Lidl Portugal quer reduzir emissões em pelo menos 70% até 2030

4 de Agosto, 2021

O Grupo Schwarz, ao qual o Lidl pertence, aderiu, em nome de todas as empresas que o compõem, à iniciativa Science Based Targets (SBTi) em agosto de 2020, comprometendo-se assim a formular as suas próprias metas. Em linha com os objetivos do Grupo, o Lidl Portugal definiu igualmente metas e métricas específicas, com base na sua pegada, que procurarão reduzir de forma contínua as emissões de gases com efeito de estufa a nível operacional e da sua cadeia de valor. Em linha com a visão do Lidl Internacional, o Lidl Portugal optou por uma abordagem que visa, em primeiro lugar, evitar estas emissões, em seguida reduzi-las e, por último, compensá-las na ausência de outra opção, pode ler-se num comunicado.

Nesse sentido, até 2030, o Lidl Internacional compromete-se a reduzir as suas emissões, a nível operacional, em 80%, face a 2019. O Lidl Portugal apoiará este objetivo internacional com uma redução das suas emissões em pelo menos 70%. “Um compromisso bastante ambicioso, embora diferente do assumido a nível internacional, fruto do trabalho que a empresa já tem vindo a fazer desde 2019 com a passagem para 100% de eletricidade proveniente de fontes renováveis. Ao fazê-lo, está igualmente a contribuir alcançar a neutralidade climática já em 2022”, precisa o comunicado.

O Lidl Portugal já implementou diversas medidas que visam reduzir a pegada carbónica. Com base na avaliação da sua pegada em Portugal, o retalhista identificou a origem de grande parte das suas emissões. Nesse sentido, lê-se na mesma nota, o retalhista já em 2019 fez a transição para eletricidade 100% verde, proveniente de fontes renováveis, em todos os seus edifícios. Para além disso, a empresa tem igualmente investido na instalação, sempre que possível, de painéis fotovoltaicos nas suas lojas, entrepostos e sede, evitando a libertação de CO₂, em resultado da produção de energia elétrica renovável, destaca o comunicado.

Para atingir estas metas ambiciosas, o Lidl desenvolveu um plano de ação abrangente como parte da sua estratégia climática, que aborda não só as emissões diretas produzidas, mas também as emissões indiretas que são geradas na cadeia de valor. Neste sentido, os seus fornecedores, responsáveis por 75% das emissões relacionadas com produto (âmbito 3), deverão estabelecer metas climáticas, segundo a metodologia Science Based Targets (SBTi), até 2026.