



Passione per l'Italia



Lidl in Italia

594 punti vendita in 19 regioni e 104 province

10 centri logistici

12.710 dipendenti

4,6 milioni di clienti a settimana

30 nuove aperture di punti vendita nel 2017

51 cantieri aperti nel 2017





La media company della GDO



Live da agosto 2012

2.014.961
fan



Live da aprile 2015

106.112
follower



Live da marzo 2016

31.774
follower

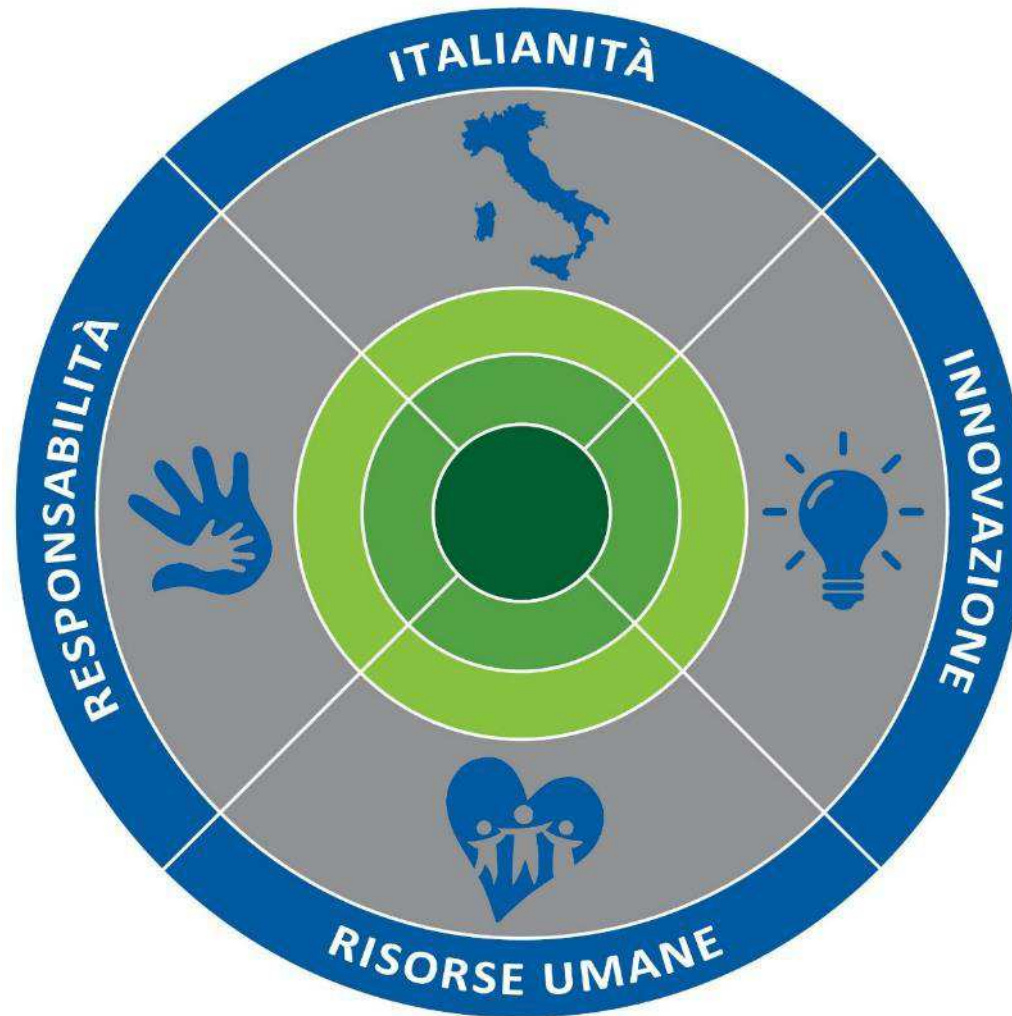


Live da 2014

33.606
follower



I punti cardinali di Lidl Italia





La responsabilità aziendale di Lidl

ASSORTIMENTO



AMBIENTE



SOCIETÀ



COLLABORATORI



PARTNER
COMMERCIALI





Un assortimento responsabile: Lidl offre prodotti sostenibili

Obiettivo:

creare un assortimento sempre più sostenibile e sicuro, garantendo un'elevata qualità ad un prezzo conveniente



