



**Správa o trvalej  
udržateľnosti za roky  
2022 a 2023**

NA CESTE  
K LEPŠIEMU  
ZAJTRAJKU

Lidl Slovenská republika, s. r. o.



# Správa o trvalej udržateľnosti za roky 2022 a 2023

NA CESTE  
K LEPŠIEMU  
ZAJTRAJKU

Lidl Slovenská republika, s. r. o.

**ZITA SZLAVIKOVICS**

generálna riaditeľka

Vážená čitateľka, milý čitateľ,

som hrdá na to, že Lidl zodpovedne reportuje o svojich záväzkoch a plánoch, dosiahnutých míľnikoch a potenciáloch na zlepšenie v oblasti trvalej udržateľnosti. Onedlho sa začítate do už piatej takejto národnej správy. S reportingom inšpirovaným medzinárodne uznávanou metodikou GRI sme začali v roku 2018, čo z Lidla robí jednu z najdlhšie reportujúcich spoločností na Slovensku. Našu konzistentnosť a transparentnosť na jar 2024 podčiarkol zisk ESG Award na podujatí Forbes Business Fest. Na poli trvalej udržateľnosti a širšie vnímanej spoločenskej zodpovednosti sme takmer za dve dekády pôsobenia na slovenskom trhu dosiahli skutočne veľa. Uvedomujeme si však, že nás čaká ešte dlhá cesta — nás, Lidl, a rovnako nás ako krajinu. Uvedomujeme si náš dosah a zodpovednosť, preto k otázkam a výzvam dnešných dní i budúcnosti pristupujeme ambiciózne a s cieľom inšpirovať.

Táto správa sa venuje obdobiu obchodných rokov 2022 a 2023, pokrýva teda časový úsek od 1. marca 2022 až do 29. februára 2024. Na jeho začiatku doznievala na Slovensku pandémia ochorenia COVID-19 a začala sa invázia Ruskej federácie na Ukrajinu. Oba spomenuté faktory významne ovplyvnili ekonomiku a stabilitu dodávok na celom svete, Slovensko nebolo výnimkou.

Čelili sme narušeniu dodávateľských reťazcov a mimoriadne vysokej inflácii prakticky vo všetkých oblastiach. Napriek komplikovaným podmienkam sme v Lidli nepoľavili v našich cieľoch. Naša misia je jasná:

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

Samozrejme, nebolo by to možné bez podpory našich zamestnancov, dodávateľov a partnerov.

### **Chceme byť prvou voľbou pre všetky zamestnankyne a zamestnancov.**

Aktuálne v Lidli na Slovensku pracuje takmer 7 000 ľudí a ďalej plánujeme vytvárať stovky nových pracovných miest ročne. Naším zamestnankyniam a zamestnancom ponúkame stabilitu a dlhodobý rozvoj s možnosťami kariérneho i profesijného rastu. Sme presvedčení, že za poctivú prácu patrí férová pláca. V Lidli preto nikto nezarába menej ako 1 050 eur na plný úväzok, teda o 300 eur viac, než stanovuje zákon, a mzdy pravidelne zvyšujeme. Navyše, všetci majú nárok na rovnakú hodnotu benefitov – bez ohľadu na pozíciu či roky strávené v Lidli. Na rovnosti nám skutočne záleží a som hrdá, že len ako druhá slovenská firma sme získali certifikát Equal Pay. A ako prví

v retaile sme vytvorili pozíciu ambasadorky pre diverzitu a inklúziu. Aj vďaka tomu sme dlhoročným Top a Najzamestnávateľom.

**Chceme byť prvou voľbou pre našich dodávateľov.** Spolupracujeme s 259 slovenskými dodávateľmi a v predošlých dvoch obchodných rokoch sme im za tovar zaplatili takmer 1 000 000 000 eur v nákupných cenách. Podiel slovenských výrobkov v našom sortimente stále rastie a presahuje 35 %. Podporujeme aj export zo Slovenska, ktorý dosiahol takmer 180 miliónov eur. Sme tiež najväčším fairtradovým prispievateľom na Slovensku takmer so 750-tisíc eurami v rokoch 2022 a 2023.

**Chceme byť prvou voľbou pre našich zákazníkov.** Veríme, že kvalitné potraviny by mali byť dostupné pre každého a najlepší pomer ceny a kvality sa nám darí dosahovať vďaka stratégii zamerania na privátne značky. Ich podiel v našom sortimente dosahuje až 76 %. V období vysokej inflácie rástli ceny na našich pultoch pomalšie než ceny, za ktoré sme produkty nakupovali. Lidl je tiež jediným reťazcom na Slovensku, ktorému v priebehu troch rokov klesol podiel obchodnej marže na tržbách zo tovar. Robíme všetko preto, aby naši zákazníci šetrili pri každom nákupe. Záleží nám aj na zdraví našich zákazníkov, preto sme

sa rozhodli obmedziť marketingovú podporu nezdravých produktov pre deti a postupne zavádzame na obaly výrobkov systém Nutri-Score.

**Chceme byť prvou voľbou pre celé Slovensko.** Sme dôležitou súčasťou slovenskej ekonomiky. Z nášho podnikania ťažia pracovníci, privátny sektor, štátna pokladnica, mestá aj tretí sektor. Ako potvrdila Socioekonomická štúdia audítorskej spoločnosti Mazars, ročný prínos aktivít Lidla pre Slovensko presahuje jednu miliardu eur. Každé EURO prínosu pre ekonomiku má potenciál vytvoriť ďalších 58 centov. Záleží nám na Slovensku, a preto prinášame aj konkrétne projekty, ktoré pomáhajú prírode i ľuďom. V uplynulých dvoch rokoch sme v Tatrách vysadili 370 000 stromčekov, v piatich mestách postavili mestské parky Čistinky, pomohli viac ako stovke chorých detí, realizovali najväčšiu potravinovú zbierku v krajine, pomohli detskej onkológii i kardiológii, venovali špeciálne upravené autá Slovenskému Červenému krížu.

Nie je jednoduché správať sa zodpovedne. Často to je dokonca naozaj ťažké. My v Lidli sme však presvedčení, že to stojí za to, a pozývame vás, aby ste nás sprevádzali na ceste k lepšiemu zajtrajšku. Prajem inšpiratívne čítanie.<sup>1</sup>

# O tejto správe

## Obsah správy

Táto správa je štvrtou komplexnou správou o trvalej udržateľnosti spoločnosti Lidl Slovenská republika<sup>1</sup> a pokrýva obchodné roky 2022 (od 1. marca 2022 do 28. februára 2023) a 2023 (od 1. marca 2023 do 29. februára 2024<sup>2</sup>). Právna forma v tomto období bola Lidl Slovenská republika, v. o. s. Správa je vydaná pod novou právnou formou Lidl Slovenská republika, s. r. o., na ktorú spoločnosť prešla od 1. 3. 2024<sup>3</sup>. Správa sumarizuje všetky strategické ciele, záväzky, aktivity a projekty spoločnosti, ktoré majú významný ekonomický, spoločenský a environmentálny vplyv a zároveň ich všetky zainteresované strany považujú za relevantné. Aktivity v jednotlivých témach sú rozdelené podľa hodnotového reťazca spoločnosti Lidl na šesť hlavných kapitol — ochrana klímy, zachovanie biodiverzity, šetrenie zdrojov, férové jednanie, vedenie dialógu a podpora zdravia. Súčasťou tejto správy je aj špeciálna kapitola, ktorá sa venuje našim opatreniam pre zamestnancov a zákazníkov a filantropickým aktivitám.

## Cieľová skupina

Táto správa je určená všetkým stakeholderom spoločnosti Lidl Slovenská republika — zákazníkom, zamestnancom, médiám, obchodným partnerom, predstaviteľom verejného sektora, neziskového sektora, ostatnej odbornej a širokej verejnosti.

## Použitá metodika reportovania

Správa bola inšpirovaná medzinárodnými štandardmi reportovania podľa organizácie Global Reporting Initiative (GRI). GRI Sustainability Reporting Standards predstavujú prvý globálny štandard na podávanie správ o spoločensky zodpovednom podnikaní a trvalej udržateľnosti.

## Cyklus reportovania<sup>4</sup>

Spoločnosť Lidl Slovenská republika vydáva komplexnú Správu o trvalej udržateľnosti každé dva roky.

