



Rapport de durabilité: version abrégée
Lidl Suisse



En route
vers demain.

Acheter 
durablement
 **en toute simplicité**
pour tous 

Avant-propos

Chers clientes et clients,
Chers partenaires et amis de Lidl Suisse,



Le développement durable! Actuellement certainement l'un des mots les plus utilisés, et à raison! Les mers infestées de plastique, les forêts en feu et l'explosion des émissions en CO₂: autant de signes qu'il est temps d'agir. En tant que détaillant alimentaire, Lidl Suisse prend particulièrement à cœur sa responsabilité vis-à-vis de l'environnement, de l'homme et de l'animal. Nous inscrivons d'ailleurs cette responsabilité dans la culture de notre entreprise. Le développement durable est intimement relié à l'ensemble de notre chaîne d'approvisionnement et intégré à nos divers projets.

C'est une chose de lire à propos de son engagement environnemental. C'en est une autre de prouver ses résultats. C'est pourquoi nous publions notre deuxième rapport sur le développement durable. Ces dernières années, nous avons enregistré des progrès et des succès significatifs dans tous les domaines. Nous sommes particulièrement fiers de:



Notre partenariat
avec le
WWF Suisse



Le développement
continu de produits
durables



Notre ligne de pro-
duits de viande de
porc «Terra Natura»



L'introduction du gaz liquéfié
(GNL) comme énergie de
transition pour la logistique
de transport

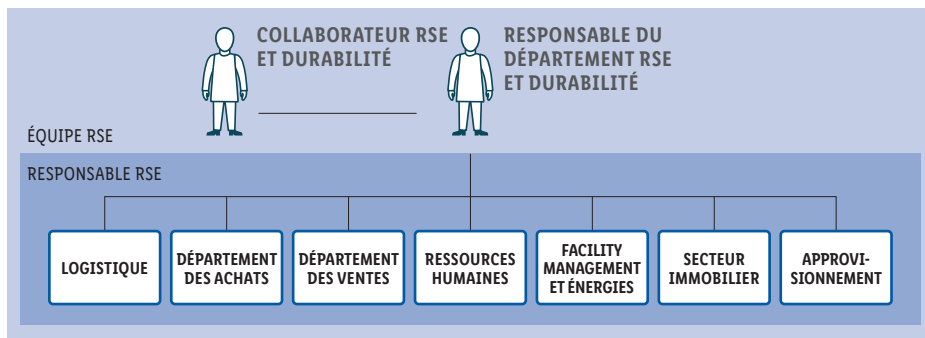
Nous tenons à remercier l'ensemble de nos partenaires pour la coopération efficace, la preuve. Je vous souhaite une lecture agréable et instructive.

Georg Kröll, CEO Lidl Suisse

Comment imposons-nous le développement durable

Chez Lidl Suisse, le développement durable n'est pas un sujet de second plan. Nous avons en effet une équipe dédiée au développement durable qui se compose d'un département central de coordination pour la RSE et la durabilité, ainsi que de responsables pour le développement durable dans chaque département individuel. Et nous cherchons ainsi toutes les opportunités de continuer à nous améliorer. Chaque département apporte sa pierre à l'édifice: La Logistique utilise de plus en plus les énergies alternatives, le département des Achats crée son assortiment avec des produits durables, le service des ressources humaines s'engage à promouvoir des conditions de travail idéales, le département Construction veille à suivre les normes de construction les plus modernes et respectueuses de l'environnement et le département des Ventes aborde des sujets tels que la réduction du gaspillage alimentaire et le développement des possibilités soutien et la confiance dont ils nous ont fait de recyclage. Nous œuvrons chaque jour à rendre les achats durables possibles et abordables pour tous. Avec notre vision d'«acheter durablement en toute simplicité pour tous», nous contribuons, en tant que distributeur, à faire de notre monde un monde plus durable.

ORGANISATION DU DOMAINE DE LA DURABILITÉ



En route vers demain.

En concevant notre gamme de produits et nos processus de vente, nous exerçons un impact considérable sur les actions durables de nos clients.

Notre base: Le modèle de responsabilité Lidl

La durabilité ne se limite pas à l'assortiment et à nos magasins. Elle doit en effet couvrir l'ensemble de la chaîne de valeur. C'est pourquoi nous travaillons avec un modèle holistique: le modèle de responsabilité Lidl. Ce modèle fournit un cadre de référence commun pour le système de gestion de la RSE. Les thèmes potentiellement stratégiques peuvent donc être attribués à l'une des quatre étapes de création de valeur.

