde a sua colheita até à rotulagem.

No que toca ao clima, o Lidl tem uma estratégia climática com metas bem definidas, nomeadamente a redução de pelo menos 70% das emissões operacionais de GEEs (âmbito 1 e 2) até 2030, comparativamente com 2019. Nesse sentido e empenhado em incentivar os seus clientes a adotarem uma mobilidade de baixo impacto ambiental, promovendo a democratização do acesso à mesma, a insígnia disponibiliza já 173 lojas com postos de carregamento para viaturas elétricas, estrategicamente localizados e com presença em todas as capitais de distrito. Os mesmos garantem um preço da tarifa OPC (Operador de Ponto de Carregamento) abaixo do custo de mercado e igual em todo o país, assim como a autonomia suficiente entre os vários postos, permitindo viajar de Norte a Sul do país, bem como a ligação a Espanha. O projeto, desde o seu início, já evitou a emissão de mais de 7 000 toneladas de CO2.

Adicionalmente, desde 2019, que o fornecimento de eletricidade de todos os seus edifícios é realizado com recurso a fontes de energia 100% renováveis, com certificado de garantia de origem “Energia Verde - Classe A”, atestado pela AENOR. Em todos os seus processos, o Lidl procura identificar soluções que diminuam o consumo de recursos na operação, privilegiando o investimento em equipamentos de tecnologia de ponta e mais eficientes, como sistemas de gestão técnica automatizada, iluminação LED ou a instalação de painéis fotovoltaicos nas suas lojas e entrepostos, sempre que as características do edifício o permitam. Neste momento, cerca de 90 lojas Lidl, de Norte a Sul do país, possuem este tipo de painéis.

Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: E: press@lidl.pt | Info: www.institucional.lidl.pt

Cunha Vaz & Associados: Sofia Duff Burnay/Joana Nunes | T: 210 120 600 | E: sb@cunhavaz.com/jn@cunhavaz.com



COMUNICADO DE IMPRENSA

Por outro lado, sendo a alimentação sustentável e consciente a base da estratégia de Sustentabilidade do Lidl, a insígnia procura disponibilizar aos clientes opções cada vez mais saudáveis e nutritivas, reduzindo ao mesmo tempo os impactos ambientais nas cadeias de fornecimento de matérias-primas.

Para facilitar as escolhas alimentares para uma alimentação mais sustentável, o Lidl oferece uma gama de produtos vegan e vegetarianos, cujos impactos no planeta são menores, comparativamente com as opções tradicionais de origem animal. Além disso, o retalhista premeia a oferta de alimentos sazonais e regionais, apostando também de forma crescente na origem biológica dos mesmos, através de uma agricultura sem recurso a fertilizantes e pesticidas químicos, que vai desde os frescos e congelados, frutas e legumes, à mercearia ou até laticínios.

A Sustentabilidade permanece como um tema estratégico e transversal ao negócio do Lidl que, permanentemente, procura soluções criativas e ganhos de eficiência que possam contribuir para potenciar a missão da empresa - oferecer produtos de máxima qualidade ao melhor preço - aliando melhores práticas ambientais e sociais a toda a sua cadeia de valor. A estratégia de Sustentabilidade 'Mais Lidl' está alicerçada em três princípios de atuação: Mais para o Planeta, Mais para a Comunidade e Mais para Si.

Sobre o Lidl:

Há quase 30 anos em Portugal, o Lidl tem mais de 9000 colaboradores, distribuídos por mais de 270 lojas, de norte a sul do país, e 04 direções regionais e entrepostos, para além da sede: Santo Tirso (Norte), Torres Novas (Oeste), Sintra (Centro) e Palmela (Sul). Segundo um Estudo de Impacto realizado pela consultora independente KPMG, em 2021, o Lidl Portugal contribuiu com 2.610 milhões de euros a nível de geração de riqueza, representando 1,2% do PIB nacional; em 2023, ganhou novamente a certificação Top Employer, atribuída pelo Top Employers Institute.

Empresa de retalho, pertencente ao grupo alemão Schwarz, é um dos líderes de mercado a nível europeu: conta com cerca de 13.350 lojas e mais de 200 centros de distribuição e entrepostos em 32 países, apostando na disponibilização de produtos de máxima qualidade ao melhor preço e pautando-se pela simplicidade e a orientação de processos determinam suas as operações diárias nas lojas, centros de distribuição regionais e serviços. A sua sede, localizada na cidade alemã de Neckarsulm, é responsável pela conceção e estrutura de todos os processos standardizados.

A nível internacional, o grupo Schwarz conta com mais de 550.000 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.

Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: E: press@lidl.pt | Info: www.institucional.lidl.pt

Cunha Vaz & Associados: Sofia Duff Burnay/Joana Nunes | T: 210 120 600 | E: sb@cunhavaz.com/jn@cunhavaz.com



COMUNICADO DE IMPRENSA

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, centrando-se em cinco áreas de atuação: Sortido, Colaboradores, Ambiente, Parceiros de Negócios e Sociedade.

O Grupo Schwarz, que opera mundialmente enquanto retalhista alimentar, gerou uma faturação de 133,6 mil milhões de euros no ano fiscal de 2021.

Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: E: press@lidl.pt | Info: www.institucional.lidl.pt

Cunha Vaz & Associados: Sofia Duff Burnay/Joana Nunes | T: 210 120 600 | E: sb@cunhavaz.com/jn@cunhavaz.com