## Externé overenie<sup>5</sup>

Súlad správy s metodikou GRI Standards bol, rovnako ako pri našich predchádzajúcich troch správach, vo vybraných indikátoroch overený externým audítorm — spoločnosťou Ernst & Young Slovakia, spol. s r. o. Výrok overovateľa správy je uvedený v záverečnej kapitole tejto správy na stranách 114 až 116. Okrem súladu s metodikou spoločnosť Ernst & Young Slovakia, spol. s r. o., overovala i kvantitatívnu a kvalitatívnu správnosť vybraných ukazovateľov.

Dátum vydania tejto správy:

**10. 10. 2024**

Dátum vydania poslednej správy:

**28. 2. 2022<sup>6</sup>**





**Kontaktná osoba**  
pre prípadné otázky o správe  
alebo o jej obsahu<sup>7</sup>:

**ZUZANA SOBOTOVÁ**  
senior konzultant pre CSR projekty  
zuzana.sobotova@lidl.sk

**MARTINA SUJOVÁ**  
špecialistka pre CSR projekty  
martina.sujova@lidl.sk

Lidl Slovenská republika, s. r. o.  
Ružinovská 1/E, 821 02 Bratislava  
Slovenská republika



# Obsah

## ÚVOD » 2

## PREDSTAVENIE SPOLOČNOSTI » 8

Základné informácie o našom podnikaní .....	8
Významné čísla .....	14
Naše hodnoty a firemné zásady, na ktorých stavíme .....	18

## MODEL ZODPOVEDNOSTI A MATICA RELEVANTNOSTI » 24

### I. SPRÁVNE PRE PLANÉTU

01. Ochrana klímy .....	34
Téma 1,5 stupňa .....	34
02. Zachovanie biodiverzity .....	44
03. Šetrenie zdrojov .....	48
Suroviny .....	48
Cirkulárna ekonomika .....	50
Plytvanie potravinami .....	62

### II. SPRÁVNE PRE ĽUDÍ

04. Férové jednanie .....	64
Pracovné a ľudské práva .....	64
Spravodlivé odmeňovanie .....	68
Firemné občianstvo a miestny rozvoj .....	72
Trvalo udržateľné produkty .....	82
Lokálni dodávatelia .....	90
05. Podpora zdravia .....	94
Vedomá výživa .....	94
Bezpečnosť a ochrana zdravia pri práci .....	99
06. Vedenie dialógu .....	106
Dialóg a spolupráca so zainteresovanými stranami .....	106

### III. SPRÁVNE PRE TEBA

Aktivačný program YOU .....	108
GRI index .....	110
Správa nezávislého audítora .....	114



NA CESTE  
K LEPŠIEMU  
ZAJTRAJŠKU



# Predstavenie spoločnosti

## ZÁKLADNÉ INFORMÁCIE O NAŠOM PODNIKANÍ

### Lidl na Slovensku<sup>1</sup>

Spoločnosť Lidl vstúpila na slovenský trh v septembri 2004, keď v krajine otvorila svojich prvých 14 predajní. Vďaka dynamickej expanzii sa ich počet do konca roka zvýšil na 39. Na konci obchodného roka 2023 tvorilo obchodnú sieť Lidl 164 predajní v 96 mestách na Slovensku. Obchodný rok 2023 bol 19. rokom pôsobenia maloobchodného reťazca Lidl na Slovensku. Tieto predajne sú zásobované tromi logistickými centrami — v Nemšovej, Seredi a Prešove.

### 164 predajní

na konci obchodného roka 2023

### 96 miest

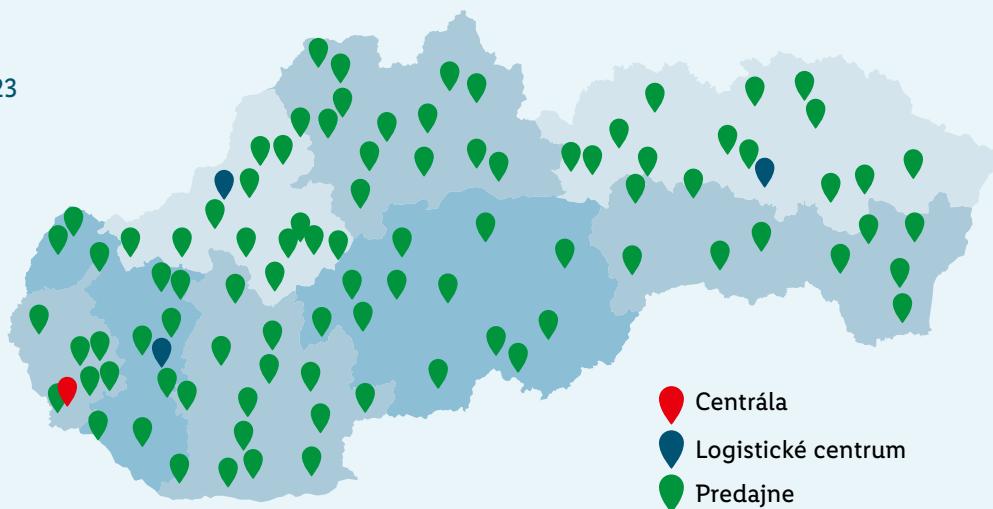
na Slovensku

### 19 rokov

pôsobenia maloobchodného reťazca Lidl na Slovensku

### 3 logistické centrá

predajne sú zásobované tromi logistickými centrami



Hlavným predmetom činnosti našej spoločnosti je maloobchodný predaj potravín a spotrebného tovaru prostredníctvom siete predajní a e-shopu Lidl. Okrem potravín ponúkame zákazníkom aj zaujímavý nepotravinový sortiment, ktorý tvorí napríklad kozmetika, oblečenie, hračky, náradie či elektrické spotrebiče. Celý predmet činnosti spoločnosti Lidl je dostupný v Obchodnom registri SR. Ako popredný maloobchodný predajca na Slovensku dlhodobo vnímame, že rozhodujúcimi kritériami pre našich zákazníkov sú čerstvosť, kvalita a výhodná cena.

Prostredníctvom konceptu vlastných značiek, ktoré tvoria približne 75 % nášho sortimentu a na ktorých výrobu máme priamy vplyv, dokážeme svojim zákazníkom poskytnúť produkty vysokej kvality za výhodnú cenu. Našími zákazníkmi sú koncoví spotrebiteľia produktov a služieb (B2C trh).

V októbri 2019 sme ako siedma Lidl krajina v poradí spustili vlastný e-shop „[Lidl-shop.sk](https://www.lidl-shop.sk)“, prostredníctvom ktorého ponúkame svoj spotrebný tovar vrátane exkluzívneho sortimentu, ktorý sa do klasického predaja nedostane. Tento e-shop od septembra 2021 ponúka tovar pod jednoduchšou webovou adresou [www.lidl.sk](https://www.lidl.sk). Začiatkom roka 2020 sme spustili digitálny vernostný program Lidl Plus, ktorý ponúka zákazníkovi výhodné ponuky, akcie či kupóny.



## Naša misia

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



## Konsolidovaná finančná závierka sa pripravuje na úrovni skupiny<sup>1</sup>

Lidl Slovenská republika, s.r.o., je spoločnosť s ručením obmedzeným, ktorá bola založená v Slovenskej republike 6. júla 2000. Od 1. mája 2012 spoločnosť sídli na Ružinovskej ulici č. 1E, 821 02 Bratislava, Slovenská republika.

Od 1. 3. 2024 spoločnosť zmenila právnu formu z v.o.s. – verejná obchodná spoločnosť na s.r.o. – spoločnosť s ručením obmedzeným.

Spoločnosť je súčasťou konsolidačného celku nemeckej podnikateľskej skupiny Lidl Stiftung & Co. KG, konsolidácia na úrovni skupiny je pripravovaná spoločnosťou Lidl Stiftung & Co. KG so sídlom Stiftsbergstr. 1, Neckarsulm, Baden-Württemberg 74172, Nemecká spolková republika. Spoločnosť patrí do skupiny Schwarz.

Spoločníkmi spoločnosti sú spoločnosť C E Beteiligungs-GmbH a Lidl Holding Slovenská republika, s.r.o. Spoločnosť C E Beteiligungs-GmbH mala k 29. 2. 2024 100 % podiel na vkladoch spoločníkov, t.j. 88 867-tis. eur, k 28. 2. 2023 88 867-tis. eur. Spoločnosť Lidl Holding Slovenská republika, s.r.o., mala k vyššie uvedeným dátumom 0 % podiel na vkladoch spoločníkov, t.j. 0 eur. Spoločnosť C E Beteiligungs-GmbH mala k 29. 2. 2024 88 866 hlasov pri rozhodovaní spoločníkov. Spoločnosť Lidl Holding Slovenská republika, s.r.o., mala k vyššie uvedenému dátumu 1 hlas.

