

Dobré správy

o trvalej udržateľnosti za rok 2018

Sme o krok bližšie k lepšiemu zajtrajšku!



Redukcia plastov nie je jediné,
v čom sme sa minulý rok zlepšili.
Spoznajte všetky naše úspechy.



O NAŠICH DOBRÝCH SPRÁVACH

OBSAH

Dobré správy o trvalej udržateľnosti za rok 2018 obsahujú dáta a štatistiky o aktivitách spoločnosti Lidl Slovenská republika za obchodný rok 2018 (od 1. marca 2018 do 28. februára 2019). Okrem nich sú v nich uvedené aj aktuálne informácie o CSR projektoch, ktoré firma zrealizovala do 31. 7. 2019. Rozsah tém je užší, ako bol v Správe o trvalej udržateľnosti za obchodný rok 2017. Ich výber sme robili na základe záverov zrealizovaných stakeholderských dialógov s dodávateľmi, médiami a so zástupcami neziskového a štátneho sektora, ktoré prebehli v októbri 2018 a máji 2019. Jednotlivé témy sú rozdelené do 4 hlavných kapitol: Suroviny a poľnohospodárstvo, Dodávateľský reťazec a spracovanie, Prevádzka a procesy, Zákazníci a spoločnosť.

CIEĽOVÁ SKUPINA

Stakeholderi spoločnosti Lidl Slovenská republika – zákazníci, zamestnanci, médiá, dodávatelia, predstavitelia verejného sektora, neziskového sektora, ostatnej odbornej i širokej verejnosti.

DÁTUM VYDANIA

30. 8. 2019

POUŽITÁ METODIKA REPORTOVANIA

Dobré správy o trvalej udržateľnosti sú inšpirované metodikou GRI Sustainability Reporting Standard. V rámci tejto brožúry reportujeme iba tematicky špecifické indikátory, pričom manažérske prístupy uvádzame len stručne, nakoľko sú totožné s tými, ktoré sú zverejnené v našej Správe o trvalej udržateľnosti za obchodný rok 2017. V rámci jednotlivých kapitol sú uvedené aj relevantné Ciele udržateľného rozvoja (SDGs) podľa OSN, k splneniu ktorých Lidl svojimi aktivitami prispieva.

CYKLUS REPORTOVANIA

Spoločnosť Lidl Slovenská republika plánuje vydávať Dobré správy o trvalej udržateľnosti na dvojročnej báze. Komplexnú Správu o trvalej udržateľnosti podľa metodiky GRI Standards v „core“ verzii Lidl vydá najbližšie v roku 2020. Táto správa má tiež dvojročný cyklus reportovania.

KONTAKTNÁ OSOBA PRE PRÍPADNÉ OTÁZKY O SPRÁVE ALEBO JEJ OBSAHU:

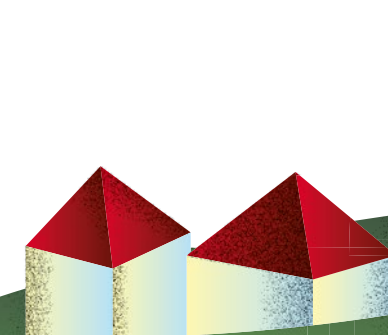
Zuzana Sobotová
Vedúca oddelenia CSR koordinácie
zuzana.sobotova@lidl.sk
Lidl Slovenská republika, v. o. s.
Ružinovská 1/E
821 02 Bratislava
Slovenská republika



www.spolocenskazodpovednost.sk

OBSAH

VITAJTE NA NAŠEJ CESTE K LEPŠIEMU ZAJTRAJŠKU	5
1. SUROVINY & POĽNOHOSPODÁRSTVO	6
1.1 ZVIERATÁ SI ZASLÚŽIA VIAC	7
2. DODÁVATEĽSKÝ REŤAZEC & SPRACOVANIE	9
2.1 PLASTA LA VISTA	10
2.2 ELEKTRONIZÁCIOU K TRANSPARENTNOSTI	14
2.3 DIALÓGY S DODÁVATEĽMI NÁS POSÚVAJÚ VPRED	15
3. PREVÁDZKA & PROCESY	16
3.1 VÝSTAVBA S OHĽADOM NA PLANÉTU	17
3.2 EKOLOGICKÉ POSILY V NAŠEJ FIREMNEJ FLOTILE	19
3.3 NOVÁ ÉRA BEZ PAPIERA	20
3.4 BYŤ SKVELÝM ZAMESTNÁVATEĽOM JE PRE NÁS PRIORITA	21
4. ZÁKAZNÍCI & SPOLOČNOSŤ	27
4.1 POTRAVINY S PRIDANOU HODNOTOU	28
4.2 ČASY SA MENIA, ALE ZDRAVIE STÁLE ZOSTÁVA NA PRVOM MIESTE	29
4.3 SME DOBRÝM SUSEDOM VŠADE, KDE PÔSOBÍME	34
4.4 PÔSOBÍME GLOBÁLNE, MYSLÍME LOKÁLNE	37
5. INDIKÁTORY ZA OBCHODNÝ ROK 2018	40



VITAJTE NA NAŠEJ CESTE K LEPŠIEMU ZAJTRAJKU!

Dovoľte, aby sme sa vám na úvod predstavili. Voláme sa Kamil a Janka a sme poslaami Dobrých správ o trvalej udržateľnosti v spoločnosti Lidl Slovenská republika.



V Lidlí sme sa zaviazali, že každý rok budeme svojich partnerov informovať, aké výsledky sme dosiahli pri naplňaní svojich cieľov a záväzkov v oblasti spoločenskej zodpovednosti (CSR). Nejde však o rovnaký druh reportu, aký sme vydali v roku 2018. Komplexnú správu o svojich aktivitách v oblasti trvalej udržateľnosti podľa metodiky GRI Sustainability Reporting Standards vydávame na dvojročnej báze a môžete sa na ňu tešiť v auguste 2020.

Čo sú teda tie Dobré správy?

Ide o „medziroport“, ktorý obsahuje informácie a štatistiky o našich CSR aktivitách a projektoch za obchodný rok 2018 (marec 2018 – február 2019). Okrem týchto informácií v ňom však nájdete aj novinky a naše úspechy, ktoré sme dosiahli na svojej ceste k lepšiemu zajtrajšku do 31. 7. 2019. Dobré správy sú písané hravou formou a ich čitateľov po jednotlivých témach sprevádzajú deti, ktoré pridávajú svoje postrehy a nápady. Deti spolu so životným prostredím tvoria dve hlavné línie našej CSR stratégie a sú cieľovou skupinou mnohých našich filantropických projektov.

Na nasledujúcich stránkach sa dočítate napríklad aj o tom, ako sme si v Lidlí poradili s nadmerným množstvom plastov, postavili nové ihriská pre deti či zredukovali objem pridaného cukru a soli vo svojich produktoch.

Komplexný prehľad o našich CSR aktivitách nájdete na www.spolocenskazodpovednost.sk.

PRAJEME VÁM PRÍJEMNÉ ČÍTANIE.

1. SUROVINY & POĽNOHOSPODÁRSTVO

ZVIERATÁ SI ZASLÚŽIA VIAC

Zaviazali sme sa zodpovedne pristupovať k ľuďom i k prírode. Sme si vedomí, že podmienky, v akých zvieratá žijú, sa odzrkadľujú aj v kvalite mäsa a vajec, ktoré predávame. **Podporujeme aspekty ochrany zvierat, ktoré presahujú rámec minimálnych zákonných požiadaviek, napríklad prostredníctvom opatrení na zlepšenie podmienok chovu.** Vedíme ustavičný dialóg so svojimi partnermi, dodávateľmi a mimovládnyimi organizáciami, čím zabezpečujeme výmenu informácií, vedomostí a skúseností v tejto oblasti.

SLIEPKA ALEBO VAJCE? OBE SÚ PRE NÁS PRVORADÉ

Náš dlhodobý cieľ:

Najneskôr do konca roka 2025 vylúčiť zo sortimentu vajcia z klieťkového chovu.
Platí to pre čerstvé vajcia, ako aj pre potraviny vlastných značiek obsahujúce vajcia.

Z praženice, majonézy či bábovky môžete mať lepší pocit, ak si ju pripravíte z vajčiek z udržateľného poľnohospodárstva. Máte tak totiž zaručené, že nosnice mali lepšie životné podmienky. V Lidli chceme prispieť k ďalšiemu rozvoju chovu hydiny a takisto k jeho zlepšeniu. Stanovili sme si ambiciózný cieľ vylúčiť zo sortimentu vajcia z klieťkového chovu, o ktorom aktívne komunikujeme so svojimi dodávateľmi. Je to totiž zmena, ktorá sa neudeje zo dňa na deň a vyžaduje si postupné kroky a zmenu technologicko-chovateľských postupov.¹

- V obchodnom roku 2018 sme prvýkrát zaradili do svojho sortimentu čerstvé vajcia z chovu s voľným výbehom.
- Čo sa týka pôvodu, väčšina čerstvých vajec predávaná v našich predajniach pochádzala v obchodnom roku 2018 zo Slovenska.

Na čo by rád upozornil Kamil?

Dnes vás naučím, ako zistíte, z akého chovu pochádzajú vami kupované vajčička. Je to veľmi jednoduché. Na každom čerstvom vajci sa totiž nachádza špeciálny kód.



0 – BIO



1 – chov vo voľnom výbehu



2 – podstielkový chov



3 – klieťkový chov



Čerstvé vajcia v našom sortimente v obchodnom roku 2018¹:



Čaká nás ešte dlhá cesta, ale len vďaka odvážnym cieľom sa môžeme posúvať vpred!

MÄSO VYSOKOKVALITNÉ A DOMÁCE

Viac ako polovica nášho čerstvého mäsa a rýb pochádza zo Slovenska. Celkový dopyt našich zákazníkov však zatiaľ ponukou slovenských produktov uspokojiť nedokážeme. Ak chceme splniť štandardy najvyššej kvality, musíme časť čerstvého mäsa a rýb dovážať. V obchodnom roku 2018 išlo primárne o dovoz od dodávateľov z Českej republiky, Nemecka, Maďarska, Chorvátska, Írska, Poľska a zo Slovinska.

55 % nášho čerstvého mäsa pochádzalo v obchodnom roku 2018 od slovenských dodávateľov.

Na čo by rada upozornila Janka?

V Lidli môžete tento rok nájsť čoraz viac slovenského mäsa a firma sa v tomto smere snaží neustále zlepšovať. **V júli 2019 spoločnosť zaradila do ponuky desať druhov čerstvého bravčového mäsa zo Slovenska.** Ponuka vo svojej úvodnej testovacej fáze zatiaľ platí pre takmer 50 predajní, pričom v priebehu augusta 2019 plánujeme tento počet predajní zdvojnásobiť. Chutný obed si tak môžete pripraviť zo slovenskej bravčovej krkovičky, panenky, karé či pliecka.

Na uvedomelý chov zvierat sme v obchodnom roku 2018 upozornili aj prostredníctvom kampane **Z farmy na stôl**. V rámci tejto kampane sme svojim zákazníkom ponúkli slovenské kuracie mäso pochádzajúce z uvedomelého chovu, pri ktorom sa berie ohľad na čo najlepšie životné podmienky zvierat s minimom stresu.

2. DODÁVATEĽSKÝ REŤAZEC & SPRACOVANIE

PLASTA LA VISTA!

Naše dlhodobé ciele:

Zníženie používania plastov v našom podniku o 20 % do roku 2025.

Zabezpečenie 100 % recyklovateľnosti plastových obalov našich vlastných značiek do roku 2025.