Come:

- Approvvigionamento sostenibile
- Implementazione di note certificazioni
- Analisi costante dei nostri prodotti
- Italianità dell'assortimento



Un assortimento responsabile: Lidl offre prodotti sostenibili

POLITICHE DI ACQUISTO



CERTIFICAZIONI DI SOSTENIBILITA'



ALIMENTAZIONE SENZA RINUNCE





Sviluppo sostenibile: Lidl rispetta l'ambiente

Obiettivo:

Ridurre i possibili effetti negativi del nostro operato sull'ambiente



Come:

- Utilizzo di tecnologie innovative
- Razionalizzazione dei processi aziendali
- Utilizzo di energia da fonti rinnovabili
- Metodi di costruzione di ultima generazione
- Raccolta differenziata
- Sensibilizzazione dei nostri collaboratori



Sviluppo sostenibile: Lidl rispetta l'ambiente

NUOVI PUNTI VENDITA GREEN



SENSIBILIZZAZIONE DEI NOSTRI COLLABORATORI



EFFICIENZA ENERGETICA (ISO 50001)



ATTENZIONE AL RICICLO



100% ENERGIA RINNOVABILE





Collaborazione con partner aziendali

Obiettivo:

Puntiamo a creare rapporti duraturi con i fornitori, basati sulla correttezza reciproca, un approccio collaborativo e un comportamento etico



Come:

- Collaborazione con fornitori locali
- Firma di un codice di condotta
- Promozione dell'italianità
- Export di prodotti italiani



Un datore di lavoro responsabile

Obiettivo:

Ci impegniamo ad offrire un ambiente di lavoro positivo e produttivo, attraverso una gestione delle risorse umane equa, orientata al futuro e al benessere del collaboratore.



Come:

- Ottimizzazione delle politiche di gestione delle risorse umane
- Attenzione al benessere dei collaboratori e alla loro crescita professionale
- Percorsi formativi ad hoc



Un datore di lavoro responsabile

GREAT PLACE TO WORK 2017



TOP EMPLOYER ITALIA 2017



MANAGEMENT DELLA SALUTE



MODELLO DI LEADERSHIP



WORK-LIFE BALANCE





L'Impegno di Lidl per la società

Obiettivo:

Siamo parte della società in cui operiamo e vogliamo offrire il nostro contributo mediante iniziative concrete e radicate nel territorio



Come:

- Collaborazione con enti benefici e Onlus su tutto il territorio italiano
- Realizzazione di progetti concreti sia a livello nazionale che locale
- Promozione di uno stile di vita sano



L'Impegno di Lidl per la società

COLLABORAZIONE CON LA CROCE ROSSA ITALIANA



INIZIATIVE RADICATE SUL TERRITORIO



PARTECIPAZIONE ALLA COLLETTA ALIMENTARE



PROMOZIONE DELLA SANA ALIMENTAZIONE





COSA SI FA PER CONTRASTARE GLI SPRECHI?

Informare i Consumatori: etichetta, TMC, scadenza, modalità d'uso

Promuovere la comprensione dei concetti di Shelf life, Shelf Life primaria, Shelf Life secondaria

Gestione delle scorte alimentari: approccio gestionale «fifo», «fefo», «lifo»

Sconti sui prodotti alimentari prossimi alla fine della durabilità

Donazione



Parlamento europeo

2014-2019



Commissione per l'ambiente, la sanità pubblica e la sicurezza alimentare

2016/2223(INI)