CHAÎNE DE VALEUR ET DOMAINES DE RESPONSABILITÉ LIDL



Nos objectifs

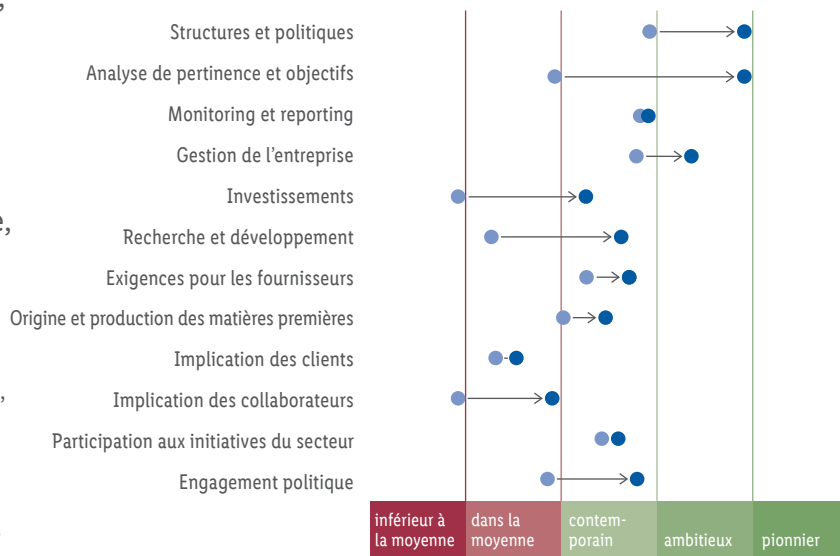
Depuis son entrée sur le marché en 2009, Lidl Suisse n'a cessé de s'améliorer dans le domaine du développement durable. Et ceci sur tous les plans: l'assortiment, l'approvisionnement et les processus opérationnels (pour en savoir plus, voir verantwortung.lidl.ch/fr). Chez Lidl Suisse, le thème du développement durable est ancré institutionnellement dans la culture de l'entreprise.

Nous ne sommes pourtant pas encore arrivés au bout du chemin, car pour être à la hauteur de notre vision d'«acheter durablement en toute simplicité pour tous», nous avons défini de nouveaux objectifs* concrets et mesurables, à moyen et long terme. À cet égard, nous nous sommes concentrés sur les domaines au plus fort impact et avons choisi de nous tourner vers les normes internationales. Nous avons fait appel à des spécialistes externes afin d'établir des objectifs qui nous permettront de participer de façon significative à la réponse aux défis mondiaux de notre temps.

Un comité de pilotage pour le développement durable au niveau de la direction examinera régulièrement chaque objectif et son niveau de réalisation.

* Les chiffres annuels indiqués dans ce chapitre se rapportent à l'exercice fiscal de Lidl Suisse de début mars à fin février.

LIDL SUISSE EN COMPARAISON AU SECTEUR **



● Lidl Suisse 2018

● Lidl Suisse 2015

** <https://www.wwf.ch/fr/nos-objectifs/classement-des-commerces-de-gros-et-de-detail-du-wwf>

FEUILLE DE ROUTE POUR LES MATIÈRES PREMIÈRES

Début 2017, Lidl Suisse et le WWF Suisse ont conclu un partenariat historique. Nous avons développé ensemble des objectifs de durabilité ambitieux le long de la chaîne de valeur avec une priorité axée sur l'environnement.

OBJECTIFS	PORTÉE	MARQUE LIDL	MARQUE	ASSOR- TIMENT STANDARD	PROMO- TION	CERTIFICATIONS ACCEPTÉES	RÉALISATION DE L'OBJECTIF JUSQU'À FIN	ATTEINT FIN	ÉTAT À LA FIN DE L'EXERCICE
Cacao	Certifié à partir d'une part de cacao de 1%	●		●	●		2017	✓ 2017	2017: 100 % 2018: 100 %
Thé noir, vert et Rooibos	Certifié à partir d'une part de thé de 5%	●		●	●		2018	✓ 2018	2017: 83 % 2018: 100 %
Café	Certifié à partir d'une part de café de 5%	●		●	●		2019	✓ 2018	2017: 88 % 2018: 100 %
Huile de palme	Food: au moins standard RSPO Mass Balance ou Bio	●		●	●		2018	✓ 2018	Food: 2017: 73 %; 2018: 100 % Near- 2017: 39 %; Food: 2018: 100 %
	Near-Food: au moins standard RSPO Mass Balance ou Bio								
Poisson et crustacés	Certifiés à partir d'une part de poisson ou de crustacés de 1%	●	●	●			2019		2017: 80 % 2018: 78 %
					●		2021		
Transport	Interdiction de transport aérien pour les fruits et légumes frais	●	●	●	●		2009	✓ 2009	2017: 100 % 2018: 100 %
	Interdiction de transport aérien pour les herbes fraîches, viande fraîche et poisson frais	●	●	●	●		2019		
Fruits tropicaux d'outre-mer	Ananas, mangues et bananes frais certifiés d'outre-mer	●	●	●	●		2019	✓ 2017	2017: 100 % 2018: 100 %
Tourbe	Abandon de la tourbe dans les terreaux préemballés	●	●	●	●		2019	✓ 2018	2017: 83 % 2018: 100 %
Papier et bois	Cellulose dans les produits d'hygiène certifié	●		●			2019		2017: 63 % 2018: 84 %
	Produits cellulotiques ainsi que les emballages primaires, secondaires et tertiaires, y compris les étiquettes certifiées	●		●			2020		
Ampoules	100 % LED	●	●	●	●		2018	✓ 2017	2017: 100 % 2018: 100 %