Nie je nám jedno, v akom svete žijeme my a v akom budú žiť naše deti. Nechceme, aby obrazom budúcnosti boli rieky plné plastov a stále plniace sa skládky nerecyklovateľných obalov. **Zároveň však plasty nepovažujeme za nepriateľa, vieme, že ich musíme efektívnejšie používať. Každý odpad je totiž odpadom len vtedy, ak ho už ďalej nevieme využiť.** Preto sme si v téme plasty nastavili jasnú a dlhodobú stratégiu, ktorá stojí na troch pilieroch: **nahradiť – obmedziť – recyklovať**. Spolu so svojimi dodávateľmi uvažujeme o tom, pri ktorých produktoch môžeme úplne odstrániť či obmedziť plastové obaly alebo ich nahradiť inými, ekologickejšími materiálmi. Obaly vo veľkej miere zabezpečujú čerstvosť a chránia kvalitu našich produktov. Preto okrem obmedzovania plastov dávame čoraz väčší priestor **inováciám a princípom cirkulárnej ekonomiky.**¹

Ako súčasť Skupiny Schwarz sme sa zaviazali dodržiavať jej novú stratégiu v oblasti plastov pod názvom Reset Plastic, ktorá je založená na 5 kľúčových princípoch:

- ❑ **REduce** – redukuje plasty tam, kde je to možné a udržateľné.
- ❑ **REdesign** – navrhujeme recyklovateľné obaly a uzatvárame ich životné cykly.
- ❑ **REcycle** – zbierame, triedime a recyklujeme plasty, aby sme uzavreli cyklus.
- ❑ **REmove** – podporujeme odstraňovanie plastového odpadu zo životného prostredia.
- ❑ **REsearch** – investujeme do výskumu a vývoja inovatívnych riešení a vzdelávame o recyklácii.

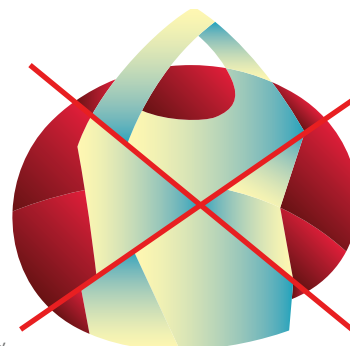
Víziou stratégie je zníženie používania plastov a uzavretie kruhu, teda ich životného cyklu.

Viac informácií nájdete tu: www.reset-plastic.com

Na čo by rada upozornila Janka?

Vedeli ste, že plasty môžu mať aj pozitívny environmentálny dopad a potenciál znížovať uhlíkovú stopu? Na základe informácií British Plastics Federation je ich výroba totiž lacná a energeticky menej náročná ako pri iných materiáloch. Plasty sú zároveň odolné a ľahko transportovateľné. Napríklad lietadlá, aby boli ľahšie, sa vyrábajú z ľahkých plastov vystužených uhlíkovými vláknami, čím sa šetrí palivo. Taktiež jedlo zabalené v plastovom obale vydrží dlhšie na pultoch predajní i vo vašej chladničke, čím sa predchádza plytvaniu jedlom, ktoré prispieva k produkcii CO₂. Dôležité je v však v tomto smere využívať recyklovateľné plasty a po použití ich hodiť do žltého kontajnera, aby ich životný cyklus pokračoval.

Naša cesta k udržateľnej budúcnosti alebo ako ročne ušetríme **400 ton** plastu



od júna 2018

**ÚPRAVA OBALOV ORECHOV
A SUŠENÝCH PLODOV**

– 5 TON plastu ročne

- menší obal
- rovnaký obsah



od októbra 2018

**ÚPRAVA VEĽKÝCH BALENÍ
PRACÍCH GÉLOV**

– 10 TON plastu ročne

- menšie balenie
- vyššia koncentrácia
- rovnaký počet praní



priebeh roka 2019

**ODSTRÁNENIE JEDNORAZOVÉHO
PLASTOVÉHO RIADU**

– 35 TON plastu ročne

- vyraďenie plastových slamiek, pohárov,
tanierov a plastových príborov zo sortimentu



december 2018

ODSTRÁNENIE IGELITIEK

– 125 TON plastu ročne

- vyraďenie najtenších plastových
tašiek zo sortimentu



priebeh roka 2019

**ÚPRAVA OBALOV
NEALKOHOLICKÝCH NÁPOJOV**

– 216 TON plastu ročne

- nižšia hmotnosť PET fliaš a fólií

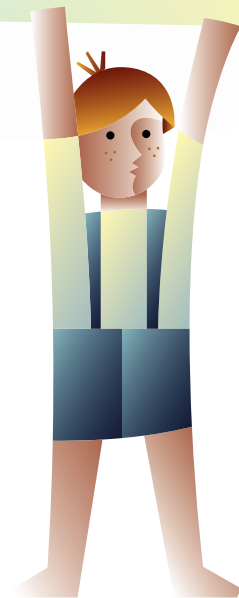


CIEĽ 2025 =

**– 20 %
PLASTOV**

Na čo by rád upozornil Kamil?

Nechcem sa chváliť, ale ja som si minule všimol ešte jednu zmenu. **Bio banány v Lidli už nie sú v plastových obaloch!** Trsy banánov sú previazané iba tenkou páskou, vďaka čomu firma **ročne ušetrí takmer 2 tony prebytočného plastu**. Banány z ekologického poľnohospodárstva si tak dnes môžete dopriať bez výčitiek svedomia.



Na čo by rada upozornila Janka?

Kamil nie je jediný, kto si všima inovácie v Lidli predajniach. Ja som totiž našla ešte jednu „eko-vychytávku“! Sú ňou **Green Bags**, teda znovu-použiteľné vrecúška na ovocie a zeleninu. Tieto špeciálne sieťky odnesú až 8 kg ovocia alebo zeleniny, sú ľahké a pevné, a keď sa zašpinia, len ich jednoducho vyperiete v práčke. V Lidli predajniach si ich môžete zakúpiť od augusta 2019.



KAŽDÝ ODPAD SI ZASLÚŽI DRUHÚ ŠANCU. ALEBO AJ TRETIU!¹

A možno aj štvrtú alebo piatu. Veď len sklo je možné recyklovať donekonečna bez straty čistoty a kvality. Naše recyklovateľné obalové materiály preto nepovažujeme za odpad, práve naopak. Sú pre nás hodnotnou komoditou, ktorá našej firme prináša mnohé ekologické benefity. V obchodnom roku 2018 sme opäť vytriedili takmer všetky prepravné obalové materiály, ktoré zostávajú v našich predajniach a logistických centrách – papier, kartón, fólie, sklo, plast či drevo.

Zrecyklované množstvá obalových materiálov v tonách:

Druh materiálu	Obchodný rok 2017	Obchodný rok 2018	Rozdiel
Drevo	2 186,80	2 064,74	▼
Papier	13 825,01	18 471,35	▲
Plast vrátane fólií	798,45	802,68	▲
Akumulátory	17,60	13,91	▼
Kovošrot	219,15	677,30	▲
Sklo	10,38	7,12	▼
Textílie – opätovne využiteľné	55,40	37,32	▼

Na čo by rada upozornila Janka?

Viete, čo má spoločné moja skriňa s oblečením s ovocím a so zeleninou v Lidli? Ťažká otázka, však? Tak ja vám poradím, je to drevotrieska! **Drevené debničky, v ktorých nájdete napríklad red'kovky a kaleráby, sa totiž ďalej používajú na výrobu drevotriesky pre nábytkársky priemysel.**

ELEKTRONIZÁCIU K TRANSPARENTNOSTI

Náš dlhodobý cieľ:

Trvalé zabezpečenie transparentného výberového konania so súčasným zohľadňovaním špecifických požiadaviek vystávajúcich z aktívneho používania systému E-tender pri výberových konaniach na rôzne druhy tovarov alebo služieb. Zabezpečenie čo najvyššej užívateľskej prístupnosti celého systému.

V roku 2018 sme v našej spoločnosti zaviedli inovatívny projekt **E-tender pre elektronické obstarávanie**, ktorý je výsledkom spolupráce dvoch úsekov v našej spoločnosti – Compliance a Technického nákupu. Implementácia tohto elektronického systému pre výberové konania a prijatie pravidiel Compliance pre výber obchodných partnerov stanovili **jednotné minimálne požiadavky pre transparentné a férové výberové konania naprieč spoločnosťou Lidl**. Elektronický systém umožňuje komunikáciu predmetu, obsahu a podmienok výberového konania všetkým účastníkom transparentne, v rovnakom čase a s rovnakým obsahom. S pravidlami Compliance pre výber obchodných partnerov sú oboznámení všetci existujúci aj novonastupujúci zamestnanci, ktorých pracovnou náplňou je okrem iného aj výber dodávateľov pre zabezpečenie potrieb spoločnosti Lidl. Oddelenie zodpovedné za implementáciu systému rovnako organizuje pre jeho užívateľov rozširujúce vzdelávanie na funkcionality elektronického systému na kvartálnej báze.

Z celkového počtu 95 identifikovaných užívateľov elektronického systému pre verejné obstarávanie bolo v obchodnom roku 2018 preškolených viac ako 90 % zamestnancov.

Na čo by radi upozornili Janka a Kamil?

Kamil, vedel si, že v Lidli sú všetky výberové procesy transparentné, pretože zamestnanci tam majú najmenej štyri oči?

Ale, Janka, to nie sú štyri oči, ale princíp štyroch očí! Férovosť je navyše zabezpečená aj výberom z minimálne troch ponúk a využitím špeciálneho softvéru pre tendrovanie dodávateľov.

Kamil, ja som ťa len skúšala. Ešte však dodám, že **v rámci tvorby svojho sortimentu pri dvoch identických ponukách Lidl vždy uprednostní slovenského dodávateľa!**

DIALÓGY S DODÁVATEĽMI NÁS POSÚVAJÚ VPRED

Ako prvý potravinársky reťazec na Slovensku máme **CSR manažéra pre oblasť nákup**. Táto pozícia vznikla v obchodnom roku 2018 a jej hlavnou náplňou je komunikácia našich cieľov a záväzkov v oblasti trvalej udržateľnosti smerom k našim dodávateľom a hľadanie spoločných riešení na aktuálne CSR výzvy. CSR manažér pre oblasť nákupu zároveň mapuje aktuálny stav v dodávateľskom reťazci a úzko spolupracuje s našim CSR oddelením.



Na čo by rád upozornil Kamil?

Aby obchodní partneri a ďalší stakeholderi lepšie porozumeli cieľom Lidlu v oblasti trvalej udržateľnosti, spoločnosť si pre nich pripravila súbor prehľadných stanovísk. Aktuálne ich je deväť a venujú sa nasledujúcim témam: **zdravá výživa, udržateľné pestovanie kvetov a rastlín a udržateľný nákup kávy, kakaa, čaju, čerstvých vajčiek, palmového oleja a produktov a obalov vlastných značiek obsahujúcich celulózu.**

Ich kompletné znenie si môžete prečítať a stiahnuť tu: www.spolocenskazodpovednost.sk/stanoviska

Našich dodávateľov vzdelávame v témach spoločenskej zodpovednosti aj prostredníctvom **pravidelných stakeholderských dialógov**. Zúčastňuje sa ich priamo náš generálny riaditeľ Matúš Gála, ktorý spoločne s CSR manažermi spoločnosti Lidl otvorene reaguje na všetky otázky, ktoré našich stakeholderov zaujímajú. Tieto dialógy sme zorganizovali v októbri 2018 a v máji 2019 a zúčastnili sa ich desiatky zástupcov verejného a štátneho sektora, dodávateľov, médií a neziskového sektora. Vďaka spätnej väzbe našich stakeholderov sme identifikovali najdôležitejšie CSR témy za posledný obchodný rok a spoznali nové výzvy, na ktoré plánujeme reagovať prostredníctvom našich projektov v oblasti trvalej udržateľnosti.



3. PREVÁDZKA & PROCESY

Aktivítami v tejto oblasti prispievame k dosiahnutiu týchto cieľov



3.

VÝSTAVBA S OHĽADOM NA PLANÉTU

V rámci plánovania a výstavby nových predajní, ich modernizácie či pri výstavbe logistických centier neustále hľadáme spôsoby, ako prispieť k ochrane životného prostredia. **V obchodnom roku 2018 sme zaviedli nový systém energetického manažérstva ISO 50001. Vďaka tomuto systému môžeme lepšie identifikovať oblasti s vyšším energetickým výdajom a zamerať sa na ich zefektívnenie a redukciu emisií.** ISO 50001 nám zároveň pomáha lepšie zmerať naše výsledky hospodárenia s energiou a byť tak transparentnejší na našej ceste k lepšiemu zajtrajšku.¹

DOBROU ENERGIU PROTI ZMENÁM KLÍMY²

A nemyslíme tým iba pozitívne naladenie našich zamestnancov pri hľadaní energeticky efektívnych riešení. Máme na mysli práve tú energiu, vďaka ktorej svetla Lidl logá na našich predajniach, fungujú pokladnice, chladničky či klimatizácia.

100 % elektrickej energie, ktorá sa využíva vo všetkých budovách patriacich spoločnosti Lidl Slovenská republika, totiž pochádza z obnoviteľných zdrojov, z produkcie vodných elektrární. Pre porovnanie, v obchodnom roku 2017 to bolo 96 %, v roku 2016 93 % a v roku 2015 to bolo 42 %.