8.12.2016

PROGETTO DI RELAZIONE

sull'iniziativa sull'efficienza sotto il profilo delle risorse: ridurre lo spreco alimentare, migliorare la sicurezza alimentare
(2016/2223(INI))


Commissione per l'ambiente, la sanità pubblica e la sicurezza alimentare

Relatore: Biljana Borzan

<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-%2F%2FEP%2F%2FNONSGML%2BCOMPARL%2BPE-595.612%2B01%2BDOC%2BPDF%2BV0%2F%2FIT>



| Legal notice | Cookies | Contact | Search | English (EN) ▼




EUROPEAN COMMISSION

Public Opinion

European Commission > DGs > Communication > Public Opinion

Home What's New? Public Opinion and... Eurobarometer Interactive Links Archives

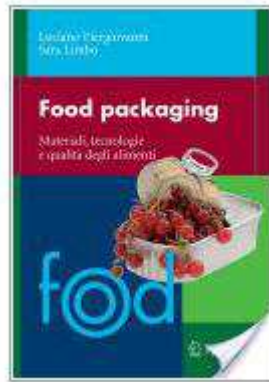
1974 1976 1978 1980 1982 1984 1986 1988 1990 1992 1994 1996 1998 2000 2002 2004 2006 2008 2010 2012 2014 2016



Year	Reference	Title	Fieldwork	Publication Date
2015	425	Food waste and date marking	September 2015	October 2015

▶ Reports (1)

<http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/FLASH/yearFrom/1974/yearTo/2016/surveyKy/2095>



Shelf life o durabilità

Shelf life primaria

Shelf life secondaria

Food packaging: Materiali, tecnologie e soluzioni

Luciano Piergiovanni, Sara Limbo

Springer Science & Business Media, 07 mag 2010 - 562 pagine





http://www.salute.gov.it/imgs/C_17_pagineAree_1187_listaFile_itemName_1_file.pdf

E' possibile distribuire derrate alimentari con il Termine Minimo di Conservazione (TMC) con la dicitura "consumarsi preferibilmente entro..." o "da consumarsi preferibilmente entro la fine" raggiunto o superato.

«ANCORA BUONO!»

Categoria prodotto	Intervallo di consumo consigliato	Caratteristiche discriminanti per l'utilizzo dell'alimento
Pasta secca, riso, cous-cous, semola, farine (Biscotti secchi, muesli, cereali da prima colazione, corn-flakes, cracker, grissini etc.)	1 - 2 mesi	Presenza e/o odore di muffa, confezioni non integre, presenza di insetti.
Dolci confezionati (merendine, panettoni, prodotti dolciari a base di cioccolato etc.)	1 - 2 mesi	Presenza e/o odore di muffa, confezioni non integre, presenza di insetti.
Farine e cereali	1 - 2 mesi	Presenza e/o odore di muffa, confezioni non integre, presenza di insetti.
Caffè macinato, cacao, the e infusi etc.	12 mesi	Presenza e/o odore di muffa, confezioni non integre, presenza di insetti.
Olii, grassi	12 mesi	Presenza e/o odore di muffa, confezioni non integre, presenza di insetti e segni di evidenza di irrancimento.
Conservare sott'olio (tonno, carciofi, funghi etc.)	12 mesi	Presenza di attività fermentativa (bollicine di gas), alterazione della confezione, (rigonfiamenti), presenza di muffe, confezioni non integre.
Confetture e conserve (legumi, pelati, passate, verdure etc.)	1 - 2 mesi	Alterazione della confezione (rigonfiamenti), alterazione del colore o dell'odore, presenza di muffe, confezioni non integre.
Bevande e bevande UHT (es. succhi di frutta e latte etc.)	6 mesi	Alterazione del gusto, alterazione del colore/odore, alterazione della confezione, sedimentazione, confezioni non integre.
Prodotti surgelati	1 - 2 mesi	Presenza di bruciature da freddo o di cristalli di ghiaccio.
Prodotti in polvere liofilizzati (latte, orzo, etc.) eccetto i prodotti destinati alla prima infanzia	6 mesi	Presenza e/o odore di muffa, confezioni non integre, presenza di insetti.
Spezie, erbe aromatiche e salse (maionese, ketchup, senape etc.)	6 mesi	Presenza e/o odore di muffa, confezioni non integre, presenza di insetti.
Uova in guscio	1 settimana con conservazione in frigorifero Consumo previa cottura	Cattivo odore (alla apertura), crepe nel guscio, cambiamento di colore o consistenza del tuorlo.
Pane confezionato (pan carré etc.)	1 settimana	Presenza e/o odore di muffa, presenza di insetti.
Acqua confezionata in bottiglia	12 mesi	Intorbidimento, alterazione del gusto.
Prodotti a base di carne (prodotti di salumeria crudi / cotti / stagionati) in pezzi interi	2 mesi	Presenza e/o odore di muffa, perdita delle caratteristiche sensoriali tipiche, segni di evidenza di irrancimento della parte grassa.
Prodotti a base di carne (prodotti di salumeria crudi / cotti / stagionati) affettati confezionati	1 mese	Confezioni non integre, alterazione della confezione (rigonfiamenti), alterazione del colore, dell'odore, consistenza, presenza di muffe.



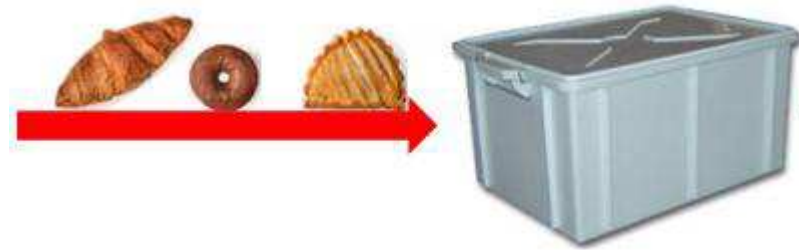


FIFO
LIFO
FEFO





L'accordo con il BANCO ALIMENTARE Le difficoltà incontrate



DISTRIBUZIONE AI FINI DI
SOLIDARIETA' SOCIALE

Greece To Allow Sale of Expired Food



<http://greece.greekreporter.com/2012/10/12/greece-to-allow-sale-of-expired-food/>



Greece To Allow Sale of Expired Food

Greece reportedly will allow the sale of expired foods in supermarkets and retail stores at one-third of their original price. The Ministry of Development has instituted a regulation for distribution and trade of products concerning the disposal of food that has expired without clarifying how long past the date they could still be on shelves, **but only for foodstuffs that aren't perishable.**



IN DANIMARCA APRE WEFOOD, IL PRIMO SUPERMERCATO CHE VENDE CIBI SCADUTI



<https://www.greenme.it/consumare/eco-spesa/19417-supermercato-cibi-scaduti-danimarca>



Wefood sells goods that regular supermarkets can no longer sell **due to overdue 'best before' dates**, incorrect labels or damaged packaging. The products found in Wefood are still edible and safe to consume according to the Danish food legislation, but have simply lost their value to the partner donating them.

<https://donate.danchurchaid.org/join-us/wefood>





Comunicato stampa

Lussemburgo, 17 gennaio 2017

Secondo la Corte dei conti europea, l'UE può, e deve, intervenire meglio per combattere efficacemente lo spreco alimentare

In base a una nuova relazione della Corte dei conti europea, sebbene una serie di politiche dell'UE abbia il potenziale per lottare contro lo spreco di cibo, detto potenziale non è sfruttato. Le azioni intraprese sinora rimangono frammentate ed intermittenti e manca il coordinamento a livello della Commissione. A giudizio della Corte, la proposta più recente dell'UE per trattare lo spreco alimentare, vale a dire la creazione di una piattaforma, non affronta fino in fondo i problemi menzionati nella relazione.

<http://publications.europa.eu/webpub/eca/special-reports/foodwaste-34-2016/it/>





Grazie