* Classification selon le guide poisson du WWF «recommandables» ou «acceptables»

OBJECTIFS DE DURABILITÉ (EXTRAIT*)

* Des informations plus détaillées sur ces objectifs et d'autres objectifs de développement durable sont disponibles sur notre site Internet (verantwortung.lidl.ch/fr/)

** Le chiffre indique l'année où l'objectif a été atteint.



Agriculture
et matières
premières



Chaîne d'approvisionnement
et traitement



Exploitation
et processus



Clients
et société



Achat de matières premières critiques uniquement si elles sont certifiées d'un standard de durabilité reconnu, voir **Feuille de route pour les matières premières** (objectif continu)

100% de poissons et crustacés durables dans l'assortiment permanent (2019)**

20% de l'assortiment de fruits et légumes certifié Bio ou Fairtrade (2019)

Élargissement de l'assortiment avec des produits plus respectueux de la biodiversité **9,5%** de l'assortiment permanent certifié Bio (2023)

Participation à la promotion du soja produit de manière responsable dans le monde et membre du réseau suisse pour le soja (objectif continu)



Bien-être des animaux

Plus de produits conformes à la loi suisse sur la protection des animaux (2022)

Élargissement de l'offre de produits avec un label Bien-être animal: **100%** de la viande d'agneau fraîche respectueuse des normes **SST** et **SRPA** (2020)

Exigences minimales **«Swissmilk green»** pour tous les laits frais et produits laitiers suisses de nos propres marques (2022)

Interdiction de l'usage préventif des antibiotiques et aucune hormone dans la viande fraîche (objectif continu)



Climat et énergie

Réduction des émissions de gaz à effet de serre pour atteindre l'objectif de l'ONU de **1,5 degrés**

Objectifs de protection du climat selon les **Science Based Targets (SBT)** et **validation externe** (2021)

Pas d'acheminement en avion

pour l'assortiment Food permanent (2019)

Approvisionnement des magasins **sans énergie fossile** (2030)

Gestion de l'énergie certifiée dans tous les entrepôts, magasins et départements administratifs

Neutre en CO₂: Compensation annuelle de l'empreinte carbone (depuis 2015)

Installations photovoltaïques pour tous les magasins standard non situés dans une zone ombragée (2025)

Nouvelles installations ou transformations si possible selon la norme **Minergie**

Promotion de la vente de produits **végan et végétarienne** (objectif continu)



Économie circulaire et emballage

Optimisation, réduction, recyclage

- 20 % de plastique pour les emballages des produits de propre marque (2025) **> 100 tonnes** de plastique en moins pour les fruits et légumes (2022)

Réduction des déchets non recyclables à **< 10 %** (2025)

Réduction des déchets alimentaires d'au moins **30 %** pour les entrepôts et les magasins (2025)

Sensibilisation des clients et des collaborateurs au gaspillage alimentaire (objectif continu)



Êtres humains

Analyses des risques et mise en œuvre de mesures de protection des droits de l'homme (objectif continu)

Label Friendly Work Space (2021)

4 semaines de congé de paternité payé (2020) et CCT attractive

40 % de femmes dans l'encadrement (2025)

10 % des collaborateurs (taux d'occupation > 40 %) s'engagent pendant leur temps de travail pour la nature et la société (2025)

80 % des postes à responsabilité pourvus par des candidats internes (2022)

100 apprentis (2025)

Dons à des organisations sociales et de protection de l'environnement d'intérêt public en Suisse (objectif continu)

Agriculture et matières premières

Améliorer le bien-être animal: encourager la diversité

La production alimentaire a un impact considérable sur l'environnement. C'est pourquoi nous avons choisi de mettre l'accent sur et d'assumer notre responsabilité envers l'environnement et l'animal.

