

SOSTENIBILITÀ

La scelta green
di Lidl Italia: un aiuto
per clima e ambiente

**Il colosso della Gdo
(nella foto il presidente
Massimiliano Silvestri) ha
messo a punto un piano
che ha come focus
il benessere dei territori
in cui opera e un impegno
continuo sul fronte
della sostenibilità sociale
e ambientale**

- **Perego alle pagine 6 e 7**

Lidl pensa green e s'impegna per il clima e l'ambiente

Il colosso della Gdo, in Italia dal 1992, ha messo in campo
in questi anni un'ampia serie di iniziative e investimenti

di **Achille Perego**

IL PRESIDENTE MASSIMILIANO SILVESTRI

**«La crescita dev'essere sostenibile
Abbiamo progetti ambiziosi
per la riduzione sia delle emissioni
dirette e indirette sia per quella
della plastica degli imballaggi»**

UN «PUNTO DI RIFERIMENTO per la spesa degli italiani». È quello che è diventata in trent'anni, dall'apertura nel 1992 del primo punto vendita di Arzignano in provincia di Vicenza, Lidl Italia. E l'impegno è quello di continuare a esserlo sempre di più in futuro con un piano di crescita 2022-2024 che nel triennio vedrà 1,5 miliardi di investimenti con l'apertura di 150 nuovi punti vendita in aggiunta agli attuali 700.

Un piano che ha come focus la soddisfazione dei clienti e dei collaboratori, il benessere dei territori e delle comunità in cui opera e un impegno continuo sul fronte della sostenibilità sociale e ambientale. «Siamo convinti - spiega Massimiliano Silvestri **(nella foto in basso)**, presidente di Lidl Italia -

che se la vogliamo duratura la crescita debba essere per forza sostenibile sia dal punto di vista sociale sia ambientale. Per questo abbiamo progetti ambiziosi per la riduzione sia delle emissioni dirette e indirette sia per quella della plastica degli imballaggi. Oltre a proseguire gli investimenti in energie rinnovabili con l'autoproduzione grazie ai pannelli fotovoltaici installati nei punti vendita piuttosto che con una flotta sempre più green con l'alimentazione dei mezzi a biometano o con l'elettricità per cui abbiamo iniziato con i primi tre camion ad alimentazione elettrica».

L'impegno di Lidl per il clima e per l'ambiente comprende un'ampia serie di iniziative e investi-



Superficie 89 %

menti attuati in questi anni e che saranno implementati nei prossimi con target già annunciati come l'obiettivo della decarbonizzazione dei trasporti entro il 2030 tanto che l'azienda continuerà a investire nel potenziamento della sua flotta di camion green che vede già il 30% dei mezzi alimentato da combustibili sostenibili. A partire dall'agosto 2020 il gruppo Schwarz, di cui Lidl fa parte, ha aderito, ufficialmente alla Science-Based Targets Initiative (SBTi), impegnandosi così a stabilire traguardi da raggiungere per la tutela del clima. Nello specifico, il gruppo Lidl si è posto l'obiettivo entro il 2030 di ridurre complessivamente le emissioni in tutti i Paesi in cui opera dell'80%, rispetto a quelle prodotte nel 2019. All'interno di questa strategia, Lidl Italia ridurrà la propria carbon footprint del 48% entro lo stesso anno. Le emissioni oggetto di riduzione rientrano negli Scope 1 e 2 del Greenhouse Gas Protocol, ovvero sia quelle dirette che indirette. A questo scopo, l'azienda ha già compiuto in Italia diversi step per la riduzione delle proprie emissioni, tra cui l'utilizzo di energia rinnovabile dal 2015.

Gli ambiziosi obiettivi per la salvaguardia del clima che Lidl Italia si è prefissata, si articolano in un piano che prevede anche di intervenire sulle emissioni che vengono generate a monte della catena di approvvigionamento (rientranti nello Scope 3). Per fare ciò, verranno stabiliti incentivi per i fornitori atti a favorire la riduzione delle loro emissioni. «Il cambiamento climatico è un tema che necessita di un intervento da parte di tutti - spiega ancora Silvestri -. Fissando obiettivi climatici specifici, e basati sulla metodologia Science Based Targets, abbiamo infatti scelto di adattare la nostra strategia alle più recenti ricerche scientifiche sul clima, dimostrando in modo concreto la volontà di

partecipare attivamente alla soluzione del grave problema del riscaldamento globale. Si tratta di un percorso che abbiamo già avviato qualche anno fa quando abbiamo scelto di utilizzare energia rinnovabile in tutte le nostre strutture e che ora ci permetterà di contribuire ulteriormente a questa importante causa».

Ad oggi il 40% degli edifici di Lidl Italia ha già un proprio impianto fotovoltaico e la maggioranza dei nuovi punti vendita prevede installazioni di dimensioni sempre crescenti, in grado di coprire fino al 50% del fabbisogno energetico complessivo dell'immobile. In Lidl Italia quindi sono molto orgogliosi di essere stati la prima catena retail nel nostro Paese a impiegare energia green come ulteriore elemento di un modello economico fondato sulla sostenibilità e sulla circolarità delle risorse. E dal 2015 sono stati raggiunti risultati molto positivi: in questi anni infatti Lidl Italia è riuscita a evitare la produzione di 503.604 tonnellate di emissioni di CO2 tanto da poter affermare oggi di contribuire allo sviluppo delle fonti rinnovabili per un futuro sempre più ecosostenibile.

Infine, nell'ambito della strategia REset Plastic, Lidl Italia si è posta l'obiettivo concreto di ridurre l'impiego di plastica nelle confezioni di prodotti a marchio proprio del 20 per cento entro il 2025, oltre che di rendere riciclabile il 100 per cento dei packaging dei prodotti a marchio entro la stessa data. Ma rispetto a questi target vuole andare oltre. Per questo oltre alla plastica impiegata nelle confezioni dei propri prodotti, è intervenuta anche sugli oggetti casalinghi che periodicamente mette in vendita. E già da mesi ha reso disponibile in tutti i suoi supermercati la prima linea di prodotti per la casa realizzati con plastica riciclata al 95% dall'azienda PreZero, divisione ambientale del gruppo Schwarz.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

RESPONSABILITÀ SOCIALE

Campagna di promozione della salute della pelle

In linea con l'impegno a promuovere sani stili di vita. Lidl Italia anche quest'anno ha

deciso di sostenere la ricerca scientifica donando a favore di Fondazione Umberto Veronesi 0,50 euro per ogni solare 'Cien Sun' acquistato dal 6 al 19 giugno scorsi. L'iniziativa ha riguardato i solari per bambini con FP 50+ e quelli della nuova

linea sostenibile 'Love Your Planet'. Attraverso questa campagna, Lidl Italia contribuisce a finanziare le borse di ricerca post dottorato che verranno consegnate dalla Fondazione nel 2023 nei campi oncologia e prevenzione.

20%

Lidl Italia si è posta l'obiettivo concreto di ridurre l'impiego di plastica nelle confezioni di prodotti a marchio proprio del 20 per cento entro il 2025, oltre che di rendere riciclabile il 100 per cento dei packaging dei prodotti a marchio entro la stessa data. Ma rispetto a questi target vuole andare oltre