Tam sa však naša optimalizácia spotreby energií ani zďaleka nekončí. Na strechách siedmich predajní máme nainštalované fotovoltaické panely na výrobu elektrickej energie priamo zo slnečného žiarenia. Nájdete ich na predajniach v mestách Svit, Levoča, Veľké Kapušany, Revúca, Košice, Sobranovce a Kráľovský Chlmec.

V obchodnom roku 2018 sme prostredníctvom fotovoltaických panelov vyrobili 34 407 kWh zelenej energie. Od ich osadenia sme ušetrili desiatky ton emisií CO₂, ktoré neboli vypustené do ovzdušia.

Úspory energií, ktoré sme dosiahli v obchodnom roku 2018:

- ☐ Zníženie spotreby elektrickej energie v skladoch o 1 kWh/paleta oproti obchodnému roku 2017.
- ☐ Zníženie spotreby plynu v predajniach o 2,05 kWh/m² oproti obchodnému roku 2017.
- ☐ Zníženie spotreby plynu v skladoch o 0,72 kWh/paleta oproti obchodnému roku 2017.





Na čo by rada upozornila Janka?

V obchodnom roku 2018 Lidl otvoril tri nové predajne – v Dunajskej Strede, Banskej Bystrici a Liptovskom Mikuláši. **Vo všetkých troch predajniach firma používa čerpadlá využívajúce energiu z okolitého prostredia a namiesto syntetických chladív používa prírodné, ktoré majú nižšiu hodnotu indexu globálneho potenciálu otepľovania. Samozrejmosťou je tiež LED osvetlenie.** Tieto energeticky efektívne opatrenia a ešte aj mnohé ďalšie nájdete vo všetkých nových a zmodernizovaných Lidl predajniach. No neviem ako vy, ale ja sa v Lidli cítim stále zelenšie!

A BOLO SVETLO. A DOKONCA TRVALO UDRŽATEĽNÉ

V rámci podpory udržateľného konceptu svojich budov a medzinárodného projektu **LED – retrofit** sme v obchodnom roku 2018 vymenili na svojich 74 predajniach všetky staré výbojkové svietidlá za moderné a úsporné LED svietidlá. S ich výmenou sme začali už v obchodnom roku 2017. Tento krok je účasťou našich aktivít v rámci zavedenia ISO 50001.

Dnes sa tak môžeme pochváliť, že 100 % našich Lidl predajní je LED-positive!



EKOLOGICKÉ POSILY V NAŠEJ FIREMNEJ FLOTILE



Komu sa nelení, tomu sa zelení. A naši kolegovia z logistiky naozaj každodenne usilovne pracujú na tom, aby všetky Lidl predajne boli zásobované včas a s ohľadom na životné prostredie. **Najnovšie do flotily našich vozidiel, ktoré zásobujú predajne, začali pribúdať ekologické kamióny s kombinovaným pohonom CNG/LNG. Ide o plynový pohon, ktorý nevytvára takmer žiadne emisie.** Tieto kamióny budú prednostne zavážať tovarom predajne v husto obývaných zónach. Prvý z nich sme úspešne testovali začiatkom obchodného roka 2019.

V rámci zelenej logistiky tiež neustále optimalizujeme trasy všetkých kamiónov tak, aby boli naplno vyťažené, a využívame ich aj na spätnú logistiku z predajní do centrálnych skladov.

Na čo by rád upozornil Kamil?

Vedeli ste, že na jednu nádrž plynu CNG zvládne kamión prejsť bez problémov 400 kilometrov? Keď k tomu navyše pridáme kvapalné LNG, dojazd sa predĺži až na 1 200 kilometrov. Tieto kamióny neznečisťujú ovzdušie a ešte sú aj menej hlučné. Och, keby som sa tak na ňom mohol odviezť!



NOVÁ ÉRA BEZ PAPIERA

Na výrobu jednej tony papiera sú potrebné dve až tri tony dreva a obrovské množstvo vody a elektrickej energie. Za posledných 40 rokov sa spotreba papiera vo svete zvýšila až o 400 %, čo má za následok obrovské odlesňovanie, znečistenie ovzdušia i vodných tokov. My v Lidl sme sa rozhodli voči tomuto trendu bojovať a v duchu hesla „nie všetko musí byť na papieri“, prijímame viaceré opatrenia.

V obchodnom roku 2018 sme sa rozhodli optimalizovať naše letáky a prejsť z formátu A3 na rozmer A4.

□ **Na ročnej báze sme tým dosiahli úsporu viac ako 1 520 ton papiera.**

Od začiatku obchodného roka 2019 sme zrušili distribúciu letákov približne v tretine regiónov.

□ **Na ročnej báze tým ušetríme ďalších 850 ton papiera.**

Papierom šetríme aj pri svojej internej komunikácii a procesoch:

- Máme prednastavenú obojstrannú tlač dokumentov.
- V celej firme tlačíme iba na recyklovaný certifikovaný papier.
- Všetky dôležité informácie komunikujeme svojim zamestnancom prostredníctvom svojho intranetu LidlNet, e-mailových newsletterov a digitálnych vývesiek.
- Zamestnanci centrály a administratívy skladov dostávajú elektronické výplatné pásky.
- Interné dokumenty, ktoré kedysi boli papierové, pretvárame do elektronickej podoby. Ide napríklad o žiadosť o dovolenku, žiadosť o zálohu a o výdaj z pokladnice.
- V každej kuchynke nájdú naši zamestnanci recyklačný kôš na papier.

Aby sme mohli objem letákov ďalej znižovať, motivujeme našich zákazníkov k odoberaniu elektronických newsletterov, sledovaniu ponúk na našej webovej stránke, facebookovom profile či v aplikácii.

V rámci projektu Voda pre stromy sme od roku 2012 vysadili na Slovensku viac ako 1 000 000 stromčekov.



Na čo by rada upozornila Janka?

Aj všetky novinky spoločnosti Lidl v oblasti spoločenskej zodpovednosti nájdete online! Aby sa spoločnosť vyhla tlačeniu všetkých svojich stanovísk a výsledkov v oblasti trvalej udržateľnosti, spustila v októbri 2018 nový web www.spolocenskazodpovednost.sk. Na tomto webe nájdete najaktuálnejšie informácie o CSR aktivitách spoločnosti, získané ocenenia, registračné formuláre a môžete si z neho pohodlne stiahnuť alebo si prečítať online aj tohtoročné Dobré správy o trvalej udržateľnosti.

BYŤ SKVELÝM ZAMESTNÁVATEĽOM JE PRE NÁS PRIORITA

Naše dlhodobé ciele:

Podpora zdravého životného štýlu a zvyšovanie angažovanosti našich zamestnancov. Realizácia nových konceptov vzdelávania a efektívne poskytovanie spätnej väzby. Znižovanie fluktuácie a rast spokojnosti zamestnancov.

4 796* – celkový počet zamestnancov spoločnosti
Lidl Slovenská republika za obchodný rok 2018

- Z toho muži: **1 120 (23,35 %)**
- Z toho ženy: **3 676 (76,65 %)**

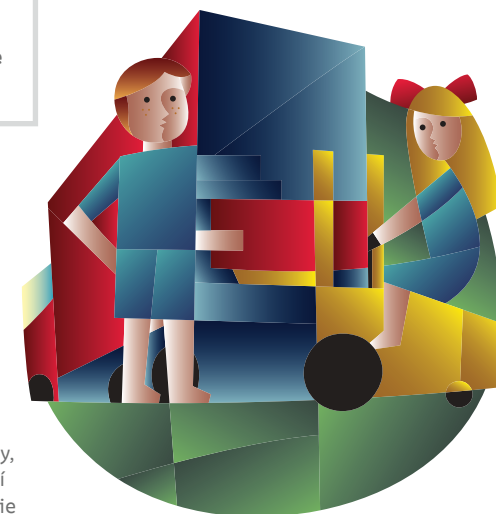
*Ide o priemerný počet zamestnancov za obchodný rok 2018.

Starostlivosť o našich zamestnancov je pre nás vážnym záväzkom, ktorý naplno riešime každý deň. **Snažíme sa svojim kolegom a kolegyniam ponúknuť motivačné platové ohodnotenie, umožniť im ideálne zladit' ich pracovný a súkromný život, rozvíjať ich potenciál a taktiež im dopriať zaujímavé benefity.** Vieme, že inovatívni budeme len vtedy, ak budeme myslieť „out of the box“. Aj preto aktívne počúvame svojich zamestnancov, ktorí sú pre nás tým najlepším zdrojom inšpirácie a nových nápadov, ako zmeniť naše podnikanie i celý svet k lepšiemu.

Už tretíkrát za sebou sme získali ocenenie Top Employer Slovensko a Top Employer Europe.

Toto ocenenie udeľuje inštitút so sídlom v Holandsku a Lidl bol historicky prvým obchodným reťazcom, ktorému sa ho podarilo získať. Medzi hodnotené oblasti patrili nasledujúce: rozvoj a vzdelávanie zamestnancov, výkonnostný manažment, príležitosti na budovanie kariéry, poskytované benefity a firemná kultúra.

Vieme, že výkonnosť už nie je jediný rozhodujúci faktor nášho úspechu. Tým ďalším je zmysluplnosť, ktorú požadujú čoraz viac aj naši zamestnanci. Neustále preto rozvíjame svoje spoločensky zodpovedné aktivity, zapájame do nich svojich kolegov a kolegyné a jasne komunikujeme, prečo robíme to, čo robíme. Angažovanosť totiž ide ruka v ruku so spokojnosťou a my chceme, aby si zamestnanci odnášali z práce nielen skvelý pocit z dobre vykonanej práce, ale aj niečo viac. Pociť, že ste niekomu pomohli, je totiž na nezaplatenie.¹



Príklady angažovanosti našich zamestnancov v oblasti spoločenskej zodpovednosti za obchodný rok 2018:

- ❑ V rámci našej internej dobrovoľníckej akcie pomohlo **170** kolegýň a kolegov **13** organizáciám v **10** mestách Slovenska. Organizácie navrhli priamo naši zamestnanci.
- ❑ Takmer **200** našich zamestnancov darovalo viac ako **85** litrov krvi.
- ❑ V rámci zbierky šatstva sme spolu podporili **800** ľudí, ktorým sme odovzdali viac ako **1 000 kg** vyzbieraných vecí, ktoré im veľmi pomôžu v ich neľahkej životnej situácii. Do zbierky sa zapojilo viac ako 150 kolegov z centrály a našich troch logistických centier.



JEDNOTKA NIELEN V ČERSTVOSTI, ALE AJ V ODMEŇOVANÍ

V obchodnom roku 2018 aj 2019 sme našich zamestnancov opäť motivovali vyššou sumou na výplatnej páske. **Za 2,5 roka sme tak zvýšili platy našich zamestnancov o viac ako 35 %, čo potvrdzuje našu ambíciu byť najlepšie platiacou spoločnosťou v oblasti retailu na slovenskom trhu.** Oproti priemeru na trhu podľa portálu platy.sk platíme svojich zamestnancov na pozíciách predavačiek/pokladníčok a predavačov/pokladníkov o takmer päťinu viac. V absolútnom vyjadrení ide o rozdiel takmer 150 €.

Priemerný nástupný plat na pozícii predavačka/pokladníčka, predavač/pokladník za obchodný rok 2018:

Obdobie	Priemerný nástupný plat v hrubom (PNP)	Minimálna mzda (MM)	Pomer PNP k MM
1. 3. 2018 – 31. 12. 2018	819,45 eura	480 eur	1,71 : 1,00
1. 1. 2019 – 28. 2. 2019	819,45 eura	520 eur	1,58 : 1,00

Od marca 2019 sa mesačný plat na tejto pozícii pohybuje na priemernej hodnote 860,66 eura. Plný pracovný úväzok pritom v Lidlí predstavuje 38,75 hodiny týždenne. Zvyšovanie platov od marca 2019 sa týkalo viac ako 90 % našich zamestnancov. Ostatným pozíciám sme poskytli mimoriadne finančné odmeny.

