



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sintra, 24 maio 2023

‘MÃOS À SOBRA’ É A NOVA WEBSÉRIE DO LIDL SOBRE DESPERDÍCIO ALIMENTAR

Com uma estratégia ativa para a redução e sensibilização de excedentes alimentares, o Lidl lança uma nova iniciativa que pretende promover um consumo mais consciente, dando dicas e ideias para cozinhar sem desperdiçar.

No âmbito do desperdício alimentar, o Lidl aposta, desde sempre, numa estratégia integrada para a redução dos excedentes, através de diversas iniciativas que passam pela prevenção, venda a granel, doação de alimentos, transformação e também pela sensibilização para estilos de vida mais sustentáveis. Em conjunto, estas iniciativas pretendem reduzir os impactos ambientais e sociais da ação da empresa e sensibilizar a população para a importância do tema.

Agora, o Lidl dá mais um passo nesse sentido, através do lançamento da websérie ‘Mãos à Sobra’, que pretende dar dicas de receitas que evitam excedentes alimentares, já que parte significativa do desperdício acontece dentro de casa.

A mesma, disponível no [Youtube do Lidl](#), a partir de 23 de maio, terá um novo episódio por mês e conta com a ajuda dos criadores de conteúdos [Tuga na Cozinha](#) (Miguel Telles) e [Plant a Choice](#) (Rita Tapadinhas), que abordam receitas e dicas de sustentabilidade, respetivamente. O primeiro episódio da ‘Mãos à Sobra’ tem como tema ‘Como aproveitar todas as partes do Frango’, dando não só ideias de várias receitas, como dicas de conservação de alimentos.

O desperdício alimentar, assim como a desigualdade de acesso e consumo de bens alimentares, constitui um problema à escala global, pelo que é de extrema importância sensibilizar a população para uma mudança de comportamento e um consumo mais consciente. São várias as iniciativas que o Lidl adota nesse sentido:

- **Entrega diária de frutas, legumes e carne** em todas as lojas, garantindo a máxima frescura dos produtos no ponto de venda, reduzindo ao máximo o tempo desde o produtor até à casa do cliente, e permitindo que os clientes Lidl possam disfrutar de produtos com a máxima qualidade e frescura, durante mais tempo.
- **Responsável de Frescos** - em todas as lojas, o mesmo tem a responsabilidade de salvaguardar a frescura das frutas e legumes à venda, monitorizando em intervalos regulares a sua qualidade.

Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: T: 219 102 277 | E: press@lidl.pt

Press Club: Margarida Borges | T: 21 011 33 20 | E: margarida@pressclub.pt



COMUNICADO DE IMPRENSA

- **A venda a granel/unidose** – permite aos clientes Lidl escolherem exatamente a quantidade pretendida de produtos de padaria e pastelaria, assim como de fruta e legumes, peixe congelado ou marisco, evitando um consumo excessivo.
- **Gestão eficiente do inventário** – Encomendas ajustadas às necessidades de cada loja e dos clientes. Através de ferramentas de gestão, cada Chefe de Loja sabe exatamente as melhores quantidades a encomendar, evitando o excesso e o desperdício.
- **Data Limite Lidl (DLL)** - uma data anterior à data de validade que permite aos clientes Lidl comprarem os produtos com o tempo suficiente para os consumirem em segurança e assim reduzirem o desperdício alimentar em casa. Estes artigos têm um selo identificativo e são vendidos com 30% de desconto.
- **Bom demais para deixar para trás** - Com a aproximação do fim do prazo de validade, o Lidl aplica um desconto de 50% em produtos que estão “Bons demais para deixar para trás”. Em dois anos, este projeto evitou o desperdício de quase 7 milhões de unidades de frescos, pão, carne e peixe fresco.
- **Projeto Realimenta** – Projeto que faz chegar a quem mais precisa, produtos alimentares através das lojas, entrepostos e sede do Lidl, em parceria com 1145 instituições sociais de âmbito local. Em 2022, o Lidl Portugal doou, através deste projeto, quase 3700 toneladas de alimentos, que impactaram positivamente cerca de 197.500 beneficiários.

Sobre o Lidl:

Há 28 anos em Portugal, o Lidl tem cerca de 9000 colaboradores, distribuídos por mais de 270 lojas, de Norte a Sul do país, e 4 direções regionais e entrepostos, para além da sede: Santo Tirso (Norte), Torres Novas (Oeste), Sintra (Centro) e Palmela (Sul).

Segundo o 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 para o país, representando 1,2% do PIB nacional.

Em 2023, a empresa ganhou, pela segunda vez consecutiva, a certificação Top Employer, atribuída pelo Top Employers Institute, sendo o único retalhista nacional com esta distinção, pelas suas Boas Práticas/Gestão de Recursos Humanos.

O Lidl pertence ao Grupo Schwarz e é um dos líderes de mercado a nível europeu em retalho alimentar: conta com cerca de 12.000 lojas e mais de 200 centros de distribuição e entrepostos em 31 países, apostando na disponibilização de produtos de máxima qualidade ao melhor preço e pautando-se pela simplicidade e proximidade com os seus clientes. A sua sede, na cidade alemã de Neckarsulm, é responsável pela conceção e estrutura de todos os processos estandardizados.

Lidl Portugal

Departamento de Comunicação: T: 219 102 277 | E: press@lidl.pt

Press Club: Margarida Borges | T: 21 011 33 20 | E: margarida@pressclub.pt



COMUNICADO DE IMPRENSA

A nível internacional, o Lidl conta com mais de 360.000 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 dia-a-dia, o Lidl assume a responsabilidade pelas Pessoas, Sociedade e Ambiente. Para o Lidl, a Sustentabilidade é cumprir a sua promessa de qualidade, todos os dias, centrando a sua estratégia 'Mais Lidl' em 3 dimensões: Mais para o Planeta, Mais para a Comunidade e Mais para Si.

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: T: 219 102 277 | E: press@lidl.pt

Press Club: Margarida Borges | T: 21 011 33 20 | E: margarida@pressclub.pt