

Lidl wil top retailer in duurzaamheid worden

- 20 ambitieuze doelstellingen tegen 2020 -

Merelbeke, 26 april 2017 – Als supermarkt wil Lidl België werken aan een duurzamere wereld. Daarom heeft Lidl een nieuwe duurzaamheidsstrategie uitgewerkt met ambitieuze doelstellingen tegen 2020.

Boudewijn van den Brand, CEO Lidl België en Luxemburg: *“Als duurzame smart discounter heeft Lidl een positieve impact op haar medewerkers, klanten en maatschappij. En ons het ambitieniveau mag er zijn. Tegen 2020 willen we namelijk bij de top retailers behoren inzake duurzaamheid. Ons duurzaamheidsbeleid voeren wij onder de vlag ‘Op weg naar morgen’ en focust zich op 5 pijlers: ons assortiment, onze medewerkers, het milieu, de maatschappij en onze business partners.*

5 pijlers, 20 engagementen tegen 2020

Pijler Assortiment

Jeroen Bal, marketing- en inkoopdirecteur Lidl België en Luxemburg: *“Vanuit Lidl’s smart discount visie, streven we voor elk product dat we aanbieden naar de meest duurzame oplossing. Dit betekent dat vanaf nu elk product effectief onder de loep zal worden genomen om alle duurzaamheidsopties te bekijken.”*

De verduurzaming van het assortiment past in de strategie van Lidl. Zo verkoopt Lidl reeds enkel vlees van ongecastreerde varkens, uitsluitend parkkonijn en werden alle kooi-eieren uit het assortiment gebannen. Lidl ontving van de Eurogroup for Animals, waar ook onder andere Gaia deel van uitmaakt, de prijs voor meest diervriendelijke supermarkt van Europa.



Meer dan 90% van de producten die bij Lidl worden verkocht zijn eigen merken. Hiervan wordt ongeveer 25% door de nationale inkoopafdeling ingekocht en 75% op groepsniveau onderhandeld. Onze doelstellingen hebben betrekking op alle eigen merken.

1. Duurzaam Assortiment: 10% jaarlijkse groei van de totale omzet van duurzame producten
2. Regionale en lokale producten: 10% jaarlijkse groei van de totale omzet van regionale en lokale producten.
3. Duurzame palmolie: 100% duurzaam gecertificeerde palmolie, voor zowel eetbare als niet eetbare producten.
4. Textiel: tegen 2020, totale eliminatie van gevaarlijke chemicaliën uit de productieketen van textiel.
5. Gezonde samenstelling: tegen 2025, 20% reductie van de toegevoegde zout- en suiker, versus 2015. Voor suikerreducties focussen we ons op voedingsmiddelen die populair zijn bij kinderen. Voor de zoutconcentraties focussen we ons op de productcategorieën die worden geconsumeerd op regelmatige basis en die verantwoordelijk zijn voor een groot deel van de dagelijkse zoutinname.
6. Dierenwelzijn: Lidl blijft elk jaar opnieuw top retailer in België inzake dierenwelzijn.
7. Duurzame verpakkingen: tegen 2018 zijn, naast de primaire verpakkingen, ook de secundaire verpakkingen voor 100% vervaardigd uit gerecycleerde en/of gecertificeerde materialen.

Pijler Medewerkers

De strategie van Lidl inzake het personeelsbeleid luidt: “We motiveren alle medewerkers om hun liefde voor de klant te tonen”.

8. Top werkgever: tegen 2020 wil Lidl de beste werkgever zijn binnen de Belgische retailsector (#1 'Great Place To Work').
9. Scholen: tegen 2020 heeft elke regio een lokale samenwerking met een aantal scholen en opleidingsinstanties uit de buurt.
10. Ontwikkeling van medewerkers: vanaf 2017 krijgen alle de medewerkers een ontwikkelgesprek.
11. Diversiteit: tegen 2020 wil Lidl een correcte afspiegeling zijn van de maatschappij, met speciale aandacht op non-discriminatie van kandidaat-medewerkers. Alle medewerkers, bij wie het takenpakket het toelaat, krijgt de mogelijkheid om van thuis uit te werken. En winkelbedienden worden betrokken bij het opmaken van de planning. Dit biedt de medewerkers de mogelijkheid om hun werk-privé balans persoonlijk in te vullen.
12. Gezondheid: tegen 2020, behaalt Lidl een gezondheidscijfer van 95%.

Pijler Milieu

Lidl creëert volop win-win voor het milieu, Lidl en de klant. Zo zal het plaatsen van elektrische laadpalen een win zijn voor het klimaat en een win zijn voor de klanten, die gratis zijn fiets of auto kan opladen tijdens het shoppen in de winkel.

13. Hernieuwbare energie: tegen 2020 is 12,5% van Lidl's elektriciteitsverbruik afkomstig van eigen geproduceerde hernieuwbare elektriciteit.
14. Duurzame gebouwen: vanaf 2017, voldoet elk nieuw te bouwen distributiecentrum en filiaal aan de BREEAM standaard.
15. Transport: Lidl zal vanaf 2017 nauw samenwerken met haar leveranciers om de logistieke emissies in absolute termen te reduceren.
16. Recyclage: tegen 2020 zal Lidl 95% van alle afvalstromen selectief inzamelen.

Pijler Maatschappij

Lidl verrast als buitengewone buur overall waar er een winkel is. Deze strategie focust op de rol en de impact die elke winkel heeft op lokaal niveau.

17. Vermindering van voedselverliezen: tegen 2020, zal Lidl 25% minder voedselafval produceren tov 2015, en tegen 2025 loopt dit zelfs op tot 50%.
18. Gezonde voeding: tegen 2020, heeft elke regio een lokale samenwerking met een aantal organisaties rond gezonde voeding.

Pijler Business Partners

Als onderneming zijn we ons bewust van onze verantwoordelijkheid t.o.v. onze business partners, en bij uitbreiding de hele toeleveringsketen. Goede en duurzame relaties zijn voor ons dus essentieel. “We kiezen bewust en waar mogelijk voor lange termijn relaties met onze handelspartners die kansen geven op werkelijk duurzame oplossingen”.

19. Goede afspraken: tegen 2020 werkt Lidl met een onafhankelijk auditing platform om de prestaties op gebied van duurzaamheid van onze business partners op een efficiënte wijze op te volgen en te ondersteunen.
20. Duurzaam aankoopbeleid: tegen 2018 zijn duurzaamheidscriteria geïntegreerd in de aankoopprocedures over alle departementen heen.

Grootste smart discounter in Europa

Lidl België/Luxemburg is onderdeel van de internationale Lidl groep dat op zijn beurt onderdeel is van de Schwarz Group. Met een vertegenwoordiging in 30 landen, met 10.000 winkels en meer dan 335.000 medewerkers, vormt Lidl de grootste retailer in Europa. In België & Luxemburg tellen we momenteel zo'n 300 winkels en vier distributiecentra. De ruim 7.000 werknemers zetten zich dagdagelijks in om verse groenten, fruit en sterke eigen merken aan te bieden voor de hoogste kwaliteit aan de laagste prijs.

Meer info

www.opwegnaarmorgen.be

Isabelle Colbrandt

Woordvoerder Lidl België

M.: +32 477 40 23 63, T: +32 9 320 67 59

Isabelle.Colbrandt@lidl.be

www.lidl.be