

Magazín o trvalej udržateľnosti za obchodný rok 2024

Lidl Slovenská republika, s.r.o.



Obsah

1. PRÍHOVOR GENERÁLNEHO RIADITEĽA	3
2. LIDL NA SLOVENSKU	4
Základné čísla, naše ocenenia, členstvá v združeních a prieskumy	4
3. NAŠA STRATÉGIA UDRŽATEĽNOSTI	8
V čom je význam udržateľného a zodpovedného konania	8
4. NAŠICH 5 OBLASTÍ ZÁUJMU	10
I. oblasť – Ochrana klímy	10
Klimatická zmena — strašiak či realita?	11
Logistika	11
Energie	12
Lidl les	15
II. oblasť – Šetrenie zdrojov	16
REset plastic	16
Upracme si Slovensko	17
Nenechajme to plávať	17
S Lidlom šetríme jedlom	18
III. oblasť – Zachovanie biodiverzity	19
O WWF	20
Význam opeľovačov a Expedícia Medíkovo	20
IV. oblasť – Férové konanie	21
Viac než len výplata	22
Lidl srdcom	25
Slovenskí dodávatelia	26
Trvalo udržateľný sortiment a certifikácie surovín	28
V. oblasť – Podpora zdravia	30
Vedomá výživa a detský marketing	31
Redukcia soli a cukru	31
Nutri-Score: Nutričné hodnoty na prvý pohľad	32
Lidl a futbal sú pre všetkých	33
5. PROJEKTY PRÍNOSNÉ PRE SLOVENSKO	34
Lidl Čistinka	34
Červený nos CLOWNDOCTORS	34
Od začiatku v dobrých rukách	35
Podeľ sa a pomôž	35
Váš nákup = veľká pomoc	35

1. Príhovor generálneho riaditeľa

Vážené čitateľky, vážení čitatelia,

v roku 2024 sme oslávili 20. výročie pôsobenia Lidla na Slovensku. Dve desaťročia rastu, úspechu, ale aj výziev. Spoločne s našimi zákazníkmi, zamestnancami, dodávateľmi a ďalšími partnermi budujeme značku, ktorá sa v súčasnosti spája nielen s výhodným nákupom, ale aj so zodpovedným prístupom voči ľuďom aj krajine, v ktorej pôsobí.

Táto výročná správa mapuje kľúčové ukazovatele, ciele a aktivity spoločnosti Lidl Slovenská republika v oblasti trvalej udržateľnosti za obchodný rok 2024 (marec 2024 — február 2025). Vďaka nášmu prístupu patríme medzi lídrov v tejto oblasti a Lidl je na Slovensku dlhodobo vnímaný ako jedna z najzodpovednejších firiem. Z toho máme mimoriadnu radosť, no zároveň to vnímame ako záväzok, aby sme sa stále posúvali vpred.

V obchodnom roku 2024 sme otvorili 9 nových predajní a našu sieť rozšírili na celkovo 172 prevádzok v 101 mestách a obciach naprieč krajinou. Náš tím tvorilo vyše 6 500 zamestnancov, ktorým ponúkame stabilitu, férové podmienky a priestor na rozvoj. Diverzita a rovnosť je pre nás veľmi dôležitá a podporujeme ju aj v manažmente — na vedúcich pozíciách máme vyrovnaný pomer mužov a žien a všetkým ponúkame rovnaké príležitosti na rast. Naše aktivity ako zamestnávateľa boli opäť ocenené prestížnymi oceneniami. Sme už deväťnásobným držiteľom ocenenia Top Employer a šesťnásobným víťazom domácej ankety Najzamestnávateľ.



Spolupracujeme s takmer 300 slovenskými dodávateľmi, pričom hodnota spolupráce v obchodnom roku 2024 presiahla 610 miliónov eur v nákupných cenách. Podporujeme aj export zo Slovenska, ktorý dosiahol rekordnú hodnotu vyše 114 miliónov eur. Naším cieľom je byť pre nich silným a stabilným partnerom, vďaka ktorému vieme spoločne napredovať a rozvíjať slovenský potravinársky priemysel.

Konkrétne kroky robíme aj v oblasti ochrany životného prostredia. Znižujeme emisie, zvyšujeme podiel obnoviteľných zdrojov energie, rozvíjame elektromobilitu. V minulom obchodnom roku sa posunula aj naša logistika, ktorá je vďaka 35 % podielu vozidiel s alternatívnym pohonom vo flotile ešte zelenšia. Ochrana prírody je pre nás dlhodobou snahou o zelenšie Slovensko aj planétu. V tejto snahe sa posúvame aj vďaka našim projektom ako Upracme si Slovensko, Nenechajme to plávať, či S Lidlom šetríme jedlom. Len v uplynulom roku sme tak zachránili viac než 430 ton ovocia a zeleniny a z prírody pomohli odstrániť 400 ton odpadu.

Sme stabilnou súčasťou tejto krajiny a chceme, aby sa jej darilo. Veríme, že naše spoločensky zodpovedné aktivity sú nielen správne, ale aj prospešné — pre komunity, ekonomiku, jednoducho pre celé Slovensko. Z nášho podnikania ťažia pracovníci, privátny sektor, štátna pokladnica, mestá aj tretí sektor. Ročný prínos nášho pôsobenia pre slovenskú ekonomiku presahuje 2 miliardy eur, čo potvrdila Socioekonomická štúdia audítorskej spoločnosti Forvis Mazars. Patríme medzi najväčších a najpoctivejších daňovníkov, sme aj významným investorom.

Skutočne nám záleží na tom, v akom svete žijeme a zároveň, aj v akom svete budú žiť naše deti. Chceme byť prvou voľbou pre našich zákazníkov, zamestnancov aj obchodných partnerov, na čom stále pracujeme. Uvedomujeme si, že zodpovedná cesta nie je jednoduchá, no veríme, že je správna a v mnohých oblastiach aj nevyhnutná. Preto sa držíme nášho kréda — správne pre teba, správne pre ľudí, správne pre planétu.

Prajem vám príjemné čítanie

Ivan Udiljak
generálny riaditeľ Lidl Slovenská republika

2. Lidl na Slovensku

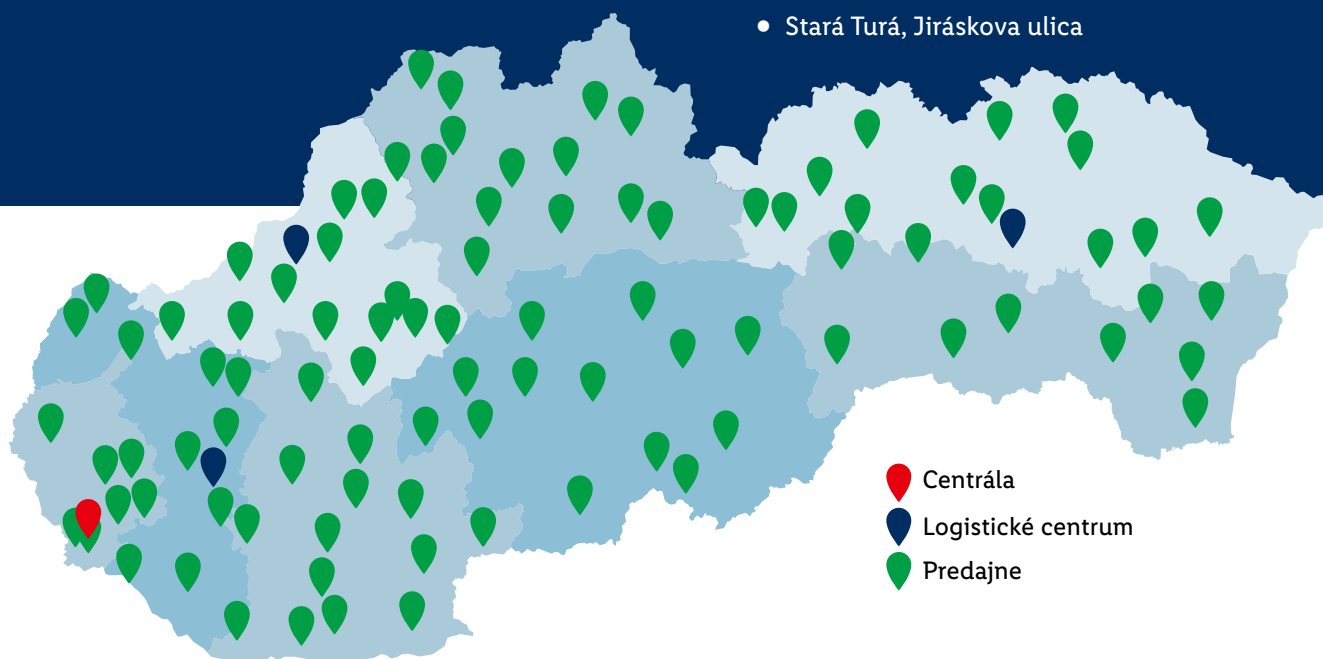
Základné čísla, naše ocenenia, členstvá v združeníach a prieskumy

Naša spoločnosť vstúpila na slovenský trh v septembri 2004 otvorením svojich prvých 14 predajní. Vďaka dynamickej expanzii sa ich počet do konca roka zvýšil na 39. Na konci obchodného roka 2024 (1. 3. 2024 – 28. 2. 2025) tvorilo našu obchodnú sieť celkom 172 predajní v 101 mestách a obciach na Slovensku. Obchodný rok 2024 bol 20. rokom pôsobenia Lidla na Slovensku. Tieto predajne sú zásobované tromi logistickými centrami – v Nemšovej, Seredi a Prešove.

172 predajní
+9 predajní medziročne

Nové predajne v obchodnom roku 2024:

- Bratislava, Púchovská ulica
- Dunajská Lužná, Vajanského ulica
- Hlohovec, ulica SNP
- Hnúšťa, Hlavná ulica
- Považská Bystrica, ulica Slovenských partizánov
- Prešov, Solivarská ulica
- Prešov, Vihorlatská ulica
- Rimavská Sobota, ulica Petra Hostinského
- Stará Turá, Jiráskova ulica



Tržby v obchodnom roku 2024: 2 098 841 766 €

Počet zamestnancov: 6 523

Sortiment

Počet zalistovaných potravinových produktov: 5 215

Počet zalistovaných produktov vlastných značiek: 3 846

Podiel vlastných značiek na sortimente: 74 % z celkového množstva zalistovaných produktov

Počet zalistovaných potravinových produktov od slovenských dodávateľov: 1 519
(29 % z celkového množstva zalistovaných produktov)



Naša misia

Naším zákazníkom ponúkame najlepší pomer medzi kvalitou a cenou pomocou jednoduchého a udržateľného konania.

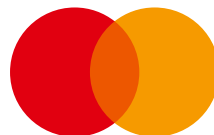
Naše firemné zásady

- Spokojnosť zákazníkov ovplyvňuje naše konanie.
- Našu pozíciu na trhu určuje optimálny pomer výkonu a ceny.
- Vďaka expanzii a ustavičnému zlepšovaniu svojich predajní stále rastieme.
- Ako rozvetvená spoločnosť pracujeme systematicky.
- Zárukou úspechu sú krátke rozhodovacie procesy a jednoduché pracovné postupy.
- Dodržiavame platné zákony a interné smernice.
- Pri každodennej práci preberáme ekonomickú, spoločenskú a ekologickú zodpovednosť.
- V spoločnosti je základným pravidlom férový prístup ku každému.
- Navzájom sa podporujeme a rešpektujeme.
- Dohody sa dodržiavajú v dôvernej atmosfére.
- Pochváliť, prejavíť uznanie, ale i umenie prijať kritiku je súčasťou našej každodennej práce.

Ocenenia od odbornej a širokej verejnosti v roku 2024

Obchodník roka

V roku 2024 sme už po jedenástykrát obhájili Cenu verejnosti, kde nás zákazníci podporili vyše 35-tisíc hlasmi. Okrem toho sme už po desiatykrát získali prvé miesto v kategórii Obchodník roka s potravinami! A to len potvrdzuje, že sme jednoznačnou prvou voľbou!



obchodník
roka 2024

cena verejnosti

OCENENIA OD ODBORNEJ A ŠIROKEJ VEREJNOSTI V ROKU 2024

Hermes komunikátor roka:

- Najlepšie komunikujúci obchodný reťazec (Cena verejnosti)
- Dlhodobý reprezentatívny prieskum MEDIAN SK (Cena MEDIAN SK)
- Stabilná práca posúva pred (Interná komunikácia & employer branding)

ShopRoku

Získali sme ocenenia

za najpopulárnejší internetový obchod v kategórii Obchodné domy a rovnako sa stali aj absolútnym víťazom v rámci Ceny popularity. Okrem toho si odnášame prvé miesto v kategórii Cena kvality na základe hodnotení zákazníkov v ankete Overené zákazníkmi a odbornej poroty Heureka.

- CENA POPULARITY — Absolútny víťaz
- CENA POPULARITY — Obchodné domy
- CENA KVALITY — Obchodné domy

Najdôveryhodnejšia značka:

Lupilu opäť po roku získala ocenenie Najdôveryhodnejšia značka v kategórii detské oblečenie.

Naj & Top zamestnávateľ:

Deviatykrát ocenenie

TOP Employer a sme už

aj šesťnásobným víťazom

domácej ankety Najzamestnávateľ,

ktorú každoročne organizuje spoločnosť Alma Career.



- Merkúr Daňovník roka
- Qudal
- Best Buy
- Ocenenie Superbrands. pre značku Dulano

ČLENSTVO V PRIEMYSELNÝCH ZDRUŽENIACH A CSR INICIATÍVACH V RÁMCI SLOVENSKA

V Lidli aktívne sledujeme legislatívu, komunikujeme s našimi partnermi a spolupracujeme so združeniami. Cieľom je rýchlo implementovať zákonné požiadavky do praxe a včas identifikovať dôležité témy v spolupráci s dodávateľmi.

Priemyselné združenia a organizácie:

- Slovensko-nemecká obchodná a priemyselná komora
- SAMO — Slovenská aliancia moderného obchodu
- Iniciatíva pre férový obchod

CSR iniciatívy

- Business Leaders Forum
- Charta diverzity na Slovensku
- Circular Slovakia
- Asfin

Členstvá v medzinárodných asociáciách a organizáciách cez materskú spoločnosť

- Danube soya
- Forest Stewardship Council (FSC)
- GlobalG. A. P., GlobalG. A. P. GRASP Technical Committee
- Sustainable Nut Initiative
- Sustainable Rice Platform (SRP)
- World Banana Forum
- Ellen MacArthur Foundation
- UN Global Compact
- Science Based Target Initiative
- Aquaculture Stewardship Council
- Fairtrade
- Rainforest Alliance
- Marine Stewardship Council
- Save the Children



Podnikanie, ktoré rozvíja Slovensko

Za vyše 20 rokov, počas ktorých Lidl pôsobí na Slovensku, sa nám poradilo získať pozíciu lídra v maloobchode. Dlhodobo podporujeme komunity a zasadzujeme sa za ochranu životného prostredia. Za 20 rokov sme na Slovensku investovali viac ako 924 miliónov eur.



Matúš Šutka

vedúci regionálnych
expanzných kancelárií

„Záleží nám na tom, aby sa Slovensku darilo, a prispievame k tomu ako stabilný zamestnávateľ, férový obchodný partner, dobrý sused a zodpovedný daňovník. Na Slovensku máme viac ako 170 predajní, stovky obchodných partnerov, viac ako 6 500 zamestnancov a milióny zákazníkov. náš záväzok voči Slovensku vnímame ako dlhodobý.“

Sme lídrom, ktorý kladie dôraz na kvalitu za výhodnú cenu. Patríme medzi najväčších zamestnávateľov a daňovníkov na Slovensku a sme dlhodobo vnímaní ako líder v oblasti spoločenskej zodpovednosti.

* Zdroj: Socioekonomická štúdia Lidl Slovenská republika za obchodný rok 2024, Forvis Mazars

Náš ročný prínos
pre slovenskú
ekonomiku
presahuje
2 miliardy EUR,
čo zodpovedá
1,6 % HDP.*

Čo hovoria prieskumy?

Dlhodobo sme lídrom v rebríčku spoločností, ktoré sú spontánne spájané so sponzorom na Slovensku. Podiel ľudí, ktorí si Lidl spájajú so sponzorom, z roka na rok rastie. Angažovanosť Lidla cítia ľudia najmä v týchto oblastiach:

- Životné prostredie
- Podpora lokálnych komunít
- Podpora športu pre všetkých
- Profesionálny šport

V uvedených oblastiach Lidl buď výrazne dominuje, alebo patrí k top podporovateľom. Značku Lidl si ľudia spontánne vybavujú aj v mnohých iných oblastiach — napríklad charita a dobročinnosť a vzdelávanie.

Naše prvenstvo potvrdzuje aj prieskum agentúry Ipsos z roku 2024. Približne tretina populácie si spomenie na nejakú spoločensky zodpovednú firmu, pričom najviac z nich vymenovalo Lidl. Obhájili sme prvenstvo, pričom nás uviedol každý štvrtý respondent ako spoločensky zodpovednú firmu.*

Podľa prieskumu agentúry Focus sme tiež na čele rebríčka najčastejšie spontánne uvádzaných firiem podnikajúcich zodpovedne (spontánna znalosť 18,4 % a podporená znalosť 26 % opýtaných zo vzorky 1001 respondentov z roku 2023).

* Zdroj: Ipsos ESG & Reputation research, 2024, vzorka populácie 1 111



3. Naša stratégia udržateľnosti

V čom je význam udržateľného a zodpovedného konania



Zuzana Sobotová
vedúca oddelenia CSR



Michaela Kleinová
manažérka pre trvalú
udržateľnosť za nákup

CSR je skratka z anglického Corporate Social Responsibility, čo znamená spoločenská zodpovednosť firiem. V praxi ide o to, ako sa firma správa k svojmu okoliu, k ľuďom, prírode, komunitám aj zamestnancom. Znamená to robiť veci férovo, s ohľadom na budúcnosť a s vedomím, že naše rozhodnutia majú dosah. Jednoducho — CSR je spôsob, ako byť dobrým susedom aj zodpovedným partnerom.

Aby ste lepšie pochopili, ako funguje náš Lidl CSR svet, rozdelili sme ho do strategických oblastí:

Naša CSR stratégia



Ochrana
klímy



Šetrenie
zdrojov



Férové
jednanie



Podpora
zdravia



Zachovanie
biodiverzity

Diálogo

Riadenie

Lidl je lídrom v spoločenskej zodpovednosti na Slovensku, čo dlhodobo potvrdzujú aj prieskumy medzi slovenskými spotrebiteľmi. Aká bola táto cesta od začiatku pôsobenia Lidla na Slovensku?

Zuzana: CSR stratégia je naším každodenným záväzkom voči spoločnosti a budúcim generáciám. Budujeme ju systematicky, sledujeme aktuálne výzvy a transparentne komunikujeme s partnermi. Od roku 2018 pravidelne publikujeme Správu o trvalej udržateľnosti, ktorá mapuje náš pokrok v oblasti životného prostredia, spoločenskej zodpovednosti a udržateľnosti. Veríme, že každá zmena sa začína u ľudí — preto k tomuto prístupu vedieme aj našich kolegov.

Aké sú hlavné piliere spoločenskej zodpovednosti v Lidli?

Zuzana: Naša cesta k spoločenskej zodpovednosti nebola jednorazovým rozhodnutím, ale prirodzeným vývojom toho, ako chceme podnikáť — férovou, ohľaduplne a s ohľadom na budúcnosť. Od začiatku sme si uvedomovali, že máme vplyv na ľudí aj na planétu, a preto sa snažíme konať zodpovedne každý deň. Prvú správu o trvalej udržateľnosti sme publikovali za obchodný rok 2017, kde úprimne ukazujeme, čo sa nám darí a kde ešte máme priestor rásť. Nejde nám o dokonalosť, ale o poctivý prístup a ochotu meniť veci k lepšiemu.

Prečo sú certifikácie v sortimente dôležité, aký je ich prínos pre spoločnosť a aký je podiel certifikovaných výrobkov v sortimente Lidla?

Michaela: Žiaľ, v mnohých krajinách sveta je porušovanie základných práv pracovníkov bežnou praxou. Používanie certifikovaných surovín v našich produktoch pomôže farmárom a pestovateľom zabezpečiť všetky sociálne, ekonomické a environmentálne podmienky práce, ako napríklad spravodlivú plácu či zákaz detskej práce. Rozdiel medzi certifikovanou a necertifikovanou surovinou na prvý pohľad nie je viditeľný, ale efekt z podpory správnej veci je na nezaplatenie. Z hľadiska sortimentu obsahujúceho suroviny, na ktorých certifikáciu sa zameriavame (káva, kakao, ryby, palmový olej, čaj, orechy a ryža), sme v uplynulom obchodnom roku našim zákazníkom ponúkali v stálom aj akčnom sortimente spolu takmer 69 % certifikovaných produktov. Certifikované komodity zabezpečujeme aj prostredníctvom certifikovanej bavlny, ktorú používame pri výrobe pracovných odevov pre našich zamestnancov a textilných nákupných tašiek. Certifikáciu našich produktov vrátane spomínaných surovín chceme v rámci nášho cieľa postupne navyšovať, aby sme zabezpečili dobré pracovné podmienky čo najširším skupinám pracovníkov v rozvojových krajinách.

Na zvyšovanie certifikácií je potrebná aj súčinnosť dodávateľov. Vnímajú aj slovenskí či zahraniční výrobcovia trend ponuky trvalo udržateľných produktov?

Michaela: Slovenskí aj zahraniční dodávatelia si čoraz viac uvedomujú narastajúci trend dopytu udržateľných produktov. Každý náš dodávateľ je oboznámený so stratégiami a cieľmi spoločnosti Lidl, kde spadá aj dôraz na udržateľnosť našich produktov a surovín. Preto navzájom stále komunikujeme možnosti certifikácie a udržateľnosti a postupne rozširujeme množstvo certifikovaných produktov v našom sortimente.

Lidl stál pri mnohých CSR inováciách na slovenskom trhu a priniesol nové trendy do maloobchodu, ktorými sa inšpirovali aj iné spoločnosti. Na ktoré ste zvlášť hrdí?

Zuzana: Najviac si vážime projekty, ktoré majú skutočný dosah a dávajú zmysel — nielen nám, ale aj ľuďom okolo nás. Napríklad Lidl les, kde sme spolu s partnermi vysadili už viac ako 2 milióny stromčekov, alebo iniciatíva Upracme Slovensko, vďaka ktorej sa nám podarilo vyčistiť kus prírody. Veľmi blízky je nám aj program Od začiatku v dobrých rukách, cez ktorý pomáhame chorým deťom a ich rodinám. Tieto projekty nie sú jednorazové — sú dlhodobé, rastú spolu s nami a zapájajú aj našich kolegov a zákazníkov. Práve vďaka ich podpore môžeme prinášať pozitívne zmeny a ukazovať, že aj veľká firma môže robiť veci srdcom.

Zákazníci, ale aj iné zainteresované skupiny očakávajú, že sa firma bude správať zodpovedne. Na ktoré oblasti sa plánujete do budúcnosti zamerať a čo pripravujete pre slovenského zákazníka?

Zuzana: Chceme, aby udržateľnosť nebola len fráza, ale niečo, čo ľudia reálne zažívajú — či už ako zákazníci, alebo ako naši kolegovia. Práve vďaka ich nadšeniu a zapojeniu dokážeme robiť veci, ktoré majú zmysel. Do budúcnosti sa chceme ešte viac sústreďovať na to, aby bola udržateľnosť zrozumiteľná a dostupná pre každého. Pripravujeme aktivity, ktoré ľudí prirodzene vtiahnu — či už ide o vzdelávanie, podporu komunit, alebo konkrétne kroky, ktoré pomáhajú Slovensku.

4. Našich 5 oblastí záujmu

I. oblast' Ochrana klímy





Vladimír Mokoš
konzultant
na úseku logistiky

„Nie je nám jedno, v akom svete žijeme my a v akom budú žiť naše deti,“ — to je posolstvo spoločnosti Lidl, ktorým sa dlhodobo a kontinuálne riadime vo všetkých smeroch v rámci nášho podnikania.

Klimatická zmena — strašiak či realita?

Zmena klímy má globálne dôsledky. Ak nezačneme konať, tieto vplyvy sa budú zhoršovať.

Aké sú dôsledky zmeny klímy pre prírodu a na ľudí?

- Vysoké teploty
- Sucho a prírodné požiare
- Dostupnosť sladkej vody a zníženie jej kvality
- Zápaly a povodne
- Zvýšenie hladiny morí
- Zmeny vo fenológii (správanie a životný cyklus živočíšnych a rastlinných druhov)
- Degradácia pôdy
- Dosah na ľudské zdravie a sociálne aspekty pre obyvateľstvo
- Hrozby pre obchodnú činnosť a infraštruktúru



Aj preto Lidl postupuje zodpovedne v oblastiach ako logistika, energie či ochrana životného prostredia.

Logistika

Znižujeme uhlíkovú stopu a zodpovedne pristupujeme k životnému prostrediu, spoločnosti, sortimentu aj zamestnancom. Už v roku 2018 sme nasadili prvý kamión s alternatívnym pohonom a do februára 2025 tvorili ekologické vozidlá viac ako 35 % flotily. Cieľom je dosiahnuť 50 % do konca roka 2027 a 85 % do roku 2030. Už v roku 2022 sme do prevádzky uviedli prvé elektrické nákladné auto. V minulom roku sme na Slovensku urobili významný krok smerom k udržateľnej budúcnosti. V spolupráci s jedným z našich dopravcov sme do prevádzky uviedli symbol modernizácie, prvý elektrický ťahač, ktorý zásobuje predajne patriace pod Logistické centrum Nemšová.

Tento moderný ťahač nielenže znižuje závislosť od fosílnych palív, ale tiež výrazne prispieva k ochrane životného prostredia:

- Zníženie emisií CO₂ — nulové lokálne emisie počas prevádzky.
- Nižšia hlučnosť — priateľskejší k okoliu i našim zamestnancom.
- Energetická efektívnosť — využívanie obnoviteľných zdrojov energie.

Tento projekt je dôkazom, že inovácie a starostlivosť o planétu idú ruka v ruku. Sme hrdí, že môžeme prispievať k znižovaniu ekologickej stopy a spoločne tvoriť zelenšiu budúcnosť.

Ciele v inovatívnej logistike

využívanie alternatívnych palív ako BioLNG, HVO100, ktoré významným spôsobom znižujú uhlíkovú stopu

2026

50 % vozového parku s alternatívnym pohonom prostredníctvom našich zmluvných partnerov

2027

75 % vozového parku s alternatívnym pohonom prostredníctvom našich zmluvných partnerov a 30 % flotily bude mať pohon na elektrinu, vodík alebo bioplyn

2030

Ideme na zelenú, energiu čerpáme aj zo slnka

Aktuálne má spoločnosť Lidl v prevádzke 21 fotovoltických zdrojov s výkonom necelých 100 kWp a 7 zdrojov s výkonom 10 kWp. Vo výstavbe je zároveň fotovoltický zdroj v Logistickom centre Lidl Sereď, ktorého výkon je 999,60 kWp a bude schopný pokryť približne 20 % ročnej spotreby elektrickej energie Logistického centra.

Naša vízia

Do roku 2050 zredukujeme naše emisie skleníkových plynov na nulu.



Náš dlhodobý cieľ

o 80 % menej emisií
v rámci Scope 1 & 2
do roku 2030
v porovnaní
s rokom
2019

Energie

Energetický mix pre rok 2024

OBNOVITELNÉ ZDROJE	PODIEL ZDROJOV ELEKTRINY NA DODÁVKE
Solárne	11,87 %
Veterné	9,67 %
Vodné	78,46 %
SPOLU	100,00 %

Náš vplyv meriame prostredníctvom uhlíkovej stopy a riadime sa klimatickou stratégiou podľa metodiky Science Based Targets. Cieľom je prispieť k obmedzeniu globálneho otepľovania na 1,5 °C v súlade s Parížskou dohodou.

Klimatická stopa spoločnosti zahŕňa priame emisie z vlastných zdrojov (Rozsah 1), nepriame emisie z nakúpenej energie (Rozsah 2) a ďalšie nepriame emisie z celého hodnotového reťazca, ako sú dodávatelia, doprava či používanie produktov (Rozsah 3). Tieto emisie pravidelne sledujeme s cieľom znižovať náš celkový dosah na klímu.

Ako súčasť spoločností Schwarz Group sa snažíme udržať vlastný príspevok ku klimatickým zmenám čo najnižší a stabilný a minimalizovať emisie skleníkových plynov. Dodržiavame preto tieto zásady:

1. Zabraňujeme tvorbe emisií skleníkových plynov, kedykoľvek je to možné.
2. Znižujeme tie emisie skleníkových plynov, ktorým sa nedá vyhnúť.

2019

Začali sme zbierať dáta a monitorovať našu uhlíkovú stopu. Ako základný rok bol stanovený rok 2019.

2019

Rozhodli sme sa upraviť naše ciele na ambicióznejšiu redukciiu na 1,5 stupňa.

2020

V auguste 2020 sa Skupina Schwarz pridala k celosvetovej klimatickej iniciatíve Science Based Target initiative (SBTi).

2021

SBTi iniciatíva bola validovaná a zverejnená v septembri 2021.

2023

Rok 2023: 25 predajní s fotovoltickými systémami.

2026

V spolupráci s dodávateľmi plánujeme nastaviť 75 % emisií spojených s produktmi podľa SBTi.

2030

Rok 2030: 75 % vozového parku s alternatívnym pohonom prostredníctvom zmluvných partnerov.

Emisie skleníkových plynov

Výkaz o CO₂ stope

KATEGÓRIE PODĽA PROTOKOLU O SKLENÍKOVÝCH PLYNOCH	EMISIE SKLENÍKOVÝCH PLYNOV (V CO ₂ -EKVIVALENTE) V ROKU 2024	ZMENA OPROTI ROKU 2019 (%)
Rozsah 1	8 116,96	-23,88 %
Fugitívne emisie	2 013,75	-64,64 %
Mobilné spaľovanie	2 933,74	31,30 %
Stacionárne spaľovanie	3 169,47	15,96 %
Rozsah 2	377,00	-47,82 %
Zásobovanie teplom	355,56	160,66 %
Elektrická energia: trhovovo orientovaný prístup	21,43	-96,34 %
Rozsah 3 — Upstream	2 432 896,68	39,58 %
3.1 Nakupovaný tovar a služby	1 951 919,27	20,33 %
3.2 Emisie z dlhodobého majetku	11 990,10	n. a.
3.3 Emisie súvisiace s palivami a energiou	5 061,01	12,70 %
3.4 Upstream transport	94 378,22	715,09 %
3.5 Prevádzkový odpad	5 651,23	-37,22 %
3.6 Služobné cesty	1 010,08	25,01 %
3.7 Dochádzanie zamestnancov do práce	8 055,60	30,71 %
3.11 Fáza používania predaných produktov	261 411,16	200,97 %
3.12 Recyklácia predaných produktov	93 420,01	4 502,76 %
Celkové emisie	2 441 390,63	39,15 %



Martin Brezina
energetik

„Pri výstavbe každej novej predajne ju automaticky, vybavujeme v najvyššom technologickom štandarde, aby sme zabezpečili zákazníkom príjemné nakupovanie a boli čo najudržateľnejší.“

Dôraz kladieme na udržateľnosť pri výstavbe, logistike aj prevádzke. Využívame zelenú energiu, fotovoltiku, LED osvetlenie, inteligentné riadenie budov a postupne zvyšujeme podiel zariadení s prírodnými chladičmi. Logistické centrum Lidl Sereď sa zároveň stalo prvou budovou, ktorá na území Slovenska získala medzinárodne najvýznamnejšiu ekologickú certifikáciu BREEAM v najvyššom stupni Outstanding. Naša spoločnosť má zavedený systém energetického manažérstva podľa normy ISO 50001, vďaka ktorému aktívne znižujeme energetickú náročnosť našich budov. Máme nastavenú vlastnú klimatickú stratégiu s konkrétnymi cieľmi a opatreniami, ktorými znižujeme emisie CO₂. Podporujeme elektromobilitu, znižujeme emisie CO₂ a spolupracujeme s dodávateľmi na ich redukcii. Vďaka recyklácii, paletovému poolingu a environmentálnym certifikáciám šetríme tisíce ton emisií ročne. Ohľadom redukcie emisií komunikujeme aj s našimi dodávateľmi.

PRIAMA SPOTREBA ENERGIE PRIMÁRNYM ZDROJOM ENERGIE	ZÁKLADNÝ OBCHODNÝ ROK 2019	OBCHODNÝ ROK 2024
Priama spotreba energie		
Vlastná výroba elektriny z obnoviteľných zdrojov energie (kWh)	19 997,000	701 959,000
Zemný plyn (kWh)	14 929 660,000	17 265 553,920
Energia spotrebovaná záložným zdrojom — diesel (kWh)	45 259,27	85 318,31
Energia spotrebovaná vozovým parkom z neobnoviteľných zdrojov energie (kWh)	8 747 746,953	11 675 817,510
Energia spotrebovaná vozovým parkom z neobnoviteľných zdrojov energie (GJ)	31 491,889	42 032,940
Energia spotrebovaná vozovým parkom z neobnoviteľných zdrojov energie — Diesel (kWh)	7 614 343,707	6 880 816,780
Energia spotrebovaná vozovým parkom z neobnoviteľných zdrojov energie — Diesel (GJ)	27 411,637	24 770,940
Energia spotrebovaná vozovým parkom z obnoviteľných zdrojov energie — Benzín (kWh)	1 133 403,246	4 795 000,730
Energia spotrebovaná vozovým parkom z obnoviteľných zdrojov energie — Benzín (GJ)	4 080,252	17 262,000
Ostatné primárne energetické nosiče (kWh)	—	—
Ostatné primárne energetické nosiče (GJ)	—	—
Nepriama spotreba energie		
Centrálne zásobovanie teplom (kWh)	554 970,000	1 446 560,000
Elektrina z neobnoviteľných zdrojov (kWh)	2 520 546,000	3 730 548,000
Elektrina zo zmiešaných obnoviteľných zdrojov (kWh)	70 490 540,000	95 170 181,890
Celková spotreba energie (kWh)	97 263 459,798	130 075 938,600
Celková spotreba energie (GJ)	350 311,390	268 273,380





**Aj
zamestnanci
Lidla
priložili
ruku
k dielu**

Lidl les

V rámci projektu Lidl — Voda pre stromy sa vďaka zákazníkom podarilo v Tatrách vysadiť už 2,3 milióna stromčekov.

„Projekt Lidl les predstavuje viac než len výsadbu stromov — je príkladom dlhoročného partnerstva súkromného a štátneho sektora v prospech ochrany prírody. Lesy SR každoročne vysadia viac ako 12 miliónov sadeníc stromov, pričom dobrovoľnícke aktivity majú významný symbolický rozmer. Dobrovoľníci si vlastnou skúsenosťou uvedomia, že založiť nový les je náročná, ale záslužná práca,“ vysvetlil Tibor Menyhart, generálny riaditeľ Lesov SR. Lesy Slovenskej republiky sa počas celého roka aktívne starajú o lesy založené dobrovoľníkmi.



Ivan Udiljak
generálny riaditeľ

Ivan Kovaľov
vedúci predaja

Vedeli ste, že jeden hektár dospelého lesa dokáže ročne vyprodukovať taký objem kyslíka, ako spotrebuje približne 130 ľudí?

Lidl les sa aktuálne rozprestiera na ploche približne 900 hektárov, čo predstavuje kyslík pre celý Trenčiansky okres alebo pre mestá Nitra a Levice dokopy.

Aktuálnu rozlohu Lidl lesa môžeme prirovnať veľkosti 1 200 futbalových ihrísk alebo si môžete predstaviť viac ako desaťnásobok Štrbského plesa.

II. oblasť Šetrenie zdrojov



Šetrenie
zdrojov

REset plastic

Plasty sú neoddeliteľnou súčasťou nášho každodenného života. Je ľahké pochopiť prečo: sú pevné, ľahké a majú rôznorodé využitie. Recyklovateľný materiál je tiež veľmi dôležitý a rozšírený ako prepravný a obalový materiál. Vzhľadom na dlhú životnosť sa však môže stať problémom, ak sa dostane do životného prostredia. Každý, kto dáva plast do kolobehu, je teda zodpovedný aj za jeho ďalšie využitie.

V reakcii na to sa spoločnosti skupiny Schwarz zaviazali zbierať, triediť a opätovne používať plasty — už od roku 2018 spustili iniciatívu REset Plastic. Je to medzinárodná holistická stratégia v oblasti plastov, ktorej cieľom je nielen znížiť používanie plastov a podporovať recykláciu, ale aj vytvárať nové povedomie a zásadne zmeniť spôsob, akým s plastmi narábajú.

Ako súčasť spoločností skupiny Schwarz sa Lidl zaviazal v rámci celoskupinovej stratégie REset Plastic znížiť spotrebu plastov pre obaly privátnych značiek a plastové prepravné obaly o 30 % do roku 2025 v porovnaní s rokom 2017, aby boli obaly privátnych značiek maximálne recyklovateľné a aby sa v obaloch privátnych značiek použilo v priemere 25 % recyklátu. Spoločnosti skupiny Schwarz preto v roku 2018 podpísali Globálny záväzok k novej ekonomike plastov Nadácie Ellen MacArthur.

Lidl Slovenská republika rozhodujúcim spôsobom prispieva k implementácii celoskupinovej plastovej stratégie REset Plastic a už dosiahla množstvo úspechov.

V otázke plastov neexistuje jednoduché riešenie. Aby bola komplexnosť dodržaná, definovali sme päť oblastí činnosti, ktoré túto tému zvyrazňujú holisticky:

- **REduce** — Znižujeme množstvo plastov všade tam, kde je to trvalo udržateľné.
- **REdesign** — Navrhujeme recyklovateľné obaly a uzatvárame slučky.
- **REcycle** — Zbierame, triedime a recyklujeme plasty, aby sme uzavreli kruh.
- **REmove** — Podporujeme odstraňovanie plastového odpadu zo životného prostredia.
- **REsearch** — Investujeme do výskumu a vývoja inovatívnych riešení a vzdelávame sa v oblasti recyklácie.





Upracme si Slovensko

Vďaka projektu **Upracme si Slovensko** ubudlo zo slovenskej prírody viac ako 334 ton odpadu. V rámci tohto projektu môžu zákazníci iba v Lidli svoje zálohy za vratné obaly venovať na čistenie našej prírody. V roku 2024 na tento účel putovalo viac ako 40 000 eur.



Viac informácií nájdete na www.upracme.sk.

334
ton odpadu

Nenechajme to plávať

Najlepší odpad je ten, ktorý nevznikne. V rámci projektu *Nenechajme to plávať* od roku 2020 čistíme slovenské rieky — len v roku 2024 sa podarilo odstrániť 70 ton odpadu zo slovenskej prírody. Je to zodpovednosť nás všetkých a každé naše rozhodnutie má vplyv na prírodu okolo nás. Ak mikroténové vrecko pri nákupe zákazník potrebuje, má možnosť prispieť dobrovoľne 1 cent. Lidl príspevky zdvojnásobí a venuje na čistenie slovenskej prírody.



70
ton odpadu

S Lidlom šetríme jedlom

Byť zodpovedný nie je vždy jednoduché, no my v Lidli to zákazníkom uľahčujeme. Projektom S Lidlom šetríme jedlom pomáhame znižovať potravinový odpad a zároveň šetriť peniaze. V obchodnom roku 2024 sa nám podarilo zachrániť viac ako 430 ton — čo je viac ako 215 000 debničiek. Od začiatku projektu sa podarilo zachrániť vyše 1 600 ton ovocia a zeleniny — viac ako 600 000 debničiek.



Roland Pethö
projektový vedúci
na oddelení predaja

Roland, prezrad', čo bolo motívom pre spustenie projektu „S Lidlom šetríme jedlom?“

Aj keď máme efektívny objednávkový systém, niekedy vznikne odpad z poškodených balení, ktoré už nie sú vhodné na predaj a v minulosti by sa vyhodili. Namiesto ich likvidácie sme sa rozhodli znížiť plytvanie a spustiť tento projekt.

Ako to celé funguje?

Kolegovia viackrát v priebehu dňa kontrolujú čerstvosť ovocia a zeleniny. Vhodné kusy z poškodených balení sa ukladajú do 2 kg debničiek, ktoré sa predávajú za symbolické 1 euro. Takto vznikajú debničky, z ktorých je každá iná a jedinečná.

Čo vás na projekte prekvapilo oproti plánu?

Očakávali sme záujem najmä od sociálne slabších, no oceňujú ho aj mladí ľudia a rodiny — kvôli udržateľnému prístupu, ktorý už aktívne žijú vo svojich domácnostiach.

Čo zákazník v debničke môže nájsť a kde si ich môže zakúpiť?

Takto vznikajú debničky, z ktorých je každá iná a jedinečná. Sú v nej rôzne druhy ovocia a zeleniny — napr. jablká, hrušky, mrkva, cibuľa, paprika, avokádo. Takto pripravené debničky sa nachádzajú v špeciálnych stojanoch za pokladnicami vo všetkých predajniach Lidl.

Má Lidl aj iné projekty na predchádzanie plytvania potravinami?

Ponúkame produkty s blížiacim sa dátumom spotreby za nižšiu cenu v označených boxoch „Potraviny bez viny“. Chlieb predávame so zľavou 50 % aj deň po vypečení. Optimalizujeme sortiment a objednávkové procesy, aby potraviny zostali čo najčerstvejšie. Potraviny teda „nemajú čas“ zostarnúť na pultoch, namiesto toho si zákazníci môžu dlhšie vychutnávať ich čerstvosť.

Viete sa s nami podeliť aj o nejaké zaujímavé fakty, poprípade sa chystá v projekte niečo nové?

V priemere každá naša predajňa spracuje za jeden rok viac ako 2,5 tony ovocia a zeleniny do týchto debničiek. Projektom „S Lidlom šetríme jedlom“ chceme v budúcnosti osloviť ešte väčšie množstvo zákazníkov a výmenou debničiek za tašky.

III. oblasť Zachovanie biodiverzity



Zachovanie
biodiverzity



O WWF

World Wide Fund for Nature (skratka WWF – Svetový Fond na ochranu prírody) je najväčšou nezávislou organizáciou na ochranu prírody na svete. WWF sa systematicky venuje ochrane prírody a udržateľnému rozvoju, pracuje na ochrane voľne žijúcich živočíchov, lesov, oceánov a sladkovodných ekosystémov a sústredí sa na hlavné príčiny straty biodiverzity. WWF aktívne pôsobí v takmer 100 krajinách sveta na 6 kontinentoch. Na Slovensku pôsobí organizácia od roku 2014 a prioritne sa sústreďuje na tri oblasti – ochranu lesov, vôd a voľne žijúcich živočíchov. Poslaním WWF je tvoriť budúcnosť, kde ľudia žijú v harmónii s prírodou.

Spolupráca s najväčšou celosvetovou organizáciou na ochranu prírody WWF

Aby sme mohli udržateľne nakrmiť rastúcu populáciu, je potrebná transformácia potravinového systému. V Lidli sa riadime princípmi Planetary Health Diet a v spolupráci s WWF ponúkame zdravšie a udržateľnejšie produkty za dostupné ceny. Jednou z príčin úbytku biodiverzity je aj narušenie prepojenia medzi prírodnými územiami, čo bráni prirodzenému pohybu živočíchov. „Dôležité ekologické mosty môžeme budovať aj v rámci menších území. Prepojením zelených plôch, obnovou brehových porastov pozdĺž riek, podporou rozmanitosti lúk či výsadbou drevín zlepšime ekologickú konektivitu krajiny a zvýšime jej rozmanitosť,“ uvádza riaditeľka WWF Slovensko Miroslava Plassmann. V roku 2025 Lidl a WWF Slovensko vysadia 460 pôvodných drevín pri riekach Hron, Ipeľ, Dunaj, Klák a Latorica. Výsadba pomôže chrániť brehy, podporí vodné ekosystémy a zmierni dosahy klimatických zmien. Projekt zahŕňa aj starostlivosť o lúky s cieľom podporiť biodiverzitu a opeľovače. Súčasťou spolupráce je aj vzdelávanie zamestnancov a ich zapojenie do terénnych aktivít.



Svetový fond ochrany prírody definoval v roku 1989 biodiverzitu ako „bohatstvo života na Zemi, milióny rastlín, živočíchov a mikroorganizmov vrátane génov, ktoré obsahujú, a zložité ekosystémy, ktoré vytvárajú životné prostredie“. Je kľúčová pre čistý vzduch, vodu, úrodnú pôdu či opeľovanie plodín. Ohrozuje ju odlesňovanie, klimatická zmena, znečistenie či invázne druhy. Narušenie jednej zložky môže viesť až k vyhynutiu niekoľkých druhov, ktoré sú od nich závislé. Jej úbytok má vážne dôsledky pre prírodu, zdravie aj ekonomiku.

Význam opeľovačov a Expedícia Medíkovo

Bez včiel a iného hmyzu by sme prišli o množstvo potravín ako ovocie, zeleninu či orechy. Opeľovače sú kľúčové pre opelenie rastlín, ktoré tvoria základ našej stravy, a zároveň prispievajú k biodiverzite a obnováke v prírode. O ich význame sa dozvedajú aj žiaci základných škôl v rámci projektu Expedícia Medíkovo, ktorý sme spustili v roku 2023 spolu s OZ Včelí kRaj. Aj v roku 2024 sa 10 vyžrebovaných tried zúčastnilo výletu do Včelieho kRaja a odniesli si nezabudnuteľné zážitky a nové praktické vedomosti k tejto téme.

Základná škola, Ul. Ivana Bukovčana v Bratislave

„Výlety s edukačným cieľom majú vo vzdelávaní detí veľkú hodnotu. Nenásilnou formou prostredníctvom zážitkov budujú u detí rozhľad, upevňujú priateľské vzťahy, rozvíjajú emócie. Sú nenahraditeľnou súčasťou rozvoja detskej osobnosti. Veľká vďaka za príležitosť, deti si budú Včelí kRaj a zážitky v ňom nadobudnuté dlho pamätať.“

Základná škola s Materskou školou Štiavnik

„Ďakujem veľmi pekne za krásny výlet. Vo včelom kRaji bolo nádherne. Už veľa rás sa mi v živote potvrdilo heslo, že je lepšie raz zažiť ako 100-krát počuť, a platilo to aj dnes. Hádám sa už medzi týmito ‚mojimi‘ štvrtákmi nachádza budúci včelár, ktorý sa v budúcnosti s láskou bude starať o svoje vlastné včielky.“

Na Slovensku sa venujeme ochrane biodiverzity a podpore včelárstva od roku 2022. Okrem projektu **Expedícia Medíkovo** pre žiakov základných škôl sme vybudovali včelnice pri logistických centrách v Seredi, Nemšovej a Prešove, kde realizujeme aj každoročné medodobranie. Rovnako poskytujeme vhodný priestor aj pre samotárske včely a užitočný hmyz prostredníctvom hmyzích domčekov pri takmer 40 predajniach, ktoré dopĺňajú informačné tabule o význame opeľovačov.



IV. oblasť Férové konanie



Férové
konanie



Viac než len výplata

Ako Lidl mení štandardy výnimočného zamestnávateľa

S viac ako 4 500 životopismi, ktoré mesačne prichádzajú do našej schránky, si Lidl Slovensko vybudoval povesť dobrého zamestnávateľa, ktorá v mnohom presahuje regály v obchodoch. Za úspechom stojí prístup silno zameraný na ľudí, ktorého lídrom je Judit Dulin, konateľka pre ľudské zdroje.



Judit Dulin
konateľka
pre ľudské zdroje

„Som hrdá na to, že sme pre naše zamestnankyne a našich zamestnancov stabilným a zodpovedným partnerom. Aj naďalej chceme byť pre nich jednoznačnou prvou voľbou, a preto sme sa aj tento rok opäť rozhodli zvýšiť mzdy. Chceme, aby sa v Lidli cítili adekvátne ocenení, a veríme, že je to pre nich zároveň motivácia rozvíjať sa spolu s nami.“

Judit, aké sú najväčšie výzvy na trhu práce a ako na ne Lidl reaguje?

Slovensko má dlhodobo jednu z najnižších mier nezamestnanosti, čo znamená, že je čoraz ťažšie nájsť vhodných kandidátov. Napriek tomu sa nám darí, a to vďaka podpore firemnej kultúry, atraktívnemu systému odmeňovania a benefitov, stabilite a kariérnym možnostiam. Dostávame v priemere 4 500 životopisov mesačne, čo znamená, že záujem pracovať v Lidli je skutočne veľký a verejnosť nás vníma ako skvelého zamestnávateľa. Potvrdzujú to aj mnohé domáce a zahraničné ocenenia.

Ďalšou výzvou sú priority novej generácie na trhu práce, kladú väčší dôraz na „work-lifebalance“, firemnú kultúru a smart work. Reagujeme na to ustavičným zlepšovaním našej kultúry, inováciami, digitalizáciou a optimalizáciou procesov.

Plánujete v roku 2025 ďalšie zvyšovanie plátov? Ak áno, v akom rozsahu?

Za predošlé tri roky sme do zvýšenia plátov investovali 43 miliónov eur. V roku 2025 sme vyčlenili ďalších 14 miliónov eur. Dbáme na to, aby sme boli lídrom nielen v maloobchode, ale aj ako zamestnávateľ. Dostali sme sa do bodu, keď najnižšie mzdy našich predajcov a skladníkov dosahujú 150 % zákonnej minimálnej mzdy. Predajcovia zarábajú minimálne 1 250 eur, skladníci 1 300 eur.

Aké benefity si zamestnanci Lidla okrem plátov najviac cenia?

V Lidli nerobíme rozdiely, tento štandard platí dlhodobo. Každý zamestnanec má prístup k portálu benefitov v hodnote 250 eur ročne, kde si môže vybrať z viac ako 4 000 možností. Okrem toho poskytujeme zamestnancom mesačný kredit 40 eur na nákupy v Lidli a po prvom odpracovanom roku prispievame 200 eur ročne do tretieho dôchodkového piliera. Zamestnanci môžu získať až 900 eur prostredníctvom odporúčacieho programu. Veľkým benefitom je možnosť pracovnej rotácie, široká ponuka vzdelávania a rozvoja, nadštandardná dovolenka, voľno na prvý školský deň dieťaťa, darčeky k narodeninám, výročiam, Vianočiam či Mikulášovi, psychologické a finančné poradenstvo a mnoho ďalšieho.



Aký je pomer mužov a žien medzi vašimi zamestnancami?

Ako v celej oblasti retailu, aj u nás tvoria väčšinu zamestnancov ženy – 70 %. Počet mužov však v rámci predajní narastá. V manažmente je aktuálne 55 % žien, čo nás veľmi teší. Na najvyšších pozíciách je pomer 50 : 50 a boli sme jednou z prvých firiem v skupine, ktorá mala ženu na pozícii generálnej riaditeľky.

Ako podporujete diverzitu a inklúziu na pracovisku?

DEB (Diversity, Equity, Belonging) je neoddeliteľnou súčasťou našej firemnej kultúry. Od roku 2021 máme aj ambasádora diverzity, ktorý je kontaktnou osobou a propaguje tieto témy. Organizujeme pravidelné diskusie na rôzne témy (napríklad s Ligou za duševné zdravie) a v internej aplikácii „We Are Lidl“ (kde je už viac než 6 000 zamestnancov) komunikujeme o DEB aktivitách.

Zameriavame sa aj na tréningy pre manažérov, workshopy a témy ako rodová diverzita a ženy v manažmente.

Aké skúsenosti máte so zamestnávaním pracovníkov z iných krajín?

Sme otvorení aj zamestnávaniu cudzincov. Momentálne máme 192 zamestnancov z 19 krajín. Ako Maďarka môžem povedať, že slovenskí kolegovia sú veľmi ústretoví a pomáhajú cudzincom s integráciou. Máme výborné príklady — napríklad v Tvrdošíne sa naša ukrajinská kolegyňa stala po dvoch rokoch vedúcou predajne.

Lidl tiež podporuje mobilitu — mnohí Slováci pracujú v zahraničí, či už v centrále v Nemecku, alebo inde. Mnohí strávili niekoľko mesiacov alebo rokov v iných krajinách a vrátili sa s cennými skúsenosťami.

Spolupracuje Lidl so školami pri príprave budúcich zamestnancov?

Samozrejme. Sme jedným z najväčších zamestnávateľov na Slovensku a uvedomujeme si, že nábor sa často začína už pri vzdelávaní. Dlhodobo sa preto zapájame do duálneho vzdelávania na stredných školách. Od roku 2016 sa ho zúčastnilo takmer 160 študentov a v roku 2025 očakávame viac než 20 absolventov. Aktuálne spolupracujeme s 12 strednými odbornými školami. Sme aktívni aj na univerzitách — cez program „Retail Academy“, ktorý má takmer 800 absolventov a vznikol v spolupráci s SPU v Nitre a Ekonomickou univerzitou v Bratislave. Program zahŕňa prednášky, exkurzie, workshopy s odborníkmi z HR, komunikácie, nákupu, predaja či administratívy a umožňuje študentom získať prax a skúsenosti. Čoraz viac absolventov Retail Academy následne pracuje u nás. Vďaka expanzii každoročne vytvárame stovky nových pracovných miest.

V Lidli dbáme aj na rovnaké odmeňovanie žien a mužov. Potvrďuje to certifikát **Equal Salary**, ktorý sme získali v roku 2022 ako vôbec prvý obchodník na Slovensku.



Naše aktivity ako zamestnávateľa dlhodobo oceňujú odborníci i verejnosť.

9-násobný
držiteľ ocenenia
Top Employer

6-násobný
vítaz domácej ankety
Najzamestnávateľ





Veronika Bátorová

vedúca úseku Employee lifecycle
a ambasádorka diverzity

Pozícia ambasádorky diverzity je komplexná. Hlavným cieľom je zabezpečovať rovnosť príležitostí, transparentnosť HR procesov a podporovať začlenenie a rešpektovanie práv a povinností všetkých zamestnancov a zamestnankýň. Zároveň sa podieľam na zavádzaní inkluzívnych opatrení do praxe.

6 523

počet zamestnancov

190 (41 %)

počet žien vo vedení

4 535

z toho ženy (69,5 %)

3 (50 %)

počet žien vo vrcholovom vedení

36,5 roka

priemerný vek zamestnancov

278

počet zdravotne
znevýhodnených
zamestnancov

19

počet národností
zastúpených v pracovnej
sile

Veková diverzita zamestnancov

Počet zamestnancov s vekom pod 30 rokov	1 915
Počet zamestnancov vo veku 30 až 50 rokov	3 758
Počet zamestnancov nad 50 rokov	850

Počet zamestnancov podľa krajov na Slovensku

Bratislavský kraj	1 370
Trnavský kraj	911
Trenčiansky kraj	863
Žilinský kraj	627
Banskobystrický kraj	505
Nitriansky kraj	557
Prešovský kraj	968
Košický kraj	702



Lidl srdcom — pomáhame našim kolegyniam a kolegom v núdzi

Každý sa môže ocitnúť v ťažkej životnej situácii. V rámci programu Lidl srdcom pomáhame kolegom a kolegyniam zvládnuť náročné chvíle — od výdavkov na liečbu a rehabilitácie až po podporu pri výpadku príjmu. Doteraz sme pomohli 330 žiadateľom sumou takmer 270-tisíc eur. Od spustenia projektu v roku 2020 sme podporili všetkých žiadateľov a nemuseli sme nikoho odmietnuť.

Podporení žiadatelia
a výška prerozdelenej
podpory za rok 2024

98

počet podporených kolegov

suma

58 025 eur



V sortimente
Lidla majú
produkty slovenských
dodávateľov suverénne
najvyšší
podiel.

Slovenskí dodávatelia

Slováci si cenia čerstvé a kvalitné domáce potraviny. V Lidli to rešpektujeme, a preto majú slovenské výrobky pevné miesto v našej ponuke. Podiel slovenských produktov v stálom sortimente dlhodobo rastie a aktuálne dosahuje takmer 33 %. Stúpajúci trend má aj hodnota spolupráce so slovenskými dodávateľmi, ktorým Lidl zaplatil v roku 2024 viac ako 610 miliónov EUR.

Lidl dodávateľom otvára pomyselné dvere do sveta a na kvalitných slovenských produktoch si vďaka Lidlu môžu pochutiť zákazníci z desiatok európskych krajín.

„Najmä vďaka stabilnému partnerovi, akým Lidl pre nás je, vieme realizovať projekty zamerané na inováciu pekárenskej výroby, strojového parku a spoločne realizovať vývoj, na ktorom aktívne pracujeme,“ povedala **Andrea Želiezková, marketingová riaditeľka pekárenskej spoločnosti Dobrota**.

Podobne sa vyjadril aj **Juraj Mačaj, predseda predstavenstva Zeleninárska**: „Aj na podnet Lidla sme investovali do novej prevádzky baliarne koreňovej zeleniny. Hlavne vďaka tejto investícii a spolupráci s lokálnymi zákazníkmi sa nám podarilo rozšíriť produkciu mrkvy, petržľenu a zeleru na Slovensku, pričom postupne smerujeme k úplnej sebestačnosti. Okrem toho sú potraviny, ktoré prešli rukami slovenských poľnohospodárov, v obchodoch čoraz žiadanejšie.“

Pozitívne spoluprácu s reťazcom hodnotí aj **majiteľ Agro Tomášová, Peter Molnár**: „Spolupráca s Lidlom je pre nás dôležitá. Priniesla nám stabilitu v produkcii aj v cenách. O spoluprácu sme sa snažili my, pretože Lidl považujeme za symbol čerstvosti. Spoluprácu hodnotím ako výbornú.“



Počet slovenských dodávateľov, od ktorých sme v obchodnom roku 2024 predávali tovar:

272 dodávateľov

Počet slovenských produktov v stálom sortimente:

**1 290
32,8 %**

„Tešíme sa z pozitívneho vývoja v prospech slovenských dodávateľov a naším cieľom je ďalej rozširovať spoluprácu s nimi. Mnohí z našich lokálnych dodávateľov dodávajú výrobky do viacerých európskych krajín, kde Lidl pôsobí. Spoluprácu vnímam ako obchodný dialóg, v ktorom sa obe strany navzájom učia. Preto sa s našimi dodávateľmi pravidelne stretávame, organizujeme workshopy, školíme ich, vymieňame si novinky a osvedčené postupy aj z iných krajín. Vďaka tomu môžeme spoločne ponúknuť zákazníkom tie najlepšie výrobky.“



Justyna Siekanko
konateľka Lidla
pre rezort nákupu

Počet slovenských dodávateľov, ktorí
exportovali v obchodnom roku 2024
do zahraničných Lidl predajní

82

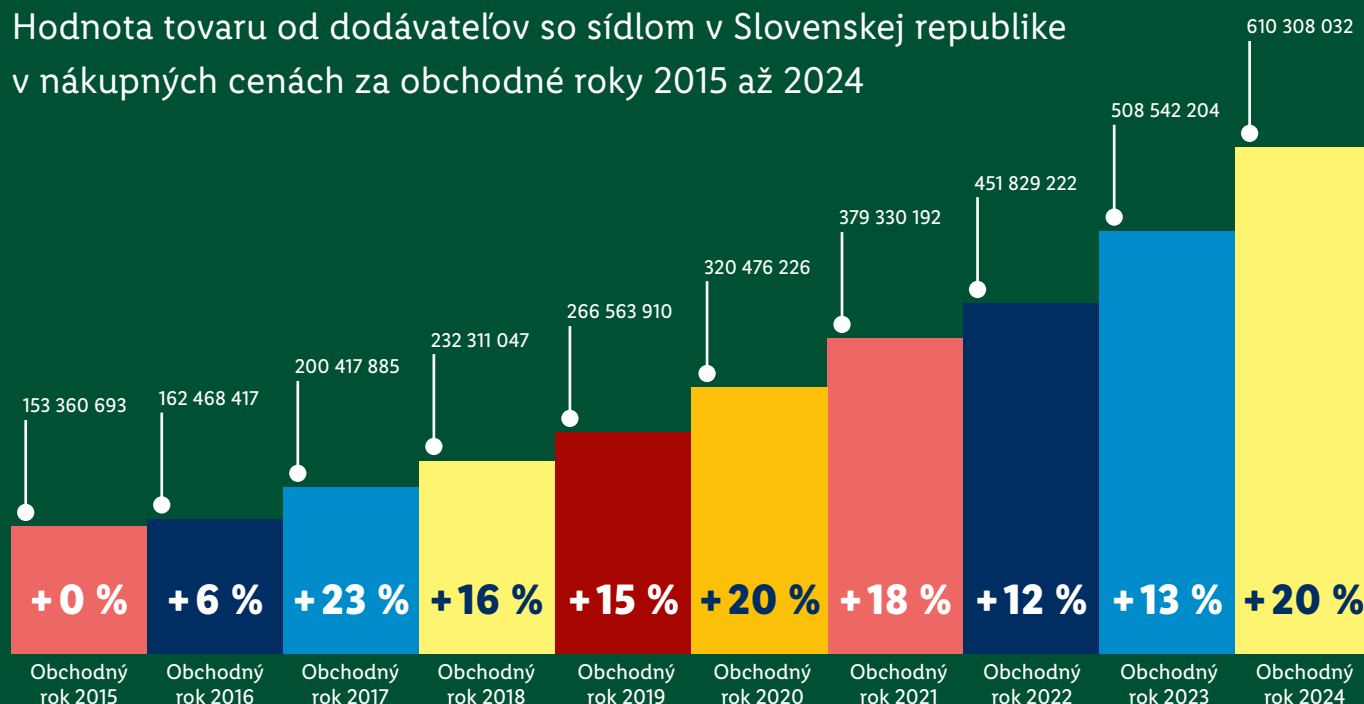
Od slovenských dodávateľov sme v obchodnom roku 2024
nakúpili tovar v hodnote

610 miliónov eur

Počet krajín, do ktorých slovenskí
dodávatelia exportovali

28

Hodnota tovaru od dodávateľov so sídlom v Slovenskej republike
v nákupných cenách za obchodné roky 2015 až 2024





FAIRTRADE

Trvalo udržateľný sortiment a certifikácie surovín

Dlhodobo ponúkame našim zákazníkom v sortimente udržateľné produkty. Na našich pultoch nájdete takmer 1 000 certifikovaných produktov (Bio, Fairtrade, MSC a ďalšie). Sme najväčším prispievateľom Fairtrade na Slovensku, rozširujeme ponuku vegánskych a vegetariánskych výrobkov. Živé ryby sme nikdy nepredávali a ani neplánujeme.

Nesieme zodpovednosť za pôvod kľúčových surovín ako palmový olej, sója, kakao či káva.

Každá pečať na produkte je znakom toho, že daný produkt spĺňa prísne štandardy a kritériá, ako je napríklad udržateľné poľnohospodárstvo, transparentnosť, zodpovedný a udržateľný chov či dodržiavanie environmentálnych, zdravotných a etických štandardov.

Nižšie uvádzame prehľad tých najväčších a najvyužívanejších a čo sa za nimi skrýva.

Lidl ako najväčší prispievateľ Fairtrade

Fairtrade je certifikácia tovaru, ktorý spĺňa určité sociálne, ekonomické a environmentálne kritériá. Cieľom je poskytnúť pestovateľom a zamestnancom z Afriky, Ázie a Latinskej Ameriky možnosť užiť sa vlastnou prácou za dôstojných podmienok. Systém Fairtrade zaručuje spravodlivé obchodné podmienky, dodržiavanie ľudských a pracovných práv a šetrnosť k životnému prostrediu.

Sme dlhoročným partnerom Fairtrade a najväčším prispievateľom na Slovensku — za 7 rokov sme prispeli vyše 1,7 mil. eur. V roku 2024 sme predali viac ako 1,3 mil. kg fairtradového kakaa, čím sme pokryli takmer 70 % slovenského trhu. Fairtradové produkty nájdete pod značkami J. D. Gross, Favorina, v kávomatoch Lidl2Go aj na bavlnených taškách. Podporujeme tak férové podmienky, ľudské práva a šetrný prístup k prírode.

Výsledky Fairtrade v Lidli za rok 2024:

- viac ako **6 400 kg** fairtradovej zelenej kávy
- **12 199 kg** fairtradového trstinového cukru
- líder v predaji fairtradového kakaa **1 302 711 kg**, čo predstavuje takmer 70 % z celkového predaja fairtradového kakaa na slovenskom trhu. Predávalo sa prevažne ako súčasť čokolády, cukroví, zmrzlín a raňajkových cereálií.

Celkový Fairtrade príspevok: 322 139 €



Pečať Rainforest Alliance — pre ochranu životného prostredia a ľudských práv v tródoch



Na podpore udržateľného pestovania v tropických krajinách spolupracujeme s Rainforest Alliance.

Rainforest Alliance je medzinárodná mimovládna organizácia, ktorá sa zaoberá zachovaním biodiverzity a podporou trvalo udržateľného rozvoja. Kladie dôraz na ochranu prírody, zlepšovanie životných podmienok farmárov a transparentnosť v dodávateľských reťazcoch.

Certifikácia chráni biodiverzitu, vodné zdroje a zároveň pomáha farmárom zvyšovať výnosy a zlepšovať životné podmienky.

Bio **BIO**

Certifikácia BIO potvrdzuje, že produkt spĺňa prísne kritériá ekologického poľnohospodárstva a výroby. Cieľom tejto certifikácie je zabezpečiť, aby boli produkty vyrábané šetrným spôsobom k životnému prostrediu a zdraviu spotrebiteľov. Je zárukou, že produkty takto označené boli vyrobené bez použitia geneticky modifikovaných organizmov, syntetických pesticídov, herbicídov a umelých hnojív a boli dodržané prísne environmentálne štandardy.

Bio znamená dodržiavanie vyšších štandardov pri chove zvierat aj pestovanie plodín. Chceme prispieť k ďalšiemu rozvoju konvenčného chovu hydiny a takisto k jeho zlepšeniu. Na každom vajci sa nachádza kód, ktorý garantuje úplnú identifikáciu pôvodu a druhu chovu. Čerstvé vajcia v BIO kvalite z voľného výbehu spoznáte podľa špeciálneho kódu na vajíčku, ktorý je vo formáte „OXXX“.

Spoľahliví dodávatelia ovocia a zeleniny — certifikácia GLOBAL G. A. P.

Aby sme zabezpečili vysokú kvalitu ovocia a zeleniny, spolupracujeme len s dodávateľmi certifikovanými podľa GLOBAL G. A. P. Títo partneri spĺňajú prísne štandardy v oblasti poľnohospodárstva, a ak majú aj certifikáciu GRASP, preukazujú aj zodpovedný prístup k sociálnym a pracovným podmienkam.

ASC, MSC — ryby s certifikáciou



V Lidli podporujeme udržateľný rybolov a ochranu morských ekosystémov. Certifikáty MSC (Marine Stewardship Council) a ASC (Aquaculture Stewardship Council) sú globálne štandardy pre udržateľný rybolov a akvakultúru. Zaručujú, že ryby a morské plody pochádzajú zo zodpovedných a ekologických zdrojov. Certifikát MSC sa zameriava na overovanie, či rybolov nie je prelovený a nepoškodzuje morské ekosystémy. ASC sa zaoberá certifikáciou fariem s rybami a morskými plodmi, aby spĺňali prísne sociálne a environmentálne normy.

Donau Soya a Europe Soya



Donau Soya a Europe Soya sú uznávané štandardy pre pestovanie, spracovanie a obchodovanie so sójou, ktoré spĺňajú prísne kritériá pre jej pôvod a kvalitu. Europe Soya zaručuje európsky pôvod, Donau Soya zaručuje pôvod sóje z krajín povodia Dunaja (napr. Slovensko, Nemecko, Rakúsko a iné). Hlavnou výhodou je istota pestovania a spracovania sóje bez genetických modifikácií. V neposlednom rade tieto certifikácie zabezpečujú sledovateľnosť sóje a sójových produktov v celom dodávateľskom reťazci. V našom sortimente nájdete výrobky obsahujúce toto značenie, napríklad všetky predávané druhy tofu.

V. oblasť Podpora zdravia



Podpora
zdravia



Vedomá výživa a detský marketing

Stravovacie návyky si vytvárame už v detstve a majú zásadný vplyv na zdravie. Preto sme ako prví na Slovensku zaviedli nové štandardy v marketingu detských produktov podľa odporúčaní WHO. V komunikácii už nepoužívame vizuály podporujúce nezdravé jedlá a postupne odstránime z obalov privátnych značiek motívy lákajúce deti, ako sú kreslené postavičky či hračky. Cieľom je podporiť zdravšie rozhodovanie a bojovať proti obezite, ktorá trápi až 60 % Slovákov a čoraz viac detí.

Zodpovednejšie nastavenie marketingu detských produktov v praxi znamená, že v letákoch, inzerátoch, televíznej reklame a všetkých ďalších propagačných materiáloch už od roku 2023 Lidl nevyužíva imidžové fotografie či vizuály, ktoré by podporovali nezdravé výrobky a boli by v súvislosti s deťmi alebo by mohli pôsobiť ako lákadlo pre deti.

Redukcia soli a cukru

Aktívne pracujeme na optimalizácii zloženia produktov našich vlastných značiek, kde spadá okrem iného redukcia cukru, soli či samotná úprava alebo náhrada jednotlivých zložiek potravín. Potenciál redukcie už predávaných výrobkov našich vlastných značiek je z veľkej časti naplnený. Dôležitým bodom je nielen samotná redukcia jednotlivých parametrov, ale hlavne celková chuť danej potraviny. Ustavične sa zaoberáme novými produktmi, ktoré sa majú dostať do predaja, aby ich zloženie a nutričné hodnoty čo najviac vyhovovali s prihliadnutím nielen na naše ciele, ale aj na senzorické vlastnosti výrobku.

pred...



... po



pred...



... po



Označenie Nutriscore funguje ako „semafor“ – čím je písmeno bližšie k A a farba k zelenej, tým je produkt výživovo priaznivejší.



Tu je prehľad jednotlivých hodnôt:

Písmeno	Farba	Význam
A	Tmavozelená	Výživovo najvhodnejšia voľba – nízky obsah cukru, soli, nasýtených tukov a kalórií, vysoký obsah vlákniny, ovocia, zeleniny alebo bielkovín.
B	Svetlozelená	Stále dobrá voľba, mierne vyšší obsah niektorých menej priaznivých zložiek.
C	Žltá	Priemerná výživová hodnota – treba zvážiť množstvo a frekvenciu konzumácie.
D	Oranžová	Menej priaznivá voľba – vyšší obsah cukru, soli, tukov alebo kalórií.
E	Červená	Výživovo najmenej vhodná voľba – odporúča sa obmedziť konzumáciu.

Nutri-Score: Nutričné hodnoty na prvý pohľad

„Nadváhou a obezitou trpí na Slovensku viac ako 60 % dospeléj populácie v produktívnom veku. Navyše je tento trend stúpajúci a môžeme hovoriť o pandémie 21. storočia, s ktorou súvisia nielen mnohé chronické preventabilné ochorenia, ale ako nás učí súčasnosť, aj akútne infekčné ochorenia.“

Zázračný liek na obezitu neexistuje, roky opakujeme známu trojčlenku – vyvážená strava, dostatok pohybovej aktivity a zníženie sedavosti,“ hovorí **MUDr. Ľubomíra Fábryová, PhD., špecialistka na diabetológiu, poruchy látkovej premeny a výživy, prezidentka Slovenskej obezitologickej asociácie**, pre webovú stránku www.nutriscoreslovakia.sk.

Nutri-Score je dobrovoľný systém označovania potravín, ktorý zákazníkom pomáha robiť informované rozhodnutia. My ho zavádzame s cieľom zvýšiť transparentnosť výživových hodnôt produktov.

Systém využíva päťúrovňovú škálu od zeleného A po červené E, pričom A označuje výživovo najhodnotnejšie potraviny. Čím lepšie hodnotenie, tým viac potravina prispieva k zdravej strave.

Ako Nutri-Score funguje?

Hodnotenie zohľadňuje obsah vlákniny, bielkovín, ovocia, zeleniny a semien, ktoré skóre zlepšujú. Naopak, cukor, soľ a nasýtené tuky ho znižujú. Výsledné skóre sa vypočíta na základe zloženia v 100 g alebo 100 ml produktu.

„Potraviny, ktoré sa nachádzajú v zelenej časti spektra, by mali tvoriť podstatnú zložku našej stravy, pri potravinách na opačnom konci by sme si mali dávať pozor, konzumovať ich menej často a všimnúť si podrobnejšie, ktoré zložky obsahujú. Niekde to môže byť viac soli, inde zasa väčšie množstvo napríklad nasýtených mastných kyselín či jednoduchých sacharidov,“ vysvetľuje **MUDr. Ľubomíra Fábryová, PhD., špecialistka na diabetológiu, poruchy látkovej premeny a výživy, prezidentka Slovenskej obezitologickej asociácie**.



Lidl a futbal sú pre všetkých



Futbal patrí k fenoménu, je to jeden z najsledovanejších športov na svete. Má silu, ktorá dokáže spájať ľudí, podporuje rozvoj mládeže a zdravého životného štýlu.

Futbal spája ľudí, podporuje mládež a zdravý životný štýl.

V marci 2024 sme oznámili generálne partnerstvo so Slovenským futbalovým zväzom a odvtedy sme hrdým partnerom mužskej aj ženskej reprezentácie, mládežníckych tímov a detských projektov. Futbal a Lidl sú tu pre všetkých.

Podporujeme aj našich zamestnancov. Organizujeme súťaže o lístky na zápasy, stretnutia a tréningy s reprezentantmi, detské sprievody hráčov a interný futsalový turnaj Lidl Cup, ktorý sa stal novou tradíciou. Naši kolegovia mali dokonca možnosť oznámiť nomináciu hráčov na Majstrovstvá Európy.

Lidl a futbal je pre všetkých. Futbal patrí k fenoménu, je to jeden z najsledovanejších športov na svete. Má silu, ktorá dokáže spájať ľudí, podporuje rozvoj mládeže a zdravého životného štýlu.

Futbal spája ľudí, podporuje mládež a zdravý životný štýl.

V marci 2024 sme oznámili partnerstvo so Slovenským futbalovým zväzom a odvtedy sme hrdým partnerom mužskej aj ženskej reprezentácie, mládežníckych tímov a detských projektov. Futbal a Lidl sú tu pre všetkých. Okrem národného sponzoringu bol minulý rok Lidl ako taký aj globálnym partnerom UEFA EURO 2024, ktoré sa konalo v Nemecku.

Podporujeme aj našich zamestnancov. Organizujeme súťaže o lístky na zápasy a vlastný futsalový turnaj Lidl Cup, ktorý sa stal novou tradíciou. Naši kolegovia mali dokonca možnosť oznámiť nomináciu hráčov na Majstrovstvá Európy.

Zaujímavosti o futbale spojené s Lidlom:

- Na štadiónoch v Lidl stánkoch a vo Fan zónach sme počas UEFA EURO 2024 futbalovým fanúšikom dopriali čerstvé ovocné poháre, do ktorých bolo spracovaných 91 ton ovocia.
- Počas UEFA EURO 2024 na ihrisko spolu so svojimi idolmi nastúpilo 1 122 malých členov Lidl Kids Team z celej Európy. Do súťaže v rámci projektu sa zapojilo viac ako 1,1 milióna súťažiacich.
- Viac ako 16 000 šťastlivcov, medzi ktorými boli zákazníci, zamestnanci a malí výhercovia Lidl Kids Team so svojimi rodičmi, malo možnosť zažiť niektorý zo zápasov priamo na štadióne.
- Spoluorganizovali sme najväčší dievčenský futbalový turnaj na Slovensku. Prilákal vyše 300 talentovaných hráčok z celého Slovenska v 3 kategóriách.



Branislav Brzula
obchodný riaditeľ
zodpovedný za úsek
starostlivosti o zákazníkov
v rámci rezortu nákupu

„Futbal inšpiruje milióny ľudí každý deň. A Lidl je pre milióny ľudí spoľahlivým partnerom pri ich každodenných nákupoch. Aj preto bolo pre nás partnerstvo s UEFA EURO 2024™ tou správnou voľbou. V rámci tohto partnerstva sme poukázali aj na spoločensky dôležitú tému. Spoločným cieľom totiž bolo zvýšiť povedomie o zdravom a aktívnom spôsobe života s čerstvými, udržateľnými a zdravými potravinami, čo sa podľa nášho názoru veľmi dobre podarilo.“



5. Projekty prínosné pre Slovensko

Lidl má na Slovensku už dlhodobo nastavenú podporu na rozvoj takých projektov, ktoré sú orientované na podporu komún, sociálne slabších skupín obyvateľstva, skvalitnenie zdravotnej starostlivosti malých pacientov, edukáciu detí a mládeže na školách a podporu športu, či na ochranu životného prostredia.



Lidl Čistinka

V roku 2024 bolo postavených 5 mestských zelených parkov Lidl Čistinka v mestách: Veľký Meder, Rožňava, Levoča, Považská Bystrica a Košice-Dargovských hrdinov. Spolu je ich na Slovensku už 15. Čistinka je komunitný projekt zameraný na budovanie moderných parkov. Ponúka priestor na oddych, šport a stretávanie — od detských ihrísk až po grilovacie zóny. Vzniká na základe verejného hlasovania a každá Čistinka má hodnotu 300 000 €.



Podpora zdravotníckych klaunov OZ Červený nos Clowndoctors

Vysmejem sa na to, povedali si desaťtisíce ľudí a výsledkom je 70-tisíc eur pre zdravotných klaunov. Vďaka kampani „Hrdo nos nos“ a predajom červeného penového nosa v Lidli za symbolické 1 euro zorganizovalo občianske združenie ČERVENÝ NOS Clowndoctors 365 klauniád pre choré deti v slovenských nemocniciach a seniorov.



Od začiatku v dobrých rukách

Projekt „Od začiatku v dobrých rukách“ pomáha rodinám s deťmi do 4 rokov s ťažkým zdravotným znevýhodnením. Od začiatku projektu bolo podporených viac než 330 detí a suma podpory presiahla 820 000 eur.



Podel' sa a pomôž

Je najväčšia potravinová zbierka na Slovensku a trvá počas celého roka, keď zákazník môže vložiť časť svojho nákupu do potravinového koša v každej predajni. Spolupracujeme s viac ako 90 organizáciami, ktoré pomáhajú ohrozeným skupinám a núdznym po celom Slovensku.

V roku 2024 sa vyzbierali potraviny v hodnote 400 000 € a Lidl pridal ďalších 30 000 € na pomoc núdznym priamo v regiónoch. Od začiatku projektu už presiahla hodnota darovaných potravín sumu 2,7 milióna eur.



Váš nákup = veľká pomoc

Spolu s našimi zákazníkmi podporujeme základné školy v prvý deň otvorenia novej predajne. V roku 2024 sme venovali školám športové vybavenie v hodnote 33 000 €. Projekt je tu už od roku 2015, bolo podporených 138 základných škôl vybavením v hodnote 414 000 EUR.



Lidl Slovenska republika, s. r. o.
Prievozská 2, 821 09 Bratislava
Slovenska republika

**Kontaktná osoba pre otázky
o spoločenskej zodpovednosti
a trvalej udržateľnosti**

Zuzana Sobotová
vedúca oddelenia CSR
e-mail: csr@lidl.sk