### CSR iniciatívy:

Business Leaders Forum (od marca 2017)

Charta diverzity na Slovensku (od mája 2019)

Circular Slovakia (od marca 2021)

Asfin (od júla 2021)

## Členstvo v priemyselných združeniach a CSR iniciatívach v rámci Slovenska<sup>2</sup>

Lidl Slovenská republika je aktívny partner v spoločensko-politických diskusiách. Preto je neoddeliteľnou súčasťou našej práce monitorovanie legislatívy, rozhovory s politicky zainteresovanými stranami a spolupráca so združeniami na formovaní verejnej mienky v tomto sektore. Naším konečným cieľom je čo najrýchlejšie preniesť zákonné požiadavky do prevádzkovej praxe a spolupracovať s dodávateľmi na včasnom identifikovaní budúcich dôležitých tém.

### Priemyselné združenia a organizácie:

- **Slovensko-nemecká obchodná a priemyselná komora** (od októbra 2013)
- **Slovensko-nemecká obchodná a priemyselná komora – Partner for sustainability**
- **SAMO** – Slovenská aliancia moderného obchodu (vznik v roku 2014, Lidl ako jeden z iniciátorov)
- **AICO** – Asociácia internej komunikácie (od septembra 2015)
- **Iniciatíva pre férový obchod** (od februára 2018)



## Členstvo a partnerstvá v medzinárodných združeníach a iniciatívach<sup>3</sup>

### Lidl Slovenská republika je členom aj týchto medzinárodných asociácií a organizácií cez Lidl Stiftung:

- ACT – Action, Collaboration, Transformation
- Alliance for Water Stewardship
- amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI)
- Partnership for Sustainable Textiles
- Danube soya
- Econsense
- Ethical Tea Partnership
- Ethical Trade Initiative
- Food for Biodiversity
- Forest Stewardship Council (FSC)
- Fur Free Retailer
- GlobalG. A. P., GlobalG. A. P. GRASP Technical Committee
- Global Round TABLE on Sustainable Beef (GRSB)
- ILO Better Work
- International ACCORD
- International Network of Leading Executives Advancing Diversity (LEAD)
- Leather Working Group
- Round TABLE on Responsible Soy (RTRS)
- RoundTABLE on Sustainable Palm Oil (RSPO)
- RMG Sustainability Council (RSC) Bangladesh
- Sustainable Nut Initiative
- Sustainable Rice Platform (SRP)
- World Banana Forum
- Women's Empowerment Principles (WEPs)

Začiatkom roka 2020 spoločnosti skupiny Schwarz spoločne prišli ku globálnej dohode OSN (UNGC), najväčšej a najvýznamnejšej iniciatíve na svete v oblasti zodpovedného podnikového riadenia. Zaväzujú sa tak dodržiavať desať univerzálnych princípov UNGC v oblasti ľudských práv, práce, životného prostredia a boja proti korupcii.

### Ako spoločnosť skupiny Schwarz je Lidl Slovenská republika členom inštitúcií:

- Ellen MacArthur Foundation
- UN Global Compact
- Science Based Target Initiative

### Lidl Slovensko tiež spolupracuje s nasledujúcimi partnerskými organizáciami:

- Aquaculture Stewardship Council
- Fairtrade
- Compassion in World Farming
- Cotton made in Africa (CmiA)
- Downpass
- Rainforest Alliance
- Marine Stewardship Council
- Oxfam
- Save the Children

### Prostredníctvom skupiny Schwarz sme členom týchto asociácií a organizácií:

- Ellen MacArthur Foundation
- UN Global Compact
- Science Based Target Initiative

### A sme partnerom týchto organizácií:

- Marine Stewardship Council
- Aquaculture Stewardship Council
- Save the Children



## Lidl vo svete<sup>1</sup>

### Lidl Stiftung & Co. KG

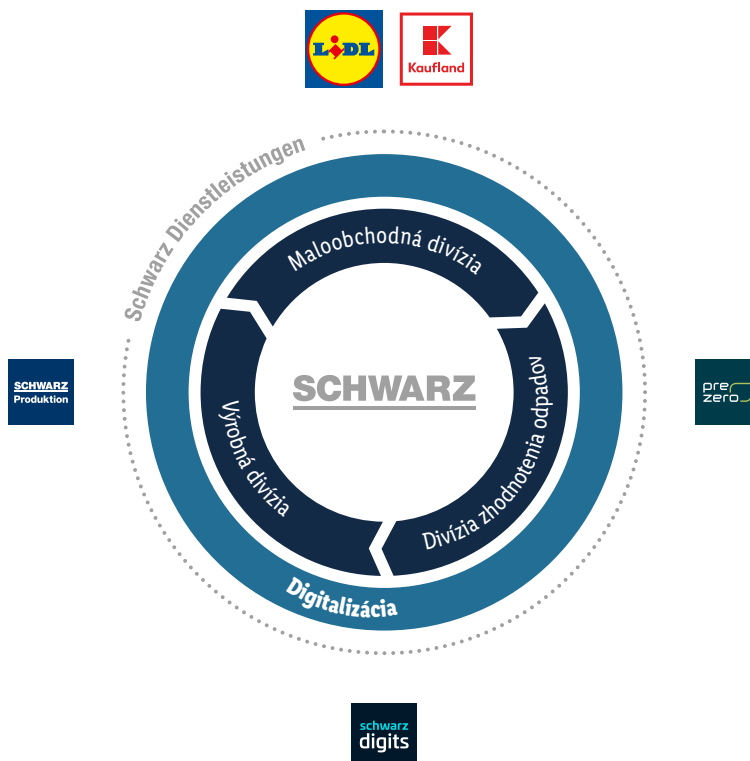
Obchodná spoločnosť Lidl patrí medzi lídrov v európskom maloobchodnom sektore. Lidl má svoje zastúpenie v 32 krajinách po celom svete a v súčasnosti prevádzkuje viac ako 12 200 predajní a viac ako 220 logistických centier. Lidl celosvetovo zamestnáva viac ako 376 000 zamestnancov vrátane Ázie. Lidl Stiftung & Co. KG so sídlom v Neckarsulme funguje ako sídlo spoločnosti a spolu s národnými spoločnosťami poskytuje strategický rámec pre operatívne podnikanie.

### Skupina Schwarz

Skupina Schwarz je vedúcou medzinárodnou obchodnou spoločnosťou s 575 000 zamestnancami po celom svete. Prevádzkuje viac ako 13 900 pobočiek a špecializovaných predajní v 32 krajinách. Skupina Schwarz sídliaca v nemeckom Neckarsulme dosiahla v obchodnom roku 2023 celkové príjmy 167,2 miliardy eur. Skupina Schwarz pokrýva celý hodnotový reťazec a delí sa na tieto divízie:

1. Výrobná divízia
2. Maloobchodná divízia
3. Divízia zaoberajúca sa zhodnocovaním odpadov
4. Digitalizácia

Lidl a Kaufland sú jej dva pilieri v maloobchodnej divízii. Ponúkajú širokú škálu produktov privátnych značiek. Osobitný dôraz sa kladie na používanie trvalo udržateľných surovín a ekologických obalov. Skupina Schwarz sa už dlhé roky podieľa aj na zbere, triedení a recyklácii cenných materiálov. Poskytovateľom služieb likvidácie odpadu a recyklácie v rámci celej skupiny je PreZero — obchodná značka skupiny Schwarz.





**Lidl má svoje  
zastúpenie  
v 31 krajinách  
po celom svete**

# Významné čísla<sup>1</sup>

## Významné čísla za obchodný rok 2022

### Všeobecné

**161 predajní**

+6 predajní oproti roku predtým

**1 889 201 671 eur**

čisté tržby

### Sortiment

- Počet zalistovaných potravinových produktov: 4 932
- Počet zalistovaných produktov vlastných značiek: 3 762 (76 % z celkového množstva zalistovaných produktov)
- Počet zalistovaných produktov od slovenských dodávateľov: 1 150 (23 % z celkového množstva zalistovaných produktov)

## Významné čísla za obchodný rok 2023

### Všeobecné

**164 predajní**

+4 predajní oproti roku predtým

**2 082 755 042 eur**

čisté tržby

### Sortiment

- Počet zalistovaných potravinových produktov: 4 943
- Počet zalistovaných produktov vlastných značiek: 3 751 (76 % z celkového množstva zalistovaných produktov)
- Počet zalistovaných produktov od slovenských dodávateľov: 1 266 (26 % z celkového množstva zalistovaných produktov)



## Zamestnanci<sup>2</sup>

V obchodnom roku 2022 spoločnosť Lidl Slovenská republika zamestnávala 6 561 zamestnancov. V sledovanom roku sme tiež prijali celkovo 1 133 nových zamestnancov.