Svojich zamestnancov sme v obchodnom roku 2018 nemotivovali iba finančne, ale aj prostredníctvom benefitov, ku ktorým sme pridali nasledujúce:

- ❑ Nadštandardná lekárska prehliadka
- ❑ Multisport karta
- ❑ Darček pre prvákov
- ❑ Darček pre budúcich rodičov, už aj pre otcov
- ❑ Zdravé raňajky každý mesiac (2 druhy ovocia)

Na čo by rád upozornil Kamil?

Vedeli ste, že v Lidlí platí rovné odmeňovanie mužov a žien? Spoločnosť chce, aby sa všetci jej zamestnanci cítili ocenení a rešpektovaní bez ohľadu na ich pohlavie, farbu pleti, rasu, národnosť či náboženské vyznanie.¹ **Aj preto sa Lidl v máji 2019 pridal k iniciatíve Charta diverzity na Slovensku a verejne sa tak zaviazal, že bude vo firme vytvárať kultúru vzájomného rešpektu, dôvery, empatie a inklúzie.** V Lidlí jednoducho všetci ťahajú za jeden povraz.



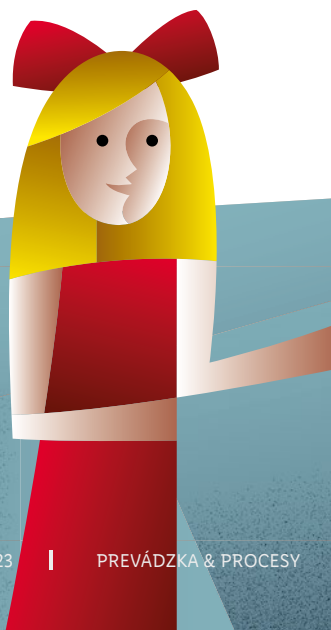
STRÁŽIME SI ROVNOVÁHU

Mentálne a fyzické zdravie našich kolegov a kolegýň je pre nás mimoriadne dôležité.

V Lidlí sa držíme hesla, že skvelé výsledky je možné dosiahnuť iba pozitívnym pracovným prostredím a dostatkom času na regeneráciu a oddych. V obchodnom roku 2018 sme opäť pokračovali v podpore flexibilných foriem práce, aktivít zameraných na zdravie a podporu športu svojich zamestnancov.

Čo sme v rámci work-life balance dosiahli v obchodnom roku 2018?

- ❑ **210** našich zamestnancov administratívy aktívne využívalo home office
- ❑ **421** zamestnancov administratívy malo možnosť flexibilne si organizovať pracovný čas
- ❑ **44,28 %** všetkých našich zamestnancov pracovalo na skrátenej úväzok
- ❑ **6** našich zamestnancov využilo sabbatical
- ❑ **44** našich zamestnancov využilo neplatené voľno
- ❑ **69** zamestnancov odbehlo takmer 1 000 km v rámci Behu Devín a štafetového behu od Tatier k Dunaju; štartovné financovala naša spoločnosť
- ❑ **559** zamestnancom bola vystavená Multisport karta
- ❑ **11 %** zamestnancov, ktorí sú v našej spoločnosti 2 a viac rokov, využilo nadštandardnú zdravotnú prehliadku



Na čo by rada upozornila Janka?

Zdravie zamestnancov je pre Lidl prioritou, čoho dôkazom je aj nový program z dielne oddelenia Motivácie zamestnancov pod názvom „**Na zdraví nám záleží**“. Tento program bol spustený v marci 2019. Sústreď sa na štyri hlavné oblasti: **Zdravé telo, Zdravá strava, Zdravý duch a Zdravé pracovisko.** Zamestnanci sa môžu tešiť na zdravé recepty, masáže na pracovisku, špeciálne ergonomické pracovné pomôcky, športové aktivity (Lidl Florbal cup, Futbalový turnaj, Woman Fit Day) a mnohé ďalšie. Novinkou je napríklad psychológ na telefóne dostupný pre všetkých zamestnancov, ktorý pribudol k Lidl dôverníkom.



Na čo by radi upozornili Janka a Kamil?

Lidl myslí aj na zamestnancov a ich rodiny, ktoré sa ocitli v neľahkej životnej situácii kvôli vážnym zdravotným či sociálnym problémom. Pre týchto zamestnancov CSR oddelenie spoločnosti spolu s kolegami z internej komunikácie pripravuje špeciálny grantový program **Lidl srdcom**, o ktorom sa viac dozviete už na jeseň.

NIKDY SA NEPRESTANEME UČIŤ

Všetko je o ľuďoch. Čím viac podporíte ich talent, rozmanitosť myslenia a odhodlanie, tým viac bude váš biznis prosperovať. A my to v Lidli veľmi dobre vieme. V súlade s naším heslom „**Ľudia tvoria Lidl**“ ponúkame svojim zamestnancom prepracované vzdelávacie koncepty, inovatívne formy učenia a široké tréningové možnosti, ktoré zohľadňujú ich individuálne potreby. Naším cieľom je byť neustále sa učiacou spoločnosťou, a preto sa vo všetkých svojich aktivitách držíme motto: „**Kto sa prestáva zlepšovať, ten prestáva byť dobrý.**“¹

Rozvoj našich zamestnancov je pre nás prioritou číslo jeden. Svedčia o tom aj nové možnosti vzdelávania, ktoré sme pre svoje kolegyné a kolegov pripravili v obchodnom roku 2018:

- ❑ **Rezortné teambuildingy** – spojenie rozvojových aktivít a zábavy s kolegami.
- ❑ **Školenia High Five Refreš a High Five Into** – s cieľom vedúcim zamestnancom osviežiť a budúcim manažérom predstaviť naše zásady vedenia. Tieto zásady sú postavené na piatich záväzkoch: Viest komunikáciu – Rozvíjať zamestnancov – Zostať dynamický a orientovaný na výsledky – Vybudovať dôveru a konať férovo – Žiť zodpovedne a byť vzorom.
- ❑ **Koučing pre vedúcich zamestnancov** – s cieľom zlepšiť leadership v našej firme.
- ❑ **Zmena konceptu školení** – v obchodnom roku 2018 sme čiastkové tréningy svojich zamestnancov zlúčili do jedného súhrnného tréningu, ktorý prebiehal počas celého roka. Tento tréning mal viacero levelov s cieľom rozvíjať jednotlivé kompetencie našich zamestnancov oveľa komplexnejšie a umožniť im ďalej prehĺbovať ich silné stránky.



Priemerný počet školiacich hodín na jedného zamestnanca za obchodný rok 2018¹:

Zamestnanci celkom – 1,31 hodiny

- ❑ Ženy – 1,06 hodiny
- ❑ Muži – 2,31 hodiny

Zamestnanci, ktorí vedú ľudí – 7,53 hodiny

- ❑ Ženy – 8,27 hodiny
- ❑ Muži – 7,14 hodiny

Zamestnanci, ktorí nevedú ľudí – 0,87 hodiny

- ❑ Ženy – 0,74 hodiny
- ❑ Muži – 1,35 hodiny



Na čo by rada upozornila Janka?

Veľa Vedomostí, Inšpirácie a Nápadov. Skrátka **WINBOX**. To je nový rozvojový koncept, ktorý od obchodného roku 2019 nahrádza v Lidli zaužívaný Katalóg vzdelávania. Každý zamestnanec Lidlu sa v rámci tohto konceptu môže sám rozhodnúť, akým smerom sa bude uberať jeho osobný rozvoj. O vybranom rozvojom opatrení stačí iba informovať svojho nadriadeného.

Novinkou sú tiež **Manažérska akadémia** a **Trendy skills workshopy na témy agilita, integrita a diverzita**, ktorými firma reaguje na meniace sa prostredie. O rastúcom strategickom význame týchto tém svedčí aj fakt, že tieto workshopy absolvoval aj náš najvyšší manažment. Top manažment Lidlu je zároveň spolutvorcom obsahu týchto školení.



POCHVALA A SPÄTNÁ VÄZBA SÚ NAŠÍM HNACÍM MOTOROM

Získanie a podanie kvalitnej spätnej väzby je základom fungovania celej našej spoločnosti.

Pretože iba aktívnym počúvaním a otvoreným dialógom sa môžeme posúvať vpred.

A to platí pre všetky pracovné pozície u nás v Lidli. Obojsmerná spätná väzba nám zároveň umožňuje vytvoriť si ucelený obraz o našej firme, zozbierať nové nápady a vytypovať osobnosti, ktoré ich dokážu zrealizovať. Hodnotenie zamestnancov v Lidli prebieha od roku 2017 v rámci projektu „**Talent Management**“, ktorý neustále zdokonaľujeme.¹

V obchodnom roku 2018 získalo spätnú väzbu 100 % našich zamestnancov.

Hodnotenie zamestnancov v rámci Talent Managementu pritom v našej spoločnosti prebieha vo viacerých formách.

V papierovej forme dostávajú hodnotenie naši zamestnanci na pozíciách skladník a predavač/pokladník. Zamestnanci vyslaní do zahraničia sú hodnotení v krajine, v ktorej sa aktuálne nachádzajú. Naši trainee dostávajú spätnú väzbu v rámci svojho dvojročného Trainee programu s ohľadom na to, v akom oddelení sa aktuálne nachádzajú. Ostatní zamestnanci sú hodnotení cez náš interný systém a ich hodnotenie je zosumarizované nižšie.

Poskytovanie spätnej väzby v rámci Talent Managementu v obchodnom roku 2018:

Celkový počet zamestnancov, ktorí dostali spätnú väzbu cez interný systém: 1 220

- ☐ Z toho ženy – 61,63 %
- ☐ Z toho muži – 38,37 %
- ☐ Z toho zamestnanci, ktorí vedú ľudí – 25,16 %
- ☐ Z toho zamestnanci, ktorí nevedú ľudí – 74,84 %

Na základe hodnotení vyberáme svojim zamestnancom školenia na mieru a zároveň si vytvárame databázu zamestnancov s potenciálom rastu a posunu na vyššiu pracovnú pozíciu.

V obchodnom roku 2018 bolo na základe hodnotení v rámci Talent Managementu povýšených 252 našich zamestnancov.

Spätnú väzbu našich kolegyň a kolegov na život v Lidli získavame aj prostredníctvom každoročnej PULZ ankety, ktorej sa zúčastňujú tisícky našich kolegov.²



4. ZÁKAZNÍCI & SPOLOČNOSŤ



POTRAVINY S PRIDANOU HODNOTOU

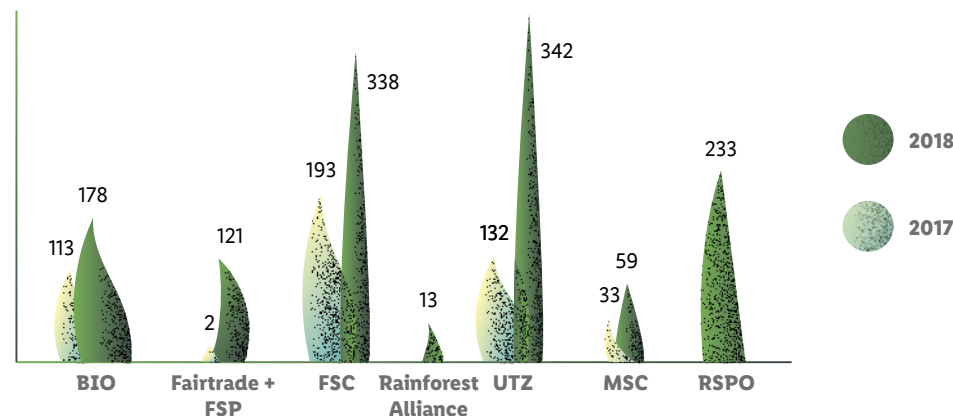
Náš dlhodobý cieľ:

Kontinuálne zvyšovanie množstva produktov s certifikáciou trvalej udržateľnosti v našom stálom sortimente i v časovo obmedzených ponukách.

Zaujímá nás príbeh každého čajového lístka či zrnka kávy. Nechceme totiž predávať len obyčajné potraviny. Vieme, že môžeme svojim zákazníkom ponúknuť oveľa viac. Preto uvádzame na trh čoraz väčšiu škálu produktov, ktoré prinášajú **kvalitu s dobrým pocitom**. Dobrým, pretože ich kúpou podporujete nielen udržateľné pestovateľské metódy, ale tiež zabezpečenie férových pracovných podmienok pre farmárov a šetrný prístup k prírode.¹

Sledujte obaly našich produktov, hľadajte označenie BIO, UTZ, FSC, Rainforest Alliance, FAIRTRADE či MSC a pomôžte nám robiť biznis férovo!

Počet produktov s certifikáciou trvalej udržateľnosti v našom sortimente²:



*Štatistiky produktov s certifikáciou Rainforest Alliance a RSPO neboli v obchodnom roku 2017 evidované.

Na čo by rád upozornil Kamil?

Zbožňujem Veľkú noc! Pooblievať vodou dievčatá a najmä doplniť zásoby čokolády. To je moje! Čo ma však tento rok potešilo ešte viac, bolo zistenie, že medzi mojimi úlovkami sa objavili čokoládové figúrky a vajčeka s certifikáciou UTZ a Fairtrade. Išlo o produkty spoločnosti Lidl pod vlastnou značkou Favorina, vďaka ktorým Veľká noc v Lidli bola nielen sladká a radostná, ale aj zodpovedná.

ČASY SA MENIA, ALE ZDRAVIE STÁLE ZOSTÁVA NA PRVOM MIESTE

Náš dlhodobý cieľ:

Zníženie priemerného množstva pridaného cukru a soli vo výrobkoch vlastných značiek o 20 % do roku 2025.

Sledujeme aktuálny spoločenský rozvoj a štúdium nových poznatkov z oblasti zdravotníctva, vedy či techniky je nielen naše hobby, ale aj povinnosť. Ako jeden z najväčších predajcov potravín na Slovensku cítime obrovskú zodpovednosť poskytovať svojim zákazníkom vysokokvalitné a bezpečné potraviny s pozitívnym dopadom na zdravie každého z nás. Veľké kroky však nedokážeme robiť sami. Veľmi sa tešíme, že naše nové **Stanovisko k zdravej výžive** je výsledkom spoločných rozhodnutí a hľadání riešení (**co-creation**), pri ktorých nám výrazne pomohli naši zákazníci a dodávatelia. Venujeme sa v ňom nielen vytváraniu zdravších alternatív produktov svojich vlastných značiek, ale tiež eliminácii zdravotných rizík, ktoré spôsobujú nežiaduce látky v potravinách, akými sú napríklad akrylamid, pyrolyzidínalkaloid alebo zvyšky minerálnych olejov. Pre výroby svojich vlastných značiek sme sa zaviazali v rámci nežiaducich látok dodržiavať ešte prísnejšie limity, ako stanovuje legislatíva.



ZAČÍNAME DETOX OD CUKRU

Konzumácia potravín s vysokou energetickou hodnotou v kombinácii s nedostatkom pohybu môže viesť k rôznym ochoreniam. K 31. 12. 2017 bolo na Slovensku vykázaných až 354 726 liečených diabetikov, čo po prepočítaní predstavuje 6 517 prípadov na 100 000 obyvateľov. Oproti roku 2009 vzrástol počet pacientov liečených na niektorý typ diabetu mellitus o 5 %. **Osladiť si život sa však dá aj zdravou cestou!** V tomto smere sa primárne orientujeme na potraviny, ktoré veľa a rady konzumujú najmä deti.

Pri redukcii priemerného množstva pridaného cukru o 20 % do roku 2025 sa sústreďíme najmä na nasledujúce skupiny potravín:

raňajkové cereálie, dezerty, sladké pečivo, detské cukrovinky, hotové jedlá, nealkoholické nápoje, jogurty/jogurtové nápoje, zmrzlina, sladké nátierky, omáčky (kečup a pod.).

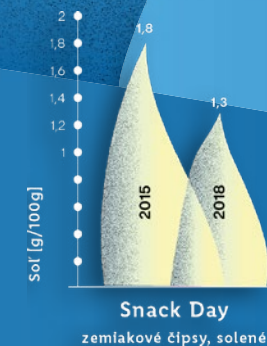
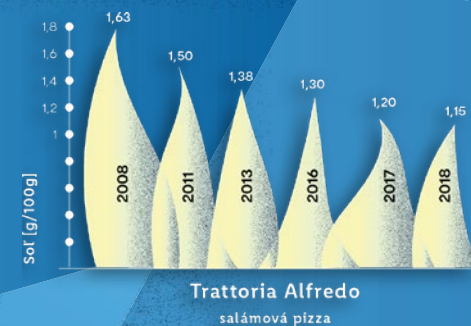
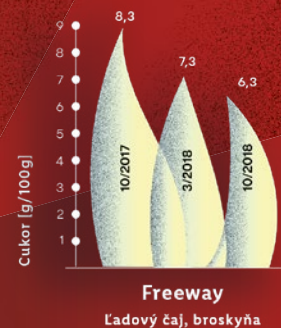
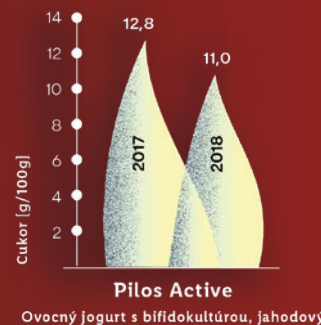
VŠETKÉHO VEĽA ŠKODÍ, AJ SOLI

Vysoký krvný tlak, rizikový faktor kardiovaskulárnych ochorení a mozgových príhod, často súvisí s vysokým príjmom sodíka a nízkym príjmom draslíka. Už v roku 2013 Svetová zdravotnícka organizácia (WHO) zistila, že potraviny, ktoré najviac prispievajú k príjmu soli, sú napr. chlieb, mäsové výrobky, syry, hotové jedlá, slané pochutiny atď. Aj na základe tohto zistenia prijalo Ministerstvo zdravotníctva SR legislatívne opatrenie na obmedzenie príjmu soli sprísnením pridávaného množstva kuchynskej soli v chlebe, pekárskejších výrobkoch a v hotových pokrmoch podávaných v zariadeniach spoločného stravovania. **Na druhej strane, soľ je stále nad zlato, aby však bola zdraviu prospešná, treba ju používať s mierou.** My na tento fakt upozorňujeme a pri zmene receptúr sa sústreďujeme na tie skupiny potravín, ktoré sa konzumujú pravidelne a zásadne majú veľký podiel v každodennom príjme soli.

Pri redukcii priemerného množstva pridanej soli o 20 % do roku 2025 sa sústreďujeme najmä na nasledujúce skupiny potravín:

chlieb a pečivo z dopekania, mäso a údeniny, hotové jedlá a pizze, syry, omáčky, polievky, snacky, slané pečivo, čipsy a pod.

O zdraví rozprávame veľa, aby sme robili osvetu, a ešte viac konáme, pretože nám na našich zákazníkoch naozaj záleží. Napríklad tieto produkty našich vlastných značiek už majú na Lidl pulloch svoje zdravšie alternatívy. Ochutnajte ich aj vy!

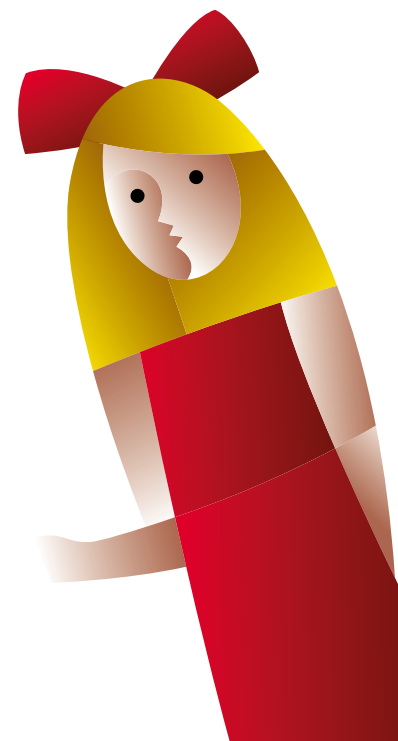


* Svoj pokrok meriame na základe zníženia priemerného množstva pridanej soli, resp. pridanej soli na 100 g potraviny, resp. 100 ml nápojov vzhľadom na množstvo predaných výrobkov na Slovensku za obdobie jedného roka.

Znižovanie priemerného množstva pridanej soli a cukru v našich produktoch prebieha vo viacerých krokoch, aby si zákazník mohol postupne zvyknúť na novú chuť. Pre viaceré skupiny potravín máme tiež určené čiastkové ciele. Napríklad pri zemiakových čipsoch chceme dosiahnuť cieľovú hodnotu, ktorou je priemerný obsah pridanej soli vo výške 1,2 g/100 g, už do konca roka 2019. Viac informácií sa dočítate v našom Stanovisku k zdravej výžive tu: www.spolocenskazodpovednost.sk/zdravavyziva

Na čo by rada upozornila Janka?

Zbožňujem jahodový jogurt Pilos Active a rodičia mi ho kupujú už dlho. Zmenu jeho chuti som si za posledné roky však takmer nevšimla! Stále totiž chutí skvele! A to je v ňom menej pridanej soli a viac ovocia. Ako je to možné, že som túto zmenu takmer nepostrehla? **Spoločnosť Lidl sa totiž zaviazala, že splní vyššie uvedené ciele za predpokladu, že výrobok zaujme spotrebiteľa a bude stále dobre chutiť.** Preto v rámci optimalizácie receptúr realizuje v senzorickom laboratóriu **senzorické hodnotenia produktov** neškolenými hodnotiteľmi, pričom tieto hodnotenia sa uskutočňujú naslepo. Z týchto senzorických hodnotení vyvodzuje závery pre ďalší trvalý rozvoj výrobkov vlastnej značky Lidl. To, čo zákazníkovi nechutí, Lidl ďalej upravuje.



VZÁCNÝ JEDNOROŽTEK NIE JE LEN MÝTUS

Pekárenské výrobky dnes bežne obsahujú viacero emulgátorov a iných prídavných látok, známych aj ako „éčka“. Je to však jediný spôsob, ako zákazníkom ponúknuť chutné a čerstvé pečivo? Naša spoločnosť v spolupráci so svojimi dodávateľmi dokázala, že sa to dá aj inak. **V obchodnom roku 2018 sme zaradili do ponuky bezéčkový rožok, ktorý ako prvý potravinársky reťazec na Slovensku ponúkame vo všetkých svojich predajniach.** Náš „bezéčkový jednorožtek“, ktorý vychádza z tradičných receptúr starých mám, je nielen mäkučký a chutný, ale tiež vyrobený z poctivých prírodných surovín.

Na čo by rád upozornil Kamil?

V čase, keď čítate tieto Dobré správy o trvalej udržateľnosti, v ponuke Lidlu nájdete už aj bezéčkový konzumný chlieb a kváskový pšeničný chlieb z čistého kvásku, bez droždia a konzervantov. Mám pre vás tiež tip. V predajni ich spoznáte nielen podľa štítku, ale i neodolateľnej vône!

//

Rožky bez prídavných látok, prezývaných ako „éčka“, sú vyrobené z kvalitných a poctivých prírodných surovín. Svojou jedinečnou vôňou a chuťou vyvolávajú spomienky na staré dobré časy pečenia,“ uviedla Kornélia Dimičová, majiteľka pekárne Nela, a doplnila: „Veľmi sa tešíme, že v spolupráci so spoločnosťou Lidl sa podarilo uviesť na trh tento výnimočný výrobok. Pri výrobe „bezéčkových“ rožkov sme sa vrátili k tradíciám receptov našich starých mám.

//

//

Po úspešnom uvedení bezéčkových rožkov prišiel na rad i tradičný konzumný chlieb. V tomto poctivo a s chuťou vyvinutom novom produkte nenájdete žiadne prídavné látky, ľudovo nazývané éčka. Vďaka technológii výroby je tento chlieb krásne mäkučký a vláčný a jeho jedinečnosť dopĺňa chuť rascie.

//

Kornélia Dimičová

konateľka pekárne Nela

Mária Ivaničová

hlavný technolog PENAM SLOVAKIA



V Z Á C N Ý
J E
D N O
R O Ž
T E K
N I E J E L E N
M Ý T U S !

AKO PRVÝ REŤAZEC NA SLOVENSKU
PONÚKAME VO VŠETKÝCH PREDAJNIACH
BEZÉČKOVÉ ROŽKY, KU KTORÝM SME
NAJNOVŠIE PRIDALI **AJ CHLIEB.**


Správna voľba

SME DOBRÝM SUSEDOM VŠADE, KDE PÔSOBÍME

Podľa najnovšej štúdie auditorskej spoločnosti KMPG pod názvom Na rovnakej vlne (6/2019) je najobľúbenejšou značkou Slovákov spomedzi predajcov potravín Lidl. Prieskum hodnotil kalendárny rok 2018 a zúčastnilo sa ho 2 800 respondentov z celého Slovenska. Jeho výsledky nám opäť pripomenuli, že s úspechom rastie i zodpovednosť. A to aj tá spoločenská. Plne si totiž uvedomujeme, že všetky svoje trvalo udržateľné projekty môžeme robiť iba vďaka **zázračným ľuďom – svojim zákazníkom**, ktorí nám dlhodobo dôverujú a každodenne u nás nakupujú, vďaka vám!

V obchodnom roku 2018 sme mali na Slovensku 134 predajní v 90 mestách Slovenska, dnes ich máme už 136. Či je to Moldava nad Bodvou alebo Trenčín – v každom meste sa snažíme byť **dobrým susedom, prinášať pracovné príležitosti a počúvať spoločenské problémy, ktoré okolitú komunitu trápia**. Vo svojej stratégii spoločenskej zodpovednosti sme si stanovili dve hlavné línie – **deti a ich zdravie a životné prostredie**. Všetky naše kľúčové projekty sú systematické a dlhodobé a vždy na nich spolupracujeme s odbornými garantmi danej oblasti (napr. medicínskymi špecialistami).

Ďakujeme, že nám pomáhate pomáhať!

Spolu s vami a so svojimi zamestnancami sme v obchodnom roku 2018 zrealizovali spoločensky zodpovedné projekty v celkovej hodnote Viac ako 2 000 000 EUR, vďaka ktorým je dnes Slovensko opäť o kúsok zdravšie, zelenšie a udržateľnejšie.

HRDO VÁM OZNAMUJEME, ŽE SA NÁM DOTERAZ (31. 7. 2019) PODARILO NASLEDUJÚCE:

40 moderných a bezpečných detských ihrísk Žihadielko v celkovej hodnote viac ako 3 500 000 EUR

Projektom Žihadielko podporujeme zdravý pohyb detí už od roku 2016 (4 ročníky)

- ❑ **V obchodnom roku 2018 sme postavili moderné a bezpečné ihrisko Žihadielko v 10 mestách, o ktorých rozhodli ľudia vo verejnom hlasovaní.** Ihriská v celkovej hodnote 870 000 eur potešili deti v Bernolákove, Brezne, Komárne, Levoči, Poprade, Rimavskej Sobote, Senci, Senici, Štúrove a Trenčíne.

Na čo by rada upozornila Janka?

Boli ste už niekedy na slávnostnom otvorení Žihadielka? Ja áno a veľmi sa mi páčilo. Dostala som autogram od Trpaslíkov z RTVS, vybicyklovala som si cukrovú vatú a najmä vyskúšala všetky herné prvky na ihrisku. A Včielka Maja, ju si jednoducho zamilujete! Čo ma však v roku 2018 trochu zamrzelo, bolo veľké množstvo plastov na otvorení Žihadielka. O to viac sa preto teraz teším, že Žihadielko 2019 sa nieslo v duchu ekológie. Na všetkých desiatich slávnostných otvoreniach sa separoval odpad, používal len kompostovateľný a ľahko recyklovateľný riad a ja s priateľmi som si mohla vyskúšať ekológiu na vlastnej koži! Pre nás deti boli totiž pripravené mnohé tvorivé aktivity a prednášky, ktoré nás kreatívnou cestou učili chrániť prírodu. Skúste si aj vy niekedy vyrobiť lienku z obalu od vajčiek alebo peňaženku z tetrapacku. Je to super!

Život zachraňujúce sety prístrojov pre všetky zdravotnícke pracoviská na Slovensku (52) umožňujúce bezplatný pôrod v celkovej hodnote takmer 3 500 000 EUR

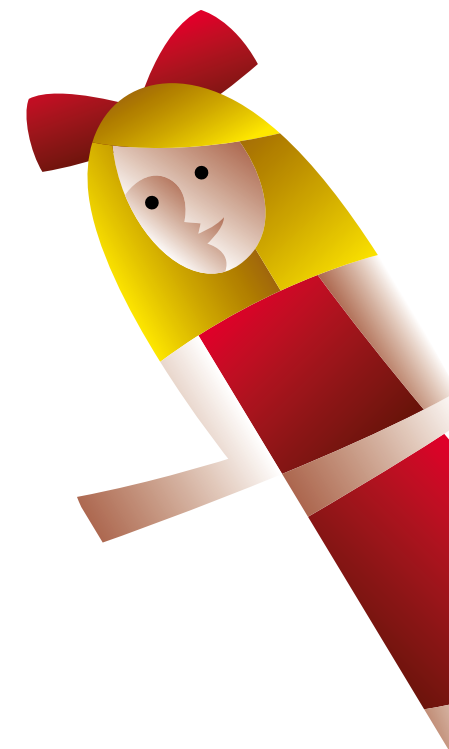
Projektom Dobré rozprávky pomáhame predčasne narodeným deťom už od roku 2015 (4 ročníky)

- ❑ Každé 11. dieťa narodené na Slovensku sa na svet vypýta predčasne a mnoho z týchto približne 5 000 novorodencov potrebuje v prvých, tzv. „zlatých minútach“ svojho života intenzívnu lekársku starostlivosť. **Vďaka našim zákazníkom získali aj v obchodnom roku 2018 títo malí hrdinovia dôležitú pomoc – život zachraňujúce sety prístrojov v hodnote takmer 900 000 eur.**

Adresná pomoc viac ako 50 rodinám s deťmi v núdzi v celkovej hodnote viac ako 150 000 EUR

Projektom Od začiatku v dobrých rukách pomáhame zdravotne znevýhodneným deťom od marca 2018 (začali sme 2. ročník)

- ❑ Za každé predané balenie plienok zn. Lupilu venuje Lidl na pomoc rodinám s deťmi v núdzi 10 centov. Naším spoločným cieľom je pomôcť tým najzraniteľnejším – deťom a rodinám s deťmi do 3 rokov, ktorým chýbajú financie na zlepšenie zdravotného stavu dieťaťa a rodinám, ktoré sa z viacerých dôvodov ocitli v neľahkej situácii. **V obchodnom roku 2018 sme pomohli desiatkam detí celkovou sumou viac ako 100 000 eur.** Pomoc bola napríklad vo forme invalidného vozíka, rehabilitačného pobytu v Adeli či špeciálne vycvičeného psíka.



Športové potreby a didaktické pomôcky pre viac ako 60 základných škôl v celkovej hodnote takmer 200 000 EUR

Projektom VÁŠ NÁKUP = VEĽKÁ POMOC skvalitňujeme vzdelávanie a prinášame šport na základné školy od roku 2015 (5 ročníkov)

- Podporujeme základné školy, ktoré sa nachádzajú v okolí našich novootvorených a zmodernizovaných predajní. V prvý deň otvorenia venujeme za každý nákup v hodnote nad 10 eur 1 euro na obstaranie didaktických a športových potrieb pre základné školy podľa ich výberu. **V obchodnom roku 2018 sme podporili 16 základných škôl dohromady sumou takmer 50 000 EUR.**

Viac ako 1 000 000 stromčekov v Lidl lese

Projektom Voda pre stromy pomáhame zalesňovať kalamitou zničené Tatry už od roku 2012 (8 ročníkov)

- Zapojiť sa do obnovy slovenského prírodného pokladu môže každý zákazník diskontu zakúpením 1,5 l minerálnej vody Saguaro. Vďaka svojim zákazníkom sme doteraz vysadili v Nízkych a vo Vysokých Tatrách približne 450 hektárov nového lesa. **V obchodnom roku 2018 sme zasadili 185 000 stromčekov, pri ktorých výsadbe pomohlo 60 našich zamestnancov.**

Florbal pre viac ako 100 000 žiakov

Projekt Florbal SK Liga 2018/2019 pod záštitou Nadácie TV JOJ sme podporili ako generálny partner

- Fairplay, tímovosť, dynamika, osobný rozvoj, výsledky – to sú hodnoty, ktorým sa deti naučia aj prostredníctvom športu, a zároveň ide o hodnoty, ktoré v Lidli žijeme. Florbal je dynamicky sa rozvíjajúci šport, ktorý je prístupný v podstate každému, keďže nie je finančne náročný. Projekt Florbal SK Liga objavuje medzi žiakmi mimoriadne športové talenty, motivuje ich k športovej aktivite a k rozvíjaniu zručností a schopností.



PÔSOBÍME GLOBÁLNE, MYSLÍME LOKÁLNE

Náš dlhodobý cieľ:

Zvýšenie hodnoty výrobkov nakúpených od slovenských dodávateľov o 20 % do roku 2020 v porovnaní s obchodným rokom 2017.

Životné prostredie chránime aj prostredníctvom podpory lokálnych dodávateľov. **Redukciou potravinových kilometrov sa snažíme nielen šetriť emisie CO₂, ale tiež podporovať rozvoj lokálnej ekonomiky a zlepšovať spätnú dosledovateľnosť svojich produktov.** A tiež, čo si budeme nahovárať. Slovenské jahody či jabĺčka, ktoré sú sezónne a plné vôní, jednoducho chutia lepšie.

Svet je čoraz viac prepojený, ale ľudia sa paradoxne od seba stále viac izolujú. **Čo však ľudí spája, je práve jedlo.** Chceme, aby sa naši zákazníci cítili príjemne pri náhodných stretnutiach v rámci nakupovania v našich predajniach, ale aj pri tvorbe spoločnej večere v kruhu rodiny či priateľov. Ponúkame čerstvé a kvalitné potraviny, ale tiež kreatívne a zdravé recepty z **Kuchyne Lidla**, vďaka ktorým môže byť každé varenie neobyčajné. **Jedlo zároveň spája aj našu spoločnosť s okolitou komunitou.** Podporou lokálnych dodávateľov prinášame prácu do regiónov, ale tiež otvárame dialógy, vďaka ktorým sa vieme zlepšovať aj v rámci spoločenskej zodpovednosti. S mnohým skvelými nápadmi totiž prichádzajú priamo naši dodávatelia, ktorí sú spolutvorcami našich udržateľných riešení.¹

REGIONÁLNOŠŤ PRE NÁS NIE JE BANALITA

Neustále hľadáme slovenských dodávateľov, ktorí sú schopní splniť naše požiadavky na kvalitu, kontinuitu dodávok, a zároveň sú cenovo konkurencieschopní. **V obchodnom roku 2018 sme naďalej rozširovali ponuku regionálnych produktov vo svojom stálom sortimente i v časovo obmedzených ponukách, pričom sme od dodávateľov so sídlom v Slovenskej republike nakúpili tovar v hodnote 26 % z celkovej hodnoty všetkých výrobkov.**² O tom, že naše produkty sú z roka na rok lokálnejšie, svedčia aj uvedené čísla.

Hodnota tovaru od dodávateľov so sídlom v Slovenskej republike v nákupných cenách:



Počet slovenských dodávateľov:

Obchodný rok 2017	Obchodný rok 2018
137	170
Rozdiel:	+ 24 %

Dodávatelia zo Slovenska zaviezli v obchodnom roku 2018 takmer 30 % potravinového tovaru pre Lidl, čo zároveň tvorilo najväčší podiel na celkovom závoze. Druhú priečku obsadili firmy z Českej republiky s 23 % a tretí v poradí boli Nemci s viac ako 19 %.



Na čo by rád upozornil Kamil?

Ak máte chuť na to pravé slovenské, nezabudnite v Lidl letákoch sledovať „**5 cenových hitov zo Slovenska**“. Tešiť sa môžete aj na pravidelné tematické týždne „**Vyrobené na Slovensku**“.



SLOVENSKÉ DOBROTY DOPRAJEME AJ SUSEDOM

Slovenským dodávateľom otvárame pomyselné dvere do sveta a už roky im umožňujeme umiestniť ich tovar do našich predajní v zahraničí. **V uplynulom obchodnom roku vyviezli prostredníctvom nášho reťazca do európskych štátov tovar v celkovej hodnote 51,7 milióna eur v nákupných cenách.** Viac ako 40 firiem zo Slovenska dodalo svoje produkty na pulty Lidl predajní v dvanástich krajinách – najviac do Česka, Maďarska a Poľska. O tom, že vďaka nám export slovenských produktov do zahraničia neustále rastie, svedčia aj uvedené čísla.

Export slovenských producentov v nákupnej hodnote:

Obchodný rok 2016	Obchodný rok 2017	Obchodný rok 2018
43 dodávateľov	48 dodávateľov	42 dodávateľov
37 500 000 €	45 000 000 €	51 700 000 €
Rozdiel v nákupnej hodnote:	+ 20 %	+ 15 %

Na čo by rada upozornila Janka?

Toto leto som bola s rodičmi na výlete v Belgicku a, samozrejme, som sa zastavila aj v tamojšom Lidl. A nestačila som sa čudovať! Mali v ňom aj moju obľúbenú slovenskú rastlinnú nátierku. Lidl totiž vyváža do zahraničia predovšetkým syry a iné mliečne výrobky, tofu, hygienické potreby a kozmetiku, alkoholické nápoje či mäsové výrobky. Nemeckí zákazníci si tak môžu pochutiť na vegánskych a bezlepkových snackoch, Bulhari na syre nivového typu, Litovčania na sušenom ovocí a Belgičania na kvalitnej tofu nátierke.



Náš recept na udržateľný nákup v Lidl:

- ☐ Zoberte si na nákup vlastnú tašku alebo kúpenú tašku si prineste aj nabudúce.
- ☐ Ak ide o menší nákup, uprednostnite udržateľné formy dopravy (MHD, bicykel) alebo sa jednoducho prejdite.
- ☐ Nakupujte len toľko, koľko dokáže zjesť, kým si potraviny zachovávajú svoju čerstvosť a kvalitu.
- ☐ Poctivo čítajte štítky a obaly produktov a hľadajte certifikáty trvalej udržateľnosti.
- ☐ Ak máte chuť na bezlepkové alebo vegánske produkty, zavítajte k Lidl Bio Regálu. Naviguje vás k nemu zelená farba.
- ☐ Na balenie ovocia a zeleniny používajte znovu použiteľné vrecúška. V našich Lidl predajniach si ich môžete zakúpiť od augusta 2019. Nezabudnite si „Green Bags“ zobrať so sebou na každý nákup.
- ☐ Všetky nakúpené potraviny doma poctivo uskladnite, aby vám čo najdlhšie vydržali.
- ☐ Čo ste si nakúpili, to si aj zjedzte. Ak jedlo nestihnete zjesť a jeho kvalita nie je porušená, podelte sa oň s rodinou či priateľmi.
- ☐ Potravinové zvyšky skompostujte a obaly zrecyklujte.
- ☐ Opakujte do konca života.



5. INDIKÁTORY ZA OBCHODNÝ ROK 2018



ZOZNAM TEMATICKY ŠPECIFICKÝCH INDIKÁTOROV PODĽA GRI STANDARDS

SUROVINY A POĽNOHOSPODÁRSTVO ZA OBCHODNÝ ROK 2018

GRI Štandard	Indikátor	Strana/y, kde je spomenutý	Text indikátora	Dôvody na vynechanie informácií/komentáre
FP Dobré podmienky pre zvieratá (sektorový doplnok Spracovanie jedla vo verzii G4)				
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	7	Pozri našu Správu o trvalej udržateľnosti za rok 2017 (str. 56, 58).	
FP: Dobré podmienky pre zvieratá (G4)	FP11 Chov hospodárskych zvierat	8	Živočíšne produkty, ktoré nám v obchodnom roku 2018 dodávali dodávatelia, pochádzajú z viacerých chovov – intenzívny, polointenzívny, extenzívny, prípadne ich kombinácia. Naším dlhodobým záväzkom je preferovať produkty z ekologického a udržateľného poľnohospodárstva. Čerstvé vajcia v našom sortimente v obchodnom roku 2018: • Klieťkový chov – 83 % • Podstielkový chov – 15 % • Voľný chov – 2 %	Dôvody pre vynechanie informácií – informácie nie sú dostupné. Lidl SR nedisponuje presnými číselnými údajmi týkajúcimi sa chovných podmienok zvierat, z ktorých pochádzajú živočíšne produkty spoločnosti. Percentuálne vyjadrenie preto uvádzame iba pri čerstvých vajciach.

DODÁVATEĽSKÝ REŤAZEC A SPRACOVANIE ZA OBCHODNÝ ROK 2018

GRI Štandard	Indikátor	Strana/y, kde je spomenutý	Text indikátora	Dôvody na vynechanie informácií/komentáre
GRI 301 Materiály 2016				
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	10	Pozri našu Správu o trvalej udržateľnosti za rok 2017 (str. 62, 67).	
GRI 301: Materiály 2016	301-1: Použité materiály s uvedením svojej hmotnosti alebo objemu	13	Zrecyklované množstvá obalových materiálov v obchodnom roku 2018: • Drevo – 2 064,74 t • Papier – 18 471,35 t • Plast (vrátané fólií) – 802,68 t • Akumulátory – 13,91 t • Kovošrot – 677,3 t • Sklo – 7,12 t • Textilie (opätovne využiteľné) – 37,32 t	Dôvody na vynechanie informácií – informácie nie sú dostupné. V Lidli SR nedisponujeme presnými číselnými údajmi týkajúcimi sa materiálov použitých na balenie našich produktov.
GRI 308 Hodnotenie dodávateľov v oblasti životného prostredia 2016				
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	-	Pozri našu Správu o trvalej udržateľnosti za rok 2017 (str. 68, 75).	
GRI 308: Hodnotenie dodávateľov v oblasti životného prostredia 2016	308-2: Významné negatívne environmentálne vplyvy v dodávateľskom reťazci a aktivity na ich odstránenie	-	Environmentálne audity u nás prebiehajú na globálnej úrovni. V obchodnom roku 2018 sme preverili svojich dodávateľov v 82 továrňach. V 30 továrňach bola stanovená potreba rýchlej akcie. Po každom environmentálnom audite sa vytvoril tzv. SPP (nápravný akčný plán). Obsahuje opatrenia na zlepšenie, ktoré musí továreň implementovať. Náprava prebehla u všetkých identifikovaných dodávateľov, žiadne továrne neboli z tohto dôvodu zatvorené.	

PREVÁDZKA A PROCESY ZA OBCHODNÝ ROK 2018

GRI Štandard	Indikátor	Strana/y, kde je spomenutý	Text indikátora	Dôvody na vynechanie informácií/komentáre
GRI 202 Prítomnosť na trhu 2016				
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	21	Pozri našu Správu o trvalej udržateľnosti za rok 2017 (str. 90, 95, 131, 138).	
GRI 202: Prítomnosť na trhu 2016	202-1: Výška štandardnej mzdy pri nástupe do zamestnania podľa pohlavia v porovnaní s miestnou minimálnou mzdou na významných miestach prevádzky	22	Platy našich zamestnancov na plný úväzok na pozícii predavač/pokladník viditeľne prekračovali výšku minimálnej mzdy platnej v Slovenskej republike počas obchodného roka 2018. Pomer priemerného nástupného platu na pozícii predavač/pokladník k minimálnej mzde: 1. 3. 2018 – 31. 12. 2018: 1,71 : 1,00 1. 1. 2019 – 28. 2. 2019: 1,58 : 1,00	Dôvody na vynechanie informácií – obmedzenie dôvernosti. Informácie o platoch na iných pozíciách ako predavač/pokladník považujeme za citlivé interné dáta.
GRI 203 Nepriame ekonomické vplyvy 2016				
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	-	Pozri našu Správu o trvalej udržateľnosti za rok 2017 (str. 78, 83 131, 138).	
GRI 203: Nepriame ekonomické vplyvy 2016	203-1: Investície do infraštruktúry a podpora služieb	-	Nové predajne za obchodný rok 2018: • Dunajská Streda (Píla Angyala); 1 424 m²; výstavba 8. 11. 2017 – 30. 4. 2018 • Banská Bystrica (Vajanského námestie); 1 174 m²; výstavba 8. 1. 2018 – 25. 10. 2018 • Liptovský Mikuláš (Revolučná); 1 328 m²; výstavba 4. 6. 2018 – 22. 11. 2018 Vyvolané investície v rámci výstavby nových predajní: viac ako 300 000 eur bez DPH (napr. rozšírenie komunikácie, vybudovanie kruhového objazdu).	

PREVÁDZKA A PROCESY ZA OBCHODNÝ ROK 2018

GRI Štandard	Indikátor	Strana/y, kde je spomenutý	Text indikátora	Dôvody na vynechanie informácií/komentáre
			Celkový počet predajní na konci obchodného roka 2018: 134 Počet predajní, ktoré prešli v obchodnom roku 2018 modernizáciou: 6 Počet predajní, kde bola v obchodnom roku 2018 dostavaná pekáraň: 5 Počet predajní, ktoré prešli v obchodnom roku 2018 prestavbou rozšírením: 2	
GRI 302 Energie 2016				
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	17	Pozri našu Správu o trvalej udržateľnosti za rok 2017 (str. 78, 83).	
GRI 302: Energie 2016	302-4: Úspory spotreby energie	17-18	Elektrická energia – porovnanie s obchodným rokom 2017: •Predajne – zvýšenie spotreby o 0,4 kWh/m ² •Sklady – zníženie spotreby o 1 kWh/paleta •Centrála – zvýšenie spotreby o 1 kWh/m ² •100 % elektrickej energie, ktorá sa využíva v Lidl budovách, pochádza z obnoviteľných zdrojov. •100 % našich predajní je LED-positive. Celková spotreba elektrickej energie za obchodný rok 2018: 71 817 629 kWh. Plyn – porovnanie s obchodným rokom 2017: •Predajne – zníženie spotreby o 2,05 kWh/m ² •Sklady – zníženie spotreby o 0,72 kWh/paleta. Celková spotreba plynu za obchodný rok 2018: 10 880 431 kWh.	Energie sú merané v kWh, nie v jouloch a ich násobkoch. Naša interná metodika je takto nastavená a z hľadiska zachovania kvality informácií sme sa rozhodli ponechať nami využívané jednotky.

PREVÁDZKA A PROCESY ZA OBCHODNÝ ROK 2018

GRI Štandard	Indikátor	Strana/y, kde je spomenutý	Text indikátora	Dôvody na vynechanie informácií/komentáre
GRI 401 Zamestnanie 2016				
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	21	Pozri našu Správu o trvalej udržateľnosti za rok 2017 (str. 90, 95).	
GRI 401: Zamestnanie 2016	401-1: Noví zamestnanci a fluktuácia	-	Fluktuácia za obchodný rok 2018 •Celkom: 21,74 % •Podľa pohlavia: o Muži: 28,47 % o Ženy: 71,53 % •Podľa veku: o <30: 40,41 % o >=30 < 50: 52,61 % o >=50: 6,98 % •Podľa regiónov: o Banská Bystrica: 7,78 % o Bratislava: 25,73 % o Košice: 7,60 % o Nitra: 11,23 % o Prešov: 9,81 % o Trenčín: 13,79 % o Trnava: 19,79 % o Žilina: 10,26 % Nástupy nových zamestnancov za obchodný rok 2018 •Celkom: 21,33 % •Podľa pohlavia: o Muži: 27,61 % o Ženy: 72,69 % •Podľa veku: o <30: 45,05 % o >=30<50: 49,55 % o >=50: 5,40 % •Podľa regiónov: o Banská Bystrica: 8,37 % o Bratislava: 23,76 % o Košice: 7,38 % o Nitra: 8,55 % o Prešov: 11,79 % o Trenčín: 14,85 % o Trnava: 15,57 % o Žilina: 9,72 %	

PREVÁDZKA A PROCESY ZA OBCHODNÝ ROK 2018

GRI Štandard	Indikátor	Strana/y, kde je spomenutý	Text indikátora	Dôvody na vynechanie informácií/komentáre
GRI 404 Školenia a vzdelávanie 2016				
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	21, 24, 26	Pozri našu Správu o trvalej udržateľnosti za rok 2017 (str. 96, 101).	
GRI 404: Školenia a vzdelávanie 2016	404-1: Priemerný čas tréningu na zamestnanca	25	Priemerný počet školiacich hodín na jedného zamestnanca za obchodný rok 2018: Zamestnanci celkom – 1,31 hodiny • Ženy – 1,06 hodiny • Muži – 2,31 hodiny Zamestnanci, ktorí vedú ľudí – 7,53 hodiny • Ženy – 8,27 hodiny • Muži – 7,14 hodiny Zamestnanci, ktorí nevedú ľudí – 0,87 hodiny • Ženy – 0,74 hodiny • Muži – 1,35 hodiny	
	404-3: Percento zamestnancov dostávajúcich pravidelné hodnotenie pracovných výsledkov a kariérneho rozvoja	26	Poskytovanie spätnej väzby v rámci Talent Managementu (cez interný systém) v obchodnom roku 2018: celkový počet zamestnancov, ktorí dostali spätnú väzbu: 1 220 • Z toho ženy – 61,63 % • Z toho muži – 38,37 % • Z toho zamestnanci, ktorí vedú ľudí – 25,16 % • Z toho zamestnanci, ktorí nevedú ľudí – 74,84 % Ostatní zamestnanci získali spätnú väzbu v papierovej podobe. U zamestnancov, ktorí boli vyslaní do zahraničia, prebehlo hodnotenie v krajine, kde aktuálne pôsobili. Spätnú väzbu v obchodnom roku 2018 získalo 100 % našich zamestnancov.	
GRI 405 Diverzita a rovnosť príležitostí 2016				
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	21	Pozri našu Správu o trvalej udržateľnosti za rok 2017 (str. 90, 95).	
GRI 405: Diverzita a rovnosť príležitostí 2016	405-2: Pomer základnej mzdy mužov k ženám podľa kategórie zamestnancov vo významných lokalitách prevádzky	23	V Lidli máme rovnaké odmeňovanie mužov a žien, čo platí na všetkých úrovniach a pracovných pozíciách.	

ZÁKAZNÍCI A SPOLOČNOSŤ ZA OBCHODNÝ ROK 2018

GRI Štandard	Indikátor	Strana/y, kde je spomenutý	Text indikátora	Dôvody na vynechanie informácií/komentáre
GRI 201 Ekonomická výkonnosť 2016				
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	-	Pozri našu Správu o trvalej udržateľnosti za rok 2017 (str. 126, 127, 130, 131, 138).	
GRI 201: Ekonomická výkonnosť 2016	201-1: Priama ekonomická hodnota, vytvorená a rozdelená		Čisté tržby: 233 622 000 EUR Výnosy z finančnej činnosti (úroky, kurzové zisky): 2 280 000 EUR Predaj aktív: 642 000 EUR Prevádzkové náklady: 1 111 324 000 EUR – Spotreba materiálu: 910 980 000 EUR – Ostatné prevádzkové náklady: 200 344 000 EUR	
	201-4: Významná finančná pomoc od štátu	-	Naša spoločnosť v obchodnom roku 2018 ani nikdy predtým neprijala žiadne finančné príspevky a úľavy od štátu.	
GRI 202 Prítomnosť na trhu 2016				
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	-	Pozri našu Správu o trvalej udržateľnosti za rok 2017 (str. 90, 95, 131, 138).	
GRI 202: Prítomnosť na trhu 2016	202-2: Pomer senior manažérov prijatých z miestnych komunít	-	V obchodnom roku 2018 pochádzalo 5 z 8, t. j. 62,5 % našich konateľov a obchodných riaditeľov logistických centier, zo Slovenska.	
GRI 203 Nepriame ekonomické vplyvy 2016				
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	-	Pozri našu Správu o trvalej udržateľnosti za rok 2017 (str. 78, 83, 131, 138).	
GRI 203: Nepriame ekonomické vplyvy 2016	203-2: Významné nepriame ekonomické vplyvy	-	Predajne máme po celom Slovensku, čím prinášame nové pracovné miesta aj do regiónov s vysokou nezamestnanosťou. V regiónoch rozvíjame služby, budujeme detské ihriská Žihadielka a pri otvaraní nových predajní investujeme do okolitých chodníkov, ciest, križovatiek či výsadby stromov a zelených plôch. Podporujeme slovenských dodávateľov tovarových služieb, slovenské stavebné firmy, ktoré pre nás realizujú výstavbu či modernizáciu predajní alebo pre nás zabezpečujú technické a prevádzkové vybavenie. Vo všetkých 134 predajniach sme v obchodnom roku 2018 ponúkali tovar za rovnakú cenu.	

ZÁKAZNÍCI A SPOLOČNOSŤ ZA OBCHODNÝ ROK 2018

GRI Štandard	Indikátor	Strana/y, kde je spomenutý	Text indikátora	Dôvody na vynechanie informácií/komentáre
GRI 204 Praktiky v dodávateľskom reťazci 2016				
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	37	Pozri našu Správu o trvalej udržateľnosti za rok 2017 (str. 108, 116).	
GRI 204: Praktiky v dodávateľskom reťazci	204-1: Pomer nákupov od lokálnych dodávateľov	37	Za obchodný rok 2018 sme od dodávateľov so sídlom na území Slovenskej republiky nakúpili tovar v hodnote 26 % z celkovej hodnoty všetkých výrobkov.	
GRI 205 Protikorupčné opatrenia 2016				
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	-	Pozri našu Správu o trvalej udržateľnosti za rok 2017 (str. 126-127, 130).	
GRI 205: Protikorupčné opatrenia 2016	205-2: Komunikácia a tréning zamerané na protikorupčné predpisy a procesy	-	V obchodnom roku 2018 sa protikorupčná politika a procedúry komunikovali: • 1 zamestnancovi riadiaceho orgánu spoločnosti • 2 zamestnancom stredného manažmentu • 1 087 zamestnancom • 460 obchodným partnerom (neobchodný tovar a služby) • 1 439 obchodným partnerom (obchodný tovar) V obchodnom roku 2018 bolo na tému protikorupčná politika a boj proti úplatkárstvu preškolených: • 11 % zamestnancov riadiaceho orgánu • 5 % zamestnancov stredného manažmentu • 23 % zamestnancov • 24 % obchodných partnerov (neobchodný tovar a služby) bolo o tejto téme oboznámených • 76 % obchodných partnerov (obchodný tovar) bolo o tejto téme oboznámených	

ZÁKAZNÍCI A SPOLOČNOSŤ ZA OBCHODNÝ ROK 2018

GRI Štandard	Indikátor	Strana/y, kde je spomenutý	Text indikátora	Dôvody na vynechanie informácií/komentáre
GRI 206 Protikonkurenčné správanie 2016				
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	-	Pozri našu Správu o trvalej udržateľnosti za rok 2017 (126 – 127, 130).	
GRI 206: Protikonkurenčné správanie 2016	206-1: Celkový počet právnych sporov v dôsledku protikonkurenčného a protitrustového správania a monopolných praktík	-	V obchodnom roku 2018 nebola spoločnosť Lidl identifikovaná ako účastník právnych sporov, ktoré by sa týkali porušení protikonkurenčného správania, protitrustového správania, monopolných praktík.	
GRI 415 Verejná politika 2016				
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	-	Pozri našu Správu o trvalej udržateľnosti za rok 2017 (str. 126 – 127, 130).	
GRI 415: Verejná politika 2016	415-1: Politické príspevky, resp. finančné príspevky politickým stranám	-	V obchodnom roku 2018 neposkytla spoločnosť Lidl SR žiadne príspevky politickým stranám.	
GRI 416 Zdravie a bezpečnosť zákazníkov 2016				
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	-	Pozri našu Správu o trvalej udržateľnosti za rok 2017 (str. 117, 121).	
GRI 416: Zdravie a bezpečnosť zákazníkov 2016	416-2: Celkový počet prípadov týkajúcich sa nedodržiavania predpisov a dobrovoľných záväzkov vzhľadom na vplyvy produktov a služieb počas ich životného cyklu na zdravie a bezpečnosť	-	V obchodnom roku 2018 prebehlo v našej spoločnosti približne 1 300 úradných kontrol zameraných na potraviny. Výsledkom 80 správnych konaní bolo udelenie pokuty. Nie sme si vedomí toho prípadu, keď prišlo k zisteniu nejakého nedostatku v prípade úradných kontrol, a bolo nám uložené len varovanie, resp. výstraha. Celková výška pokút za obchodný rok 2018 bola 233 500 eur, pričom najvyššia udelená pokuta bola 20 000 eur. V obchodnom roku 2018 prebehlo 12 verejných stiahnutí produktov na základe rozhodnutia Regionálnej veterinárnej a potravinovej správy.	

ZÁKAZNÍCI A SPOLOČNOSŤ ZA OBCHODNÝ ROK 2018

GRI Štandard	Indikátor	Strana/y, kde je spomenutý	Text indikátora	Dôvody na vynechanie informácií/komentáre
GRI 417 Marketing a označovanie produktov a služieb 2016				
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	-	Pozri našu Správu o trvalej udržateľnosti za rok 2017 (str. 122, 125, 139, 142).	
GRI 417: Marketing a označovanie produktov a služieb	417-1: Požiadavky na uvádzanie informácií o produktoch a službách a ich označovanie	-	- Legislatívne požiadavky na označovanie produktov sa oproti obchodnému roku 2017 nezmenili. Stále musíme na obaloch uvádzať povinné údaje, a to sú: legislatívny názov výrobku, zloženie, spotreba, resp. minimálna trvanlivosť, skladovanie, hmotnosť, tabuľka výživových údajov (okrem výnimiek). Okrem týchto povinných údajov sa zákazníci dočítajú o návode na prípravu, ak si to výrobok vyžaduje, taktiež uvádzame upozornenia typu nepodávajte malým deťom, napr. na oreškoch alebo minisalámkach. 100 % našich výrobkov, resp. obalov posielame na kontrolu svojim externým znalcom, ktorí označenia skontrolujú z legislatívneho hľadiska, taktiež nám napíšu odporúčania v zmysle upozornení, ktoré by bolo dobré na obal dodatočne uviesť. Neskôr, keď už sa obal nachádza v predajni, kontrolujú externí znalci obaly ešte raz a pripomienkujú ich, ak je to potrebné. Za GJ 2018 takto pripomienkovali 81 výrobkov z hľadiska označenia. - Pôvod potravín uvádzame v každom prípade na ovocí a zelenine, čerstvom a mrazenom mäse a rybách, rybích lahôdkach, rybích konzervách a vajíčkach, čo v GJ 2018 predstavovalo 30,17 % z nášho trvalo zalistovaného sortimentu privátnych značiek.	
	417-3: Celkový počet prípadov týkajúcich sa nedodržiavania predpisov a dobrovoľných záväzkov v oblasti marketingovej komunikácie	-	V obchodnom roku 2018 sme zaznamenali jedno porušenie etického kódexu reklamnej praxe. Išlo o kampaň Jednotka v čerstvosti – v súvislosti s pečivom.	

ZÁKAZNÍCI A SPOLOČNOSŤ ZA OBCHODNÝ ROK 2018

GRI Štandard	Indikátor	Strana/y, kde je spomenutý	Text indikátora	Dôvody na vynechanie informácií/komentáre
FP Obstarávanie/Sourcing praktiky (Sektorový doplnok Spracovanie jedla vo verzii G4)				
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	28	Pozri našu Správu o trvalej udržateľnosti za rok 2017 (str. 108, 116).	
FP: Obstarávanie/Sourcing praktiky (G4)	FP2: Percento produktov zakúpených na základe udržateľných štandardov	28	Počet certifikovaných artiklov (podľa EAN), ktoré mali odpredať v obchodnom roku 2018: - BIO – 178 - Fairtrade + FSP – 121 - FSC – 338 - RFA – 13 - UTZ – 342 - MSC – 59 - RSPO – 233 Celkové množstvo nakupovaných produktov, ktoré spĺňajú podmienky BIO, Fairtrade, FSP Cocoa, FSC, UTZ, MSC, RSPO (MN + SG): 184 596 342 ks/kg % produktov z celkové množstva nakupovaných produktov, ktoré spĺňajú podmienky BIO, Fairtrade, FSP Cocoa, FSC, UTZ, MSC, RSPO (MN + SG): 12,05 % % BIO z celkového množstva nakupovaných produktov – 0,59 % % Fairtrade + FSP z celkového množstva nakupovaných produktov – 0,30 % % FSC z celkového množstva nakupovaných produktov – 3,28 % % RFA z celkového množstva nakupovaných produktov – 0,15 % % UTZ z celkového množstva nakupovaných produktov – 4,00 % % MSC z celkového množstva nakupovaných produktov – 0,55 % % RSPO z celkového množstva nakupovaných produktov – 3,19 %	

Viac dobrých správ o trvalej
udržateľnosti v Lidli nájdete
na našej webovej stránke
www.spolocenskazodpovednost.sk

Dobré správy o trvalej udržateľnosti sú vytlačené
na recyklovanom papieri.



Máte otázky alebo nápady na zaujímavý CSR projekt či spoluprácu?
Napíšte nám na csr@lidl.sk.



© LIDL Slovenská republika

www.spolocenskazodpovednost.sk