Afin d'apporter notre contribution à la protection des écosystèmes, nous nous fixons des objectifs ambitieux pour les matières premières potentiellement critiques et nous élargissons constamment notre gamme bio. Nous assumons par ailleurs pleinement notre responsabilité en mettant en place des programmes de durabilité ciblés et en nous impliquant dans des partenariats et des groupes de travail multipartites.

En tant que distributeur de produits d'origine animale, le bien-être des animaux est un enjeu essentiel pour nous. Nous prenons ainsi en compte les conditions d'élevage, de transport et d'abattage des animaux. La majeure partie de notre gamme de produits d'origine animale provient de Suisse. Nous travaillons également en étroite collaboration avec des fournisseurs et des organisations reconnues dans le but d'établir et d'améliorer continuellement des normes supérieures aux exigences minimales légales, en Suisse et à l'étranger.

Grâce à un suivi rigoureux de nos directives, à des contrôles et à des échanges réguliers avec nos partenaires, nous nous assurons de l'efficacité de nos mesures.

Vous trouverez des informations détaillées sur les engagements décrits ci-après dans le rapport de durabilité, aux pages 13 à 19:

- Feuille de route pour les matières premières: objectifs ambitieux en termes de durabilité pour l'exploitation des matières premières critiques;
- Engagement pour un soja produit de manière responsable;
- Soutien de l'agriculture biologique;
- Élevage naturel de bœufs de pâturage bio;
- Viande de porc respectueuse des animaux grâce à notre label «Terra Natura»;
- Projet de recherche avec l'Institut de recherche pour l'agriculture biologique (FiBL) «Développement et transmission de connaissances dans le domaine de l'élevage des veaux par les mères et les nourrices»;
- Une viande fraîche sans antibiotiques ni hormones.



FiBL



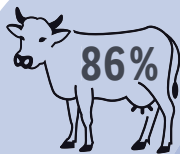
BIO
Organic



Depuis début 2019,
la totalité de l'huile de
palme de nos propres
marques est certifiée.



100%

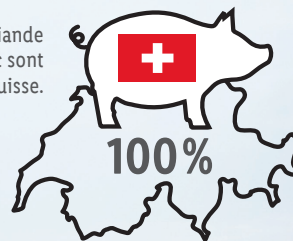


Notre viande de bœuf
de l'assortiment standard
provient à 86 %
de Suisse.



Notre gamme standard
comprend désormais 7,8 %
de produits alimentaires
certifiés bio.

100% de la viande
de veau et de porc sont
d'origine suisse.



Chaîne d'approvisionnement et traitement

Préserver les ressources: vivre l'équité

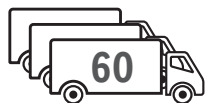
La production de nos produits peut avoir de graves conséquences pour l'environnement. Notre chaîne de valeur inclut des fournisseurs et leurs collaborateurs de cinq continents. Pour nous, cela est très clair: nous pouvons faire dans ce domaine une énorme différence et contribuer à la préservation de l'environnement et à la promotion de conditions de travail décentes.

Grâce à des échanges réguliers avec nos fournisseurs, partenaires et parties prenantes, nous évaluons l'impact sur le terrain et développons des mesures pour le réduire. Grâce à l'adoption de directives et de systèmes de suivi, nous cherchons à améliorer les conditions de travail dans les sites de production et à contrôler en permanence l'efficacité des mesures instaurées. C'est pourquoi Lidl Suisse cherche à établir des partenariats commerciaux fiables, justes et durables. Parmi les 300 fournisseurs avec qui nous travaillons, 60 sont avec nous depuis notre entrée sur le marché.

Vous trouverez des informations détaillées sur les engagements décrits ci-après dans le rapport de durabilité, aux pages 20 à 25:

- Nous ne cessons d'optimiser nos emballages;
- Nous appliquons par exemple une interdiction de transport aérien pour les fruits et légumes frais;
- Exigences environnementales strictes dans le cadre de la production de textiles;
- Projet «WAVER»: économie d'eau et d'emballages;
- Normes sociales dans le domaine non alimentaire.





60 de nos fournisseurs suisses sont à nos côtés depuis notre entrée sur le marché en 2009.



Au cours de l'exercice 2018, Lidl Suisse proposait 136 produits certifiés Fairtrade.

-20% 

À l'horizon 2025, l'entreprise veut réduire de 20 % le recours au plastique dans les emballages des produits de marque Lidl Suisse et les concevoir tous (100 %) de façon à ce qu'ils soient recyclables.



Exploitation et processus

Augmenter l'efficacité: motiver les collaborateurs

Nous veillons à une utilisation soigneuse des ressources dans nos activités quotidiennes. Nous essayons de donner le bon exemple en termes d'émissions de gaz à effet de serre et d'efficacité des ressources.

Nous employons plus de 3500 collaborateurs, et il nous tient à cœur d'être un employeur fiable qui ouvre des perspectives à tous ses employés.

À travers des normes sociales élevées, une rémunération juste et de nombreuses possibilités de développement, nous souhaitons proposer à nos collaborateurs un environnement de travail passionnant et faire figure d'employeur attractif sur le marché du travail.

Vous trouverez des informations détaillées sur les engagements décrits ci-après dans le rapport de durabilité, aux pages 27 à 33:

- Préservation des ressources;
- Mesures contre le gaspillage alimentaire;
- Réduction continue de notre empreinte CO₂;
- Un approvisionnement des magasins sans énergie fossile d'ici 2030;
- Concept de bâtiment durable pour tous nos magasins;
- Efficacité énergétique certifiée;
- Énergies renouvelables;
- Conditions de travail attractives;
- Équilibre vie privée et professionnelle pour nos collaborateurs;
- Formation initiale et continue.




70% 30%

70% des employés sont des femmes et 30% sont des hommes. Près de 50% de nos magasins sont dirigés par des femmes.






CO₂ -46%

Nous avons réduit nos émissions de CO₂ de 46% par rapport à l'année de référence 2013.



MESURES CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE



PROCESSUS DE COMMANDE

- simples et efficaces
- rigoureusement organisés
- calculés de manière précise
- objectif journalier: vente de l'intégralité des produits frais
- peu de déchets



RABAIS

- vérification matinale de la date limite de consommation
- réduction ciblée du prix des articles dont la durée de conservation arrive presque à échéance
- 30% de réduction sur le pain datant de la veille



DONS DE PRODUITS ALIMENTAIRES

- Dans la mesure du possible, les magasins font don de leurs produits alimentaires à diverses organisations



INSTALLATIONS DE PRODUCTION DE BIOGAZ

- pour les aliments impropres à la consommation
- pour les produits ne pouvant légalement plus faire l'objet d'un don à des organisations caritatives

Clients et société

Instaurer la transparence: être responsable

Étant donné notre position clé entre producteurs et consommateurs, nous considérons qu'il est de notre responsabilité de contrôler la qualité de nos produits en permanence. Dans ce cadre, outre la qualité et la sécurité des produits, les critères de qualité décisifs reposent également sur leur durabilité, leur origine locale et leur transparence. En tant qu'entreprise basée en Suisse, nous souhaitons apporter notre pierre à l'édifice du développement social du pays.

Par la conception d'un assortiment de produits durables, nous pouvons influencer l'impact écologique et social lié à la consommation de la population. Nous souhaitons rendre les achats durables aussi simples, transparents et accessibles que possible pour nos clients.

De plus, nous souhaitons faire le maximum pour apporter notre contribution au développement social du pays. Nous orientons notre engagement autant que possible sur notre cœur de métier. À cette fin, nous agissons de manière ciblée à l'aide de nos partenaires ainsi que de levées de fonds et de sponsoring.

Vous trouverez des informations détaillées sur les engagements décrits ci-après dans le rapport sde durabilité, aux pages 35 à 39:

- Qualité éprouvée pour tous les produits;
- Utilisation de produits phytosanitaires;
- Réduction des sucres et du sel;
- Notre initiative «Petit mais remarquable»;
- Transparence de nos produits pour permettre des décisions d'achat en connaissance de cause;
- Soutien de plus de 450 projets dans toute la Suisse.



98% de nos fournisseurs de produits alimentaires suisses sont certifiés par des normes de sécurité alimentaire officielles.



petit mais
remarquable



Une étiquette de traçabilité est collée sur les caisses de nos fruits et légumes frais.



Au cours de l'exercice 2018, Lidl Suisse a introduit 2080 produits à label écologique et social.

Vous trouverez des informations détaillées dans le rapport de durabilité 2017/2018.



Lidl Suisse, Dunantstrasse 15, 8570 Weinfelden
www.verantwortung-lidl.ch/fr



Les produits d'impression
certifiés Cradle to Cradle™
produits par Vögel AG.
À l'exception des reliures.