V obchodnom roku 2023 spoločnosť Lidl Slovenská republika zamestnávala viac ako 6 678 zamestnancov, väčšina, 44,2 %, na plný úväzok a 96 % na trvalý pracovný pomer. V sledovanom roku sme tiež prijali celkovo 1 139 nových zamestnancov.

Zamestnanci podľa typu zamestnania<sup>3</sup>

	Obchodný rok 2022	Obchodný rok 2023
Zamestnanci na plný úväzok	na	3 726
Zamestnanci na čiastočný úväzok	na	2 952
Stáli zamestnanci	6 120	6 413
Zamestnanci na dobu určitú	281	265

\*na Údaje z dôvodu štruktúry zbieraných údajov a zmeny metodiky do konca obchodného roka 2022 nie sú k dispozícii v podrobnejšom rozčlení.

Lidl Slovenská republika nezhrmažďuje údaje o pracovníkoch bez garantovaného pracovného času.

Zamestnanci podľa typu zamestnania a pohlavia<sup>4</sup>

	Obchodný rok 2022	Obchodný rok 2023
<b>SPOLU</b>	6 561	6 678
z toho ženy	4 965	4 962
z toho muži	1 596	1 716
z toho nebinárne pohlavie	na	0

\*na Údaje z dôvodu štruktúry zbieraných údajov a zmeny metodiky do konca obchodného roka 2022 nie sú k dispozícii v podrobnejšom rozčlení.



Zamestnanci podľa typu zamestnania a pohlavia<sup>1</sup>

	Obchodný rok 2022	Obchodný rok 2023
<b>Zamestnanci na plný úväzok</b>	na	3 726
z toho ženy	na	2 607
z toho muži	na	1 119
z toho nebinárne pohlavie	na	0
<b>Zamestnanci na čiastočný úväzok</b>	na	2 952
z toho ženy	na	2 355
z toho muži	na	597
z toho nebinárne pohlavie	na	0
<b>Stáli zamestnanci</b>	6 120	6 413
z toho ženy	4 684	4 786
z toho muži	1 436	1 627
z toho nebinárne pohlavie	na	0

\*na Údaje z dôvodu štruktúry zbieraných údajov a zmeny metodiky do konca obchodného roka 2022 nie sú k dispozícii v podrobnejšom rozčlenení.

Zamestnanci podľa typu zamestnania a pohlavia<sup>2</sup>

	Obchodný rok 2022	Obchodný rok 2023
<b>Dočasní zamestnanci</b>	na	265
z toho ženy	na	176
z toho muži	na	89
z toho nebinárne pohlavie	na	0

\*na Údaje z dôvodu štruktúry zbieraných údajov a zmeny metodiky do konca obchodného roka 2022 nie sú k dispozícii.



**V obchodnom roku 2023  
spoločnosť Lidl Slovenská  
republika zamestnávala viac  
ako 6 678 zamestnancov**

# Naše hodnoty a firemné zásady, na ktorých stavíme<sup>1</sup>

Hodnoty spoločnosti Lidl sú kľúčovou súčasťou nášho úspechu. Náš obchodný model je zameraný na vysokú efektivitu v prevádzke, jednoduchosť a strategické partnerstvo v každej oblasti podnikania.

Lidl ako diskont kladie dôraz na jednoduchosť a procesný prístup vo svojich predajniach a regionálnych distribučných centrách. To znamená, že Lidl dokáže svojim zákazníkom každý deň ponúknuť optimálnu hodnotu za peniaze.

Chceme vytvoriť rešpektujúce pracovné prostredie pre členov nášho tímu, ktoré je postavené na uznaní a konštruktívnej spätnej väzbe. Našou snahou je tiež zlepšovať a zmiernovať vplyv na životné prostredie.

Počas celej činnosti spoločnosť Lidl Slovenská republika pôsobí transparentne a pravidelne informuje o sociálnych a environmentálnych dopadoch na spoločnosť.

## Hodnoty, ktoré žijeme v Lidl Slovenská republika každý deň

- výkon
- rešpekt
- dôvera
- rozvaha
- spolupatričnosť

### Naše firemné zásady sú:

- Spokojnosť zákazníkov ovplyvňuje naše konanie.
- Našu pozíciu na trhu určuje optimálny pomer výkonu a ceny.
- Vďaka expanzii a nepretržitému zlepšovaniu našich predajní rastieme stále ďalej.
- 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 sú dodržiavané v dôvernej atmosfére.
- Pochváliť, prejaviť uznanie, ale i umenie prijať kritiku je súčasťou našej každodennej práce.
- Obklopujeme sa „zodpovednými“ zamestnancami — tým je v každej oblasti zaistená zastupiteľnosť.



Výkon, rešpekt, dôvera, rozvaha a spolupatričnosť – to sú hodnoty, ktoré žijeme v Lidl Slovenská republika každý deň. Dôvera a reputácia sa buduje dlho a postupnými krokmi, stratiť ich však možno veľmi rýchlo. Preto musíme my všetci pri našej každodennej práci dbať na to, aby sme sa správali úctivo, férovo, transparentne a čestne.

Myslíme nielen na súčasnosť, ale predovšetkým na budúcnosť. Zaviazali sme sa dodržiavať vysoký štandard právnych predpisov a obchodnej etiky. Náš interný Etický kódex určuje hranice, v rámci ktorých chceme a musíme ako zamestnanci spoločnosti Lidl Slovenská republika konať v súlade so zákonmi a vnútornou politikou. Vedie nás k tomu, aby sme naše hodnoty uvádzali do praxe – v celej spoločnosti a vo všetkom, čo robíme.

**Dodržiavaním Etického kódexu**, ako aj všetkých zákonov a nariadení vieme tak dosiahnuť náš cieľ – byť jednoznačnou prvou voľbou. Spoločnosťou, ktorej dôverujú naši zákazníci, zamestnanci a všetky ďalšie zainteresované strany.

## Náš CSR tím<sup>2</sup>

Za hodnoty trvalej udržateľnosti sa zasadzuje priamo najvyšší manažment spoločnosti Lidl Slovenská republika. Celkovú zodpovednosť za nastavenie CSR procesov, cieľov a aktív nese priamo generálna riaditeľka Zita Szlavikovics, ktorá v marci 2023 vystriedala na poste Adama Miszczyszyna. Za implementáciu našej CSR stratégie, ako aj za komunikáciu so zainteresovaným stranami zodpovedá úsek komunikácie.

