Lidl gestiona la minimización del desperdicio alimentario

Lidl ha logrado la certificación de Bureau Veritas sobre el sistema de gestión para minimizar el desperdicio de alimentos (SG-MDA) en todas sus tiendas y centros logísticos de España, convirtiéndose así en el primer supermercado en obtener esta distinción.

Este reconocimiento se ha producido después de que Lidl España haya superado el proceso de auditoría independiente de Bureau Veritas, líder mundial en servicios de inspección, certificación y ensayos. De esta forma, **la certificadora avala la eficiencia de su sistema de gestión, con el que reduce y previene la generación de residuos de alimentos en toda su cadena de suministro** y se garantiza la mejor gestión de esos mínimos residuos producidos.

“Esta certificación es un reconocimiento al trabajo que desde Lidl estamos haciendo desde hace muchos años para prevenir y disminuir el desperdicio alimentario en nuestro compromiso con la sociedad y el medio ambiente. Además de todas las medidas que tomamos a lo largo de toda la cadena de suministro para gestionar este tipo de residuos, tratamos de concienciar a nuestros consumidores de la importancia de la correcta gestión de los alimentos que compran, por ello, por ejemplo ponemos a su disposición un catálogo de recetas de aprovechamiento en nuestra web. Todos podemos sumar en la lucha contra el desperdicio alimentario” asegura Michaela Reischl,

directora de RSC de Lidl en España.

Y es que la Comisión Europea estima que 89 millones de toneladas de comida en buen estado se desperdicia cada año en la Unión Europea, produciéndose el 42% del mismo en los propios hogares.

Al mismo tiempo tal y como apunta la ONU, una de cada nueve personas en el planeta pasa hambre y sufre desnutrición. Sin embargo, el desperdicio alimentario conlleva además graves consecuencias ambientales, como el agotamiento de las tierras de cultivo, deforestación, así como elevados niveles en el consumo de agua, energía y generación de residuos, que tienen un efecto negativo en el cambio climático y calentamiento global.

Además cabe destacar que Lidl es la única empresa que trabaja con Residuo Cero en todas sus plataformas logísticas de la península, lo que acredita la gestión, clasificación, valorización y recuperación de forma centralizada tanto de los desperdicios generados en los propios almacenes como los que retornan de las tiendas, un hito más que garantiza un mayor control de todos los desechos, incluyendo los alimentos.

Todas estas medidas se marcan en el compromiso de Lidl de reducir el desperdicio alimentario en un 30% hasta 2025 y en un 50% hasta 2030.

“Nos llena de satisfacción que empresas como Lidl adopten medidas eficientes para fomentar la economía circular y, a través de nuestra certificación, demuestren su compromiso con las recomendaciones de la FAO, los Objetivos de Desarrollo Sostenible para la Agenda 2030 de la ONU, la estrategia agroalimentaria de la Unión Europea, "De la Granja a la Mesa", y el Pacto Verde Europeo” explica Teresa Rodon, directora comercial y responsable RSC y Medioambiente de Bureau Veritas España y Portugal.

Un modelo de negocio sostenible con medidas preventivas y reactivas

El certificado de Bureau Veritas pone en valor las distintas líneas de trabajo que la cadena pone en marcha en su compromiso con el desperdicio alimentario. **Entre sus medidas de carácter preventivo destaca su eficiente planificación y gestión de su surtido con pedidos optimizados y ajustados**. En este sentido, Lidl cuenta con un sistema automatizado para realizar los pedidos que abastecen sus tiendas y permiten optimizar las cantidades de mercancía presentes en sus lineales en función de su rotación. Con ello, se garantiza que los establecimientos tienen siempre los artículos que se venderán, minimizando al máximo el stock de producto sobrante tanto en la sala de ventas como en los almacenes. Además, la compañía lleva a cabo un control diario de fechas, aplicando entre un 30% y 50% de descuento en artículos cuya fecha de retirada de sus lineales sea próxima, potenciando así su venta.

La enseña cuenta también con recursos post-venta, buscando una salida para aquellos productos

que generalmente se encuentran próximos a su fecha de caducidad y carecen de valor comercial no siendo, en consecuencia, aptos para su venta, pero sí para su consumo. Al respecto, de forma permanente y continuada a lo largo del año, Lidl dona productos en el 75% de sus tiendas cooperando con unas 40 ONGs locales, con el firme compromiso de seguir aumentado sus colaboraciones hasta cubrir el 100% de sus centros de venta hasta finales de 2021. **Solo en el último año, la compañía donó más de 2 millones de kg de alimentos**. Asimismo, busca una segunda vida para el excedente de determinados productos como su carne, que se destina a harinas para petfood, biogás o valorización energética, evitando así más desperdicio.