



COMUNICADO DE IMPRENSA

Sintra, 24 de janeiro de 2024

Entre 2021 e 2022, segundo o seu Relatório de Sustentabilidade

MAIS DE 20% DOS ARTIGOS DE MARCA PRÓPRIA DO LIDL CONTAVAM COM CERTIFICAÇÕES AMBIENTAIS E SOCIAIS

Em apenas 4 anos, os artigos Lidl com certificações de sustentabilidade aumentaram mais de 40%, representando 22% dos seus artigos de marca própria. Ou seja, mais de 730 produtos certificados disponíveis nas lojas Lidl, de norte a sul do país, sem acréscimo de preço.

A oferta de produtos de marca própria com certificações ambientais e sociais é uma das preocupações do Lidl Portugal, especialmente nos produtos cuja matéria-prima é considerada crítica do ponto de vista da sua exploração, condições de trabalho, impacto ambiental, sustentabilidade do ecossistema ou direitos humanos.

O retalhista tem investido, ao longo dos anos, no aumento do número de produtos certificados tornando-os acessíveis aos seus clientes, assegurando uma oferta e um conjunto de fornecedores certificados, sem que tal signifique um custo acrescido para os clientes. Em 4 anos, os artigos com certificações de sustentabilidade aumentaram mais de 40%, tendo o Lidl entre 2021 e 2022, segundo o seu último Relatório de Sustentabilidade, mais de 730 produtos certificados, que representam 22% da sua marca própria em oferta permanente.

Para garantir o maior número possível de produtos com normas de certificação reconhecidas, o Lidl trabalha em colaboração com organizações externas como Fairtrade, MSC, ASC, FSC ou Rainforest Alliance / UTZ, sendo igualmente exigente na seleção dos seus fornecedores, com vista a 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 produtos de marca própria é 100% certificado; 100% das matérias-primas dos chás verde, preto e roibos de marca própria são certificadas; 100% dos abacaxis provêm de quintas com certificação Rainforest Alliance; 100% do óleo de palma utilizado

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

nos produtos de marca própria é certificado e 100% dos seus fornecedores de frutas, legumes, plantas e flores 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, e da 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. Em 2022, mais de 90% do algodão utilizado nas marcas próprias do Lidl era certificado com origem sustentável.

A oferta é vasta e o trabalho continuo estando estas medidas abrangidas na [estratégia de responsabilidade social e corporativa “Mais Lidl”](#), que define como eixos Mais para o Planeta, Mais para a Comunidade e Mais para Si. Comprometido com uma resposta sustentável do seu negócio, o Lidl Portugal [acaba de publicar o seu novo relatório de sustentabilidade referente aos anos fiscais de 2021 e 2022](#), dando a conhecer estes e outros os resultados alcançados, os objetivos a que a insígnia se propõe e as iniciativas em destaque dos seis eixos estratégicos, que integram as referidas dimensões: Proteger o Clima, Respeitar a Biodiversidade, Conservar os Recursos, Agir de Forma Justa, Promover a Saúde e Envolver através do Diálogo.

A sustentabilidade é 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, de oferecer produtos de qualidade ao melhor preço, aliando boas práticas ambientais e sociais a toda a sua cadeia de valor.

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

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 2022, o Lidl Portugal contribuiu com 3.100 milhões de euros a nível de geração de riqueza para o país, representando 1,3% 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 12.200 lojas e mais de 220 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 standardizados.

A nível internacional, o Lidl conta com mais de 376.000 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 154,1 mil milhões de euros no ano fiscal de 2022.

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