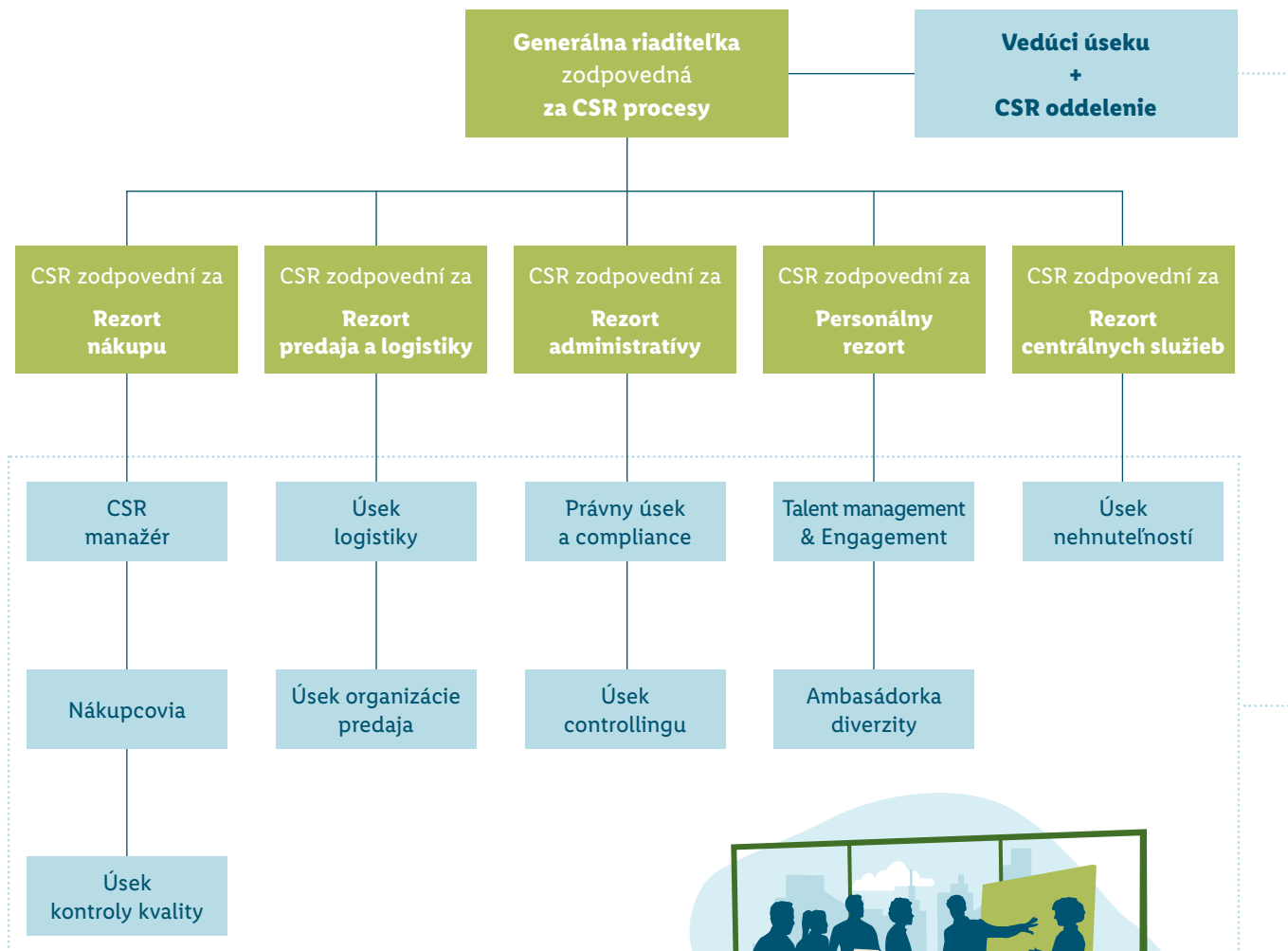
V rámci neho vzniklo v marci 2019 samostatné CSR oddelenie, ktoré tvoria dve zamestnankyne a študentka na pracovnej stáži. Komunikácia našich CSR hodnôt a záväzkov smerom k dodávateľom spoločnosti Lidl SR je od roka 2018 úlohou nášho CSR manažéra pre oblasť nákupu. V rámci našej spoločnosti aktívne funguje aj širší CSR tím, ktorý tvoria zástupcovia jednotlivých rezortov a odborníci na udržateľné témy. V tíme prebiehajú pravidelné stretnutia, na ktorých diskutujeme o trendoch v udržateľnosti, ale aj o CSR úspechoch a výzvach, s ktorými sa stretávajú jednotlivé úseky a oddelenia pri svojej každodennej práci.

Za organizáciu stretnutí a komunikáciu CSR tém zodpovedá CSR oddelenie, ktoré komunikuje s materskou spoločnosťou Lidl na jednej strane a s našimi zamestnancami na druhej strane. Strategické témy v oblasti trvalej udržateľnosti (napr. REset plastic) riešime na úrovni skupiny, a teda v spolupráci so spoločnosťou Kaufland, aby sme maximalizovali pozitívne efekty.

Cieľom vedenia spoločnosti Lidl je systematicky rozvíjať naše priority v oblasti trvalej udržateľnosti a zároveň zabezpečiť, aby boli v súlade s očakávaniami zainteresovaných strán, so situáciou na trhu aj s hlavnou obchodnou činnosťou našej spoločnosti.



## CSR tím spoločnosti Lidl Slovenská republika<sup>1</sup>



## Náš postoj k trvalej udržateľnosti<sup>2</sup>

„Je nevyhnutné prevziať zodpovednosť za svoje kroky a rozhodnutia.

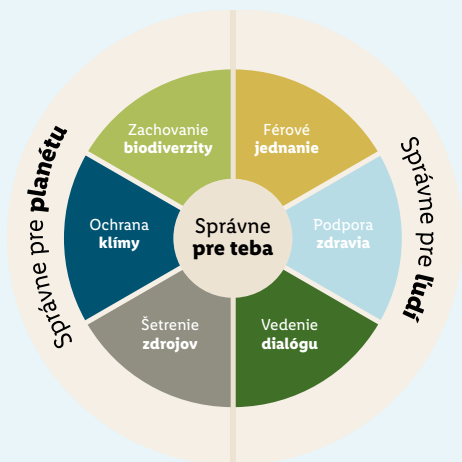
Atribút udržateľnosti je pre Lidl jedným z kľúčových, pretože predstavuje záruku kvality a transparentnosti. Tá je zase dôležitá z hľadiska dlhodobého ponímania životaschopnosti firmy.

Veľmi dôležitú a nenahraditeľnú úlohu v tom zohráva predovšetkým záujem zamestnancov o udržateľné aktivity a ich podpora, vďaka čomu naberajú ešte viac na sile a dajú sa naďalej úspešne rozvíjať. Navyše, ruka v ruke s takýmto nastavením potom príde aj pozitívny prínos pre vonkajší svet pre našich zákazníkov.“

**Zuzana Sobotová**

senior konzultant pre CSR projekty

### Model zodpovednosti spoločnosti



## Na ceste k lepšiemu zajtrajšku<sup>3</sup>

„Lidl pre lepší zajtrajšok“ je princíp, ktorý stojí za snahami spoločnosti Lidl poskytovať zákazníkom kvalitný sortiment už dnes, bez toho, aby sme ohrozili našu schopnosť ponúknuť rovnako kvalitný sortiment zodpovedným spôsobom opäť zajtra. Lidl Slovenská republika nepretržite pracuje na pochopení a riešení ekonomických problémov, environmentálnych a sociálnych vplyvov svojho pôsobenia a celý hodnotový reťazec od dodávateľov až po zákazníkov a členov tímu. Spoločenská zodpovednosť znamená, že firma nie je orientovaná iba na vlastný zisk, ale správa sa ohľaduplne k svojmu okoliu. To znamená, že sa dlhodobo správa férovo k svojim zákazníkom, zamestnancom aj dodávateľom, šetrne prístupuje k životnému prostrediu a podporuje rozvoj regiónov alebo komunít, v ktorých pôsobí.

### Model zodpovednosti spoločnosti Lidl

Náš vzorec je celkom jednoduchý: na ceste k lepšiemu zajtrajšku robíme všetky kroky tak, aby boli správne pre planétu, správne pre ľudí a správne pre nášho zákazníka, a to v krátkodobom aj dlhodobom horizonte. Tento model sa pravidelne prehodnocuje, aby odzrkadľoval aktuálne požiadavky v retailovom sektore, platné legislatívne rámce, Lidl hodnoty aj trendy v rámci reportingu o spoločenskej zodpovednosti. Vnútri modelu zodpovednosti tri piliere predstavujú šesť strategických oblastí, ktoré obsahujú špecifické témy.

V rámci tejto správy vás prevedieme celou našou stratégiou podľa modelu spoločenskej zodpovednosti Lidl a uvedieme informácie o najčastejších materiálnych oblastiach pre naše podnikanie, ich vplyv a najvýznamnejšie projekty pre každý zo strategických pilierov.

Zodpovedne prístupujeme k ľuďom a prírode, chránime ľudskú dôstojnosť a odmietame diskrimináciu v akejkoľvek forme. Zasadzujeme sa za zlepšenie životného prostredia, sme dobrým susedom v lokalitách, kde pôsobíme, a svojim kolegom poskytujeme spravodlivú odmenu a vytvárame bezpečné pracovné podmienky. Všetky tieto pravidlá (a mnohé ďalšie) sú zakotvené v našom **Etickom kódexe pre dodávateľov**. Etický kódex pre obchodných partnerov spoločností skupiny Schwarz popisuje naše základné princípy spolupráce s dodávateľmi. Stanovuje základné princípy, ktorými sa riadi

spolupráca s obchodných partnerov a popisuje, čo divízie Skupiny Schwarz očakávajú od svojich obchodných partnerov v oblasti ľudských práv a problematiky životného prostredia. Naš Etický kódex zavádzame do rokovaní s našimi dodávateľmi už mnoho rokov s cieľom zaviazat' ich k dodržiavaniu týchto princípov a noriem. Etický kódex obsahuje jasné nariadenia týkajúce sa tém ako detská a nútená práca, mzdy a pracovný čas, spravodlivého zaobchádzania a anti-diskriminácie, ktoré vychádzajú z vyššie uvedených medzinárodných štandardov.

### Na riziká reagujeme včas<sup>1</sup>

Na Slovensku sme už zrealizovali mnoho veľkých projektov s pozitívnym vplyvom, no uvedomujeme si, že s naším rastom a pôsobením prichádzajú aj mnohé riziká. Preto pri svojich obchodných rozhodnutiach chceme konať tak, aby sme predišli možným škodám na životnom prostredí a ľudskom zdraví alebo aby sme prispeli k ich zmierňovaniu.

Zásada predbežnej opatrnosti, ktorá je zakorenená v Deklarácii z Ria de Janeiro o životnom prostredí a rozvoji, je obsiahnutá vo firemných zásadách spoločnosti Lidl a je teda neoddeliteľnou súčasťou firemnej kultúry. V rámci nášho hodnotového reťazca stále vyhodnocujeme príležitosti a riziká a snažíme sa reagovať na výzvy spojené s trvalou udržateľnosťou.

Sme si vedomí, že zmena právnych predpisov, kolísanie cien, nedostupnosť surovín či dôsledky spojené s vojenským konfliktom na Ukrajine môžu ovplyvniť náš sortiment a výrobu. Rovnako nedostatok pitnej vody, vysádzanie monokultúr, pomalá zmena technológií u dodávateľov či následky klimatickej zmeny môžu mať negatívny vplyv na všetky naše strategické oblasti, ktoré závisia od poľnohospodárskej produkcie.

Ďalšou výzvou je pre nás aj nedostatok kvalifikovanej pracovnej sily v regiónoch a odliv mladých talentov zo Slovenska či malá konkurencieschopnosť domácich dodávateľov.

Porušenie platných zákonov môže viesť k finančným stratám a poškodeniu dobrého mena spoločnosti. Takéto porušenia môžu mať navyše za následok osobnú zodpovednosť za škody a trestnoprávne dôsledky pre jednotlivých zamestnancov alebo členov orgánov spoločnosti.

Konanie spoločnosti Lidl Slovenská republika a jej zamestnancov preto podlieha nasledujúcej firemnej zásade: Dodržiavame platné zákony a interné smernice.

To predstavuje firemnú zásadu, ktorá je záväzná pre všetkých zamestnancov. Lidl Slovenská republika, s. r. o., a jeho vedenie sa výslovne zaväzuje dodržiavať túto firemnú zásadu a zabezpečiť jej uplatňovanie v praxi.

S ohľadom na ústrednú firemnú zásadu máme implementovaný Compliance Management System (CMS), ktorý obsahuje záväzné požiadavky. Tieto špecifikujú určité normy a prvky na zabezpečenie primeranej úrovne súladu. Hlavným cieľom CMS je zabezpečiť, aby sa predišlo porušovaniu platných zákonov a interných smerníc a aby zistené porušenia boli dôsledne prešetrené a pri každom zistenom porušení Compliance boli vyvozené primerané následky (princíp nulovej tolerancie).

Hlavnými oblasťami CMS sú boj proti korupcii/podvodom, ochrana osobných údajov, kartelové právo, produktová bezpečnosť a obchodní partneri, ako aj Compliance v oblasti ľudských zdrojov. Aby sme naplnili aj našu finančnú zodpovednosť, zamerali sme sa aj na oblasť daní a účtovníctva. To nám pomáha splniť daňové a iné finančné záväzky.

Opatrenia na dodržiavanie Compliance zahŕňajú najmä prijímanie a komunikáciu smerníc a pravidiel (napríklad pravidiel zaobchádzania s darmi a pozvaniami a pravidlá o ochrane osobných údajov), vykonávanie školení a pravidelná kontrola CMS z hľadiska vhodnosti, účinnosti a možného potenciálu na zlepšenie.

Spoločnosť Lidl Slovenská republika, s. r. o., je vždy otvorená hláseniam zamestnancov, zákazníkov alebo obchodných partnerov o možnom porušení Compliance, inými slovami o incidentoch, pri ktorých naši zamestnanci pri svojej práci porušujú platné zákony alebo interné pravidlá alebo sú takýmto porušením ovplyvnení. Ak existuje podozrenie na porušenie Compliance alebo k nemu dôjde, vrátane porušenia nášho Kódexu správania, naši zamestnanci to môžu nahlásiť priamo osobe zodpovednej za Compliance alebo využiť iný kanál na oznamovanie protispoločenskej činnosti. Zamestnanci aj externí oznamovatelia môžu tiež anonymne nahlásiť porušenia prostredníctvom nášho online oznamovacieho systému. Každé oznámenie sa považuje za prísne dôverné. Oznamovatelia nie sú oznámením porušenia nijako znevýhodnení. Všetky porušenia sa vyšetrujú.

Z dôvodov ochrany osobných údajov a ochrany identity oznamovateľov v tejto správe nezverejňujeme žiadne informácie týkajúce sa obsahu alebo kvality nahlásených informácií.

Kľúčové zistenia zo sťažností sa však používajú na identifikáciu rizík a na ďalší rozvoj opatrení na dodržiavanie predpisov. Ak sa zistia skutočné nepriaznivé vplyvy, ktoré môžu priamo alebo nepriamo súvisieť s obchodnými aktivitami spoločnosti Lidl, snažíme sa prijať vhodné opatrenia na ich nápravu.

Súlad s našimi požiadavkami je založený na tom, že naši zamestnanci sú o nich plne informovaní. Zvyšovanie povedomia a školenia sa preto vykonávajú hneď po nástupe zamestnancov do spoločnosti a následne sa pravidelne opakujú.

V dôsledku medzinárodnej povahy štruktúr dodávateľského reťazca môže aj v týchto vzťahoch dochádzať k porušovaniu sociálnych, ľudských práv a životného prostredia. Spoločnosť Lidl Slovenská republika, s. r. o., pri plnení svojich povinností v oblasti CMS obchodní partneri a zásady poznaj svojho obchodného partnera rozšírila kanály oznamovania protispoločenskej činnosti na oblasti uvedené vyššie. Tieto sú dostupné aj dotknutým stranám v našich dodávateľských reťazcoch Lidl prostredníctvom webovej stránky Lidl.





# Model zodpovednosti a matica relevantnosti<sup>1</sup>

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

SPRÁVNE PRE **PLANÉTU**

SPRÁVNE PRE **ĽUDÍ**

ŠETRENIE  
ZDROJOV **03**

**04** FÉROVÉ  
JEDNANIE

**02**  
ZACHOVANIE  
BIODIVERZITY

**Správne  
pre TEBA**

**05**  
PODPORA  
ZDRAVIA

OCHRANA  
KLÍMY **01**

**06** VEDENIE  
DIALÓGU



## SPRÁVNE PRE NAŠU PLANÉTU<sup>2</sup>

V rámci tohto strategického piliera sa zameriavame na oblasti Ochrana klímy, Zachovanie biodiverzity a Šetrenie zdrojov. Kontrolujeme naše prevádzkové procesy a zisťujeme informácie o produktoch od počiatku výroby, tzn. kde boli vypestované alebo vyrobené, za akých podmienok, ako sa dostanú k nám a následne k zákazníkovi domov. Zvažujeme sociálne a ekologické vplyvy výroby, spracovania a logistiky našich produktov. Spolu s našimi dodávateľmi a partnermi sme sa zaviazali chrániť prirodzené biotopy a biodiverzitu.

## SPRÁVNE PRE ĽUDÍ

Zameriavame sa na opatrenia podporujúce oblasti: Férové jednanie, Podpora zdravia a Vedenie dialógu so zainteresovanými stakeholdermi. Zaväzujeme sa k tvorbe a podpore pozitívneho pracovného prostredia a rovnováhy medzi pracovným a súkromným životom. Sociálne štandardy sú podporované na každej úrovni nášho dodávateľského reťazca.

## SPRÁVNE PRE TEBA

Ako jedna z najväčších maloobchodných sietí na Slovensku obsluhujeme každý týždeň státisíce zákazníkov. Chceme umožniť našim zákazníkom vyberať si zdravé potraviny, a to trvalo udržateľným spôsobom. Je pre nás dôležité, aby mali zákazníci správne a dostatočné informácie o produktoch, či už na obaloch alebo v našej komunikácii.



**01** OCHRANA KLÍMY

**02** ZACHOVANIE BIODIVERZITY

**03** ŠETRENIE ZDROJOV

**04** FÉROVÉ JEDNANIE

**05** PODPORA ZDRAVIA

**06** VEDENIE DIALÓGU

## I. SPRÁVNE PRE PLANÉTU<sup>1</sup>

# 01

## OCHRANA KLÍMY

### Aký máme cieľ v tejto oblasti?

Po vytvorení úplnej klimateckej rovnováhy a analýze stopy CO<sub>2</sub> Skupina Schwarz stanovila ciele ochrany klímy, ktoré boli potvrdené a oficiálne schválené Science Based Target Initiative.

### Ako postupujeme?

Klímu chránime ponukou čoraz šetrnejšou k životnému prostrediu, proaktívnym znižovaním emisií, využívaním nových technológií v prevádzke. Rovnaké nároky kladieme aj na našich dodávateľov.

### Čo konkrétne robíme?

- V prevádzke postupne prechádzame na prírodné chladivá a s fotovoltaickými systémami si časť spotreby elektriny vyrábame sami.
- V roku 2020 sa spoločnosť Skupiny Schwarz oficiálne pripojila k iniciatíve Science Based Targets Initiative (SBTi).
- Využívame 100 % zelenú energiu.
- Na predajni v Martine sme nainštalovali zelenú strechu.

# 02

## ZACHOVANIE BIODIVERZITY

### Aký máme cieľ v tejto oblasti?

Získavať suroviny a produkty udržateľným spôsobom, ktorý neohrozuje rôznorodosť druhov. Sme si vedomí, že druhové bohatstvo je dôležité pre ekosystém.

### Ako postupujeme?

Rôznorodosť ohrozených živočíšnych a rastlinných druhov a biotopov totiž môžeme zachovať spôsobom, akým ich získavame, spracúvame a ponúkame.

### Čo konkrétne robíme?

- Dialóg s dodávateľmi o udržateľných spôsoboch pestovania rastlín, vyťaženia pôdy a jej obnovy.
- Nákup kritických surovín ako kakao, palmový olej či sója z certifikovaných zdrojov.
- Zvyšovanie počtu Bio organic, Fairtrade a iných certifikovaných produktov v sortimente.
- Závazky s konkrétnymi termínmi a pravidelný odpočet.



## I. SPRÁVNE PRE PLANÉTU<sup>2</sup>

# 03

### ŠETRENIE ZDROJOV

#### Aký máme cieľ v tejto oblasti?

Získavať suroviny tým najšetrnejším spôsobom k našej planéte. Stále hľadať zlepšenia a vzdelávať v tomto smere aj svojich zamestnancov a partnerov.

#### Ako postupujeme?

Získavanie surovín ekologickejším spôsobom podľa modelu obehového hospodárstva a tiež predchádzanie a znižovanie plytvania potravinami či zabezpečenie šetrného využívania pitnej vody.

#### Čo konkrétne robíme?

- REset plastic stratégia
- Zálohovanie a projekt Upracme si Slovensko
- Projekt Nenechajme to plávať
- Udržateľná výstavba a prevádzka
- Recyklácia materiálov v prevádzke
- Udržateľné produkty



## II. SPRÁVNE PRE ĽUDÍ<sup>1</sup>

# 04

## FÉROVÉ JEDNANIE

### Aký máme cieľ v tejto oblasti?

Vytvárať rozmanité a inkluzívne prostredie, v ktorom je pracovný a súkromný život v rovnováhe. Prioritami sú spravodlivosť a dodržiavanie ľudských práv.

### Ako postupujeme?

Pravidelný prieskum spokojnosti zamestnancov a poskytovanie spätnej väzby každému. K svojim kolegom pristupujeme rovnocenne a ponúkame im každý rok nové možnosti pre ich rozvoj a kariérny rast. Zaviazali sme sa k prostrediu, ktoré chráni ľudské práva, podporuje rozmanitosť, rovnosť a inklúziu, zaručuje spravodlivú kompenzáciu, umožňuje rovnováhu medzi pracovným a súkromným životom a podporuje dobré životné podmienky zvierat.

### Čo konkrétne robíme?

- Široká škála benefitov
- Vzdelávanie na mieru
- Charta diverzity
- Otvorená komunikácia
- Rovnováha pracovného a osobného života
- Aplikácia We are Lidl
- Interný grantový program Lidl srdcom
- Ambasádor diverzity a inklúzie

# 05

## PODPORA ZDRAVIA

### Aký máme cieľ v tejto oblasti?

Vplývať na našich zamestnancov aj zákazníkov tým, že im prinášame zdravý sortiment produktov a vytvárame bezpečné a zdravé pracovné prostredie.

### Ako postupujeme?

Podporujeme svojich zamestnancov a zákazníkov v tom, aby žili a pracovali zdravo. Ponúkame im na to nielen vhodné prostredie, ale aj sortiment produktov. Pravidelne prehodnocujeme kvalitatívne vlastnosti našich výrobkov a zameriavame sa na zníženie soli a cukru v zložení tam, kde je to možné.

### Čo konkrétne robíme?

- Široká sortimentová ponuka zdravých výrobkov
- Zdravé raňajky pre kolegov
- Športové podujatia pre zamestnancov
- Psychologické poradenstvo pre zamestnancov
- Obmedzenie detského marketingu
- Nutri-Score označenie potravín
- Propagácia zdravotného životného štýlu

## II. SPRÁVNE PRE ĽUDÍ<sup>2</sup>

# 06

## VEDENIE DIALÓGU

### Aký máme cieľ v tejto oblasti?

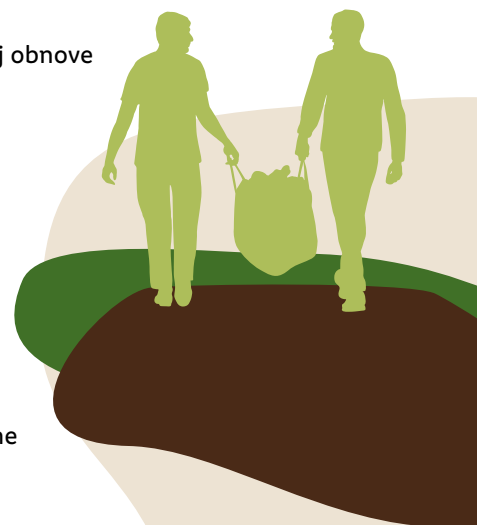
Viesť konštruktívny dialóg so záujmovými skupinami – zákazníkmi, dodávateľmi, komunitami a zamestnancami.

### Ako postupujeme?

Sledujeme všetky globálne, ale aj lokálne trendy v spoločnosti a snažíme sa na ne reagovať prostredníctvom našich projektov spoločenskej zodpovednosti. Dôležité je získavanie spätnej väzby a komunikácia so všetkými stakeholdermi.

### Čo konkrétne robíme?

- Dialóg s dodávateľmi o udržateľných spôsoboch pestovania rastlín, vyťaženia pôdy a jej obnovy
- Podpora exportu slovenských dodávateľov
- Nákup kritických surovín ako kakao, palmový olej či sója z certifikovaných zdrojov
- Zvyšovanie počtu Bio organic, Fairtrade a iných certifikovaných produktov v sortimente
- Mestské parky Lidl Čistinky
- Podpora základných škôl na Slovensku
- Podpora zdravotne znevýhodnených detí Od začiatku v dobrých rukách
- Potravinová zbierka Podel' sa a pomôž
- Aktivity cez Nadačný fond Lidl
- Podpora nemocníc a detských onkologických pracovísk
- Lidl Akadémia/Lidl deň s dodávateľmi – podpora slovenských dodávateľov
- Podpora pohraničných oblastí a neziskových organizácií v súvislosti s vojnou na Ukrajine



## Matica relevantnosti<sup>1</sup>

Stakeholderi ovplyvňujú našu stratégiu trvalej udržateľnosti a spoločenskej zodpovednosti. V roku 2022 Lidl zrevidoval proces určovania vecných CSR tém. Pri príprave aktuálneho reportu sme od začiatku vychádzali z aktualizovaných štandardov GRI 2021 a prijatej európskej smernice o podávaní správ o udržateľnosti podnikov („CSRD“). Základom tohto procesu je aktualizovaný model zodpovednosti spoločnosti Lidl 2.0, ktorý pokrýva celkovo 17 CSR tém. Tieto témy boli vyhodnotené ako materiálne v dvoch krokoch:<sup>2</sup>

1. Pozitívny a negatívny vplyv spoločnosti Lidl na ľudí, životné prostredie a spoločnosť (pohľad zvnútra von).
2. Obchodná závažnosť: vplyv CSR tém na podnikanie Lidla (vonkajšia perspektíva).

Lidl analýza materiálovosti je aktualizovaná každé dva roky, pričom umožňuje doplnenie o národný pohľad. Analýza prebieha v troch krokoch:

1. Prieskum v celej skupine Lidl naprieč všetkými krajinami s cieľom zistiť vplyv a relevantnosť tém (pozostáva z analýzy expozície a rozhovorov s odborníkmi)
2. Hodnotenie tém s dôrazom na obchodný význam v konkrétnej krajine členmi širšieho CSR tímu
3. Validácia vedením spoločnosti a príprava výstupu v podobe matice



## 1. POSÚDENIE VPLYVU SPOLOČNOSTI LIDL

Hodnotí sa celkový vplyv na ľudí, životné prostredie a spoločnosť pre všetky spoločnosti skupiny Lidl v dvojfázovom procese s expozíciou analýzy a odborných rozhovorov.

### 1.1 Kvantitatívna analýza

Najprv spoločnosti Lidl skupiny hodnotili potenciálny priamy a nepriamy vplyv a riziko na ľudí, životné prostredie a spoločnosť berúc do úvahy ekonomické, podnikové a priemyselné údaje medzinárodného hodnotového reťazca. Následne sa identifikovali spoločnosti skupiny Lidl, ktoré majú významný a väčší vplyv na témy modelu spoločenskej zodpovednosti Lidl zvažujúce údaje o predaji, informácie z odvetvia a ekonomické údaje. Výsledkom posledného kroku bolo skóre významnosti pre jednotlivé témy CSR, v ktorých je potrebná naša aktivita, a skóre ekonomickej relevantnosti.

### 1.2 Kvalitatívne expertné rozhovory

Po analýze expozície boli štatistické výsledky potvrdené spoločnosťou prostredníctvom kvalitatívneho prieskumu. Táto kombinácia rôznych metód robí analýzu dôkladnejšou a presnejšou, umožňuje vyvodenie hlbších záverov a eliminuje slabé stránky každej z metód pri samostatnom využití. Rozhovory o 17 témach sa uskutočnili s deviatimi medzinárodnými odborníkmi z rôznych zainteresovaných strán. Rozhovory pripravil, viedol a posudzoval externý partner. Kombinácia analýzy expozície a rozhovorov s odborníkmi priniesla výsledok hodnoty relevantnosti dopadu 17 CSR tém, ktoré tiež predstavujú hodnoty na osi x matice významnosti na strane X.

## 2. POSÚDENIE OBCHODNÉHO VÝZNAMU PRE LIDL SLOVENSKÁ REPUBLIKA

Lidl Slovenská republika uskutočnil prieskum medzi zástupcami širšieho CSR tímu s cieľom posúdiť obchodnú relevantnosť daných 17 tém Modelu spoločenskej zodpovednosti z hľadiska ich obchodných príležitostí a rizík. Výsledky boli následne prediskutované s vedením spoločnosti a prenese- né do matice významnosti na os y.

## 3. SPOJENIE VPLYVU SPOLOČNOSTI A OBCHODNÉHO VÝZNAMU

Naše nové výsledky matice významnosti ukazujú, že pre Lidl sú najdôležitejšie nasledujúce CSR témy.

### CSR témy

SPRÁVNE PRE PLANÉTU			SPRÁVNE PRE ĽUDÍ		
<b>OCHRANA KLÍMY</b>	<b>ZACHOVANIE BIODIVERZITY</b>	<b>ŠETRENIE ZDROJOV</b>	<b>FÉROVÉ JEDNANIE</b>	<b>PODPORA ZDRAVIA</b>	<b>VEDENIE DIALÓGU</b>
<b>1,5 stupňa – globálne otepľovanie</b>	Ekosystém	Pitná voda	Dobré životné podmienky pre zvieratá	<b>Vedomá (zdravá) výživa</b>	<b>Dialóg s partnermi v podnikaní</b>
		<b>Suroviny</b>	<b>Pracovné a ľudské práva</b>	<b>BOZP</b>	<b>Trvalo udržateľné produkty</b>
		<b>Cirkulárna ekonomika</b>	<b>Spravodlivé odmeňovanie</b>	Zvyšovanie kvalifikácie a rozvoj zamestnancov	
		<b>Potravinový odpad</b>	Diverzita a inklúzia		
			Ohľad na dodávateľa a jeho rozvoj		
			<b>Firemné občianstvo a miestny rozvoj</b>		
<b>SPRÁVNE PRE TEBA</b>					

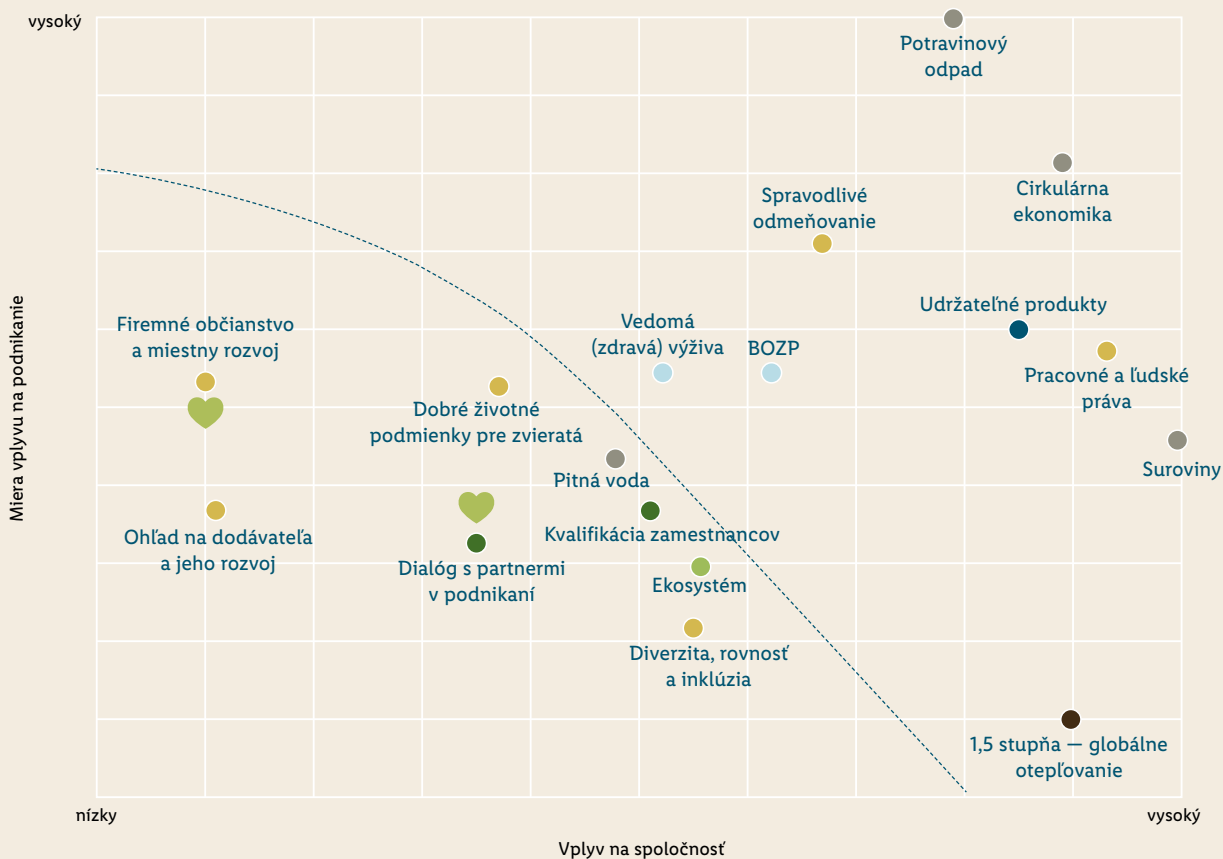
**POZNÁMKA:** Hrubo vyznačené témy vyšli z analýzy ako relevantné. Témy označené zelenou farbou síce nevyšli z našej stakeholder-skej analýzy ako najrelevantnejšie, no vedenie spoločnosti Lidl ich považuje za významné pre naše podnikanie a realizáciu spoločenskej zodpovednosti na Slovensku. Tieto témy sme v obchodných rokoch 2022 a 2023 systematicky rozvíjali, a preto budeme svoje ciele a dosiahnuté výsledky v týchto oblastiach reportovať dobrovoľne.



## Finálna matica relevantnosti<sup>1</sup>

Dohromady 9 tém má pre Lidl Slovenská republika podstatný význam, to znamená, že tieto aktivity majú významný vplyv na ľudí, životné prostredie a spoločnosť vo vzťahu k príslušnej téme, alebo že tu sú najväčšie príležitosti a riziká súvisiace s podnikaním. V tejto správe sme sa však rozhodli k týmto deviatim témam reportovať aj témy firemného občianstvo a miestny rozvoj a dialóg s partnermi v podnikaní, keďže prikladáme spolupráci a dialógu so zainteresovanými stranami veľký význam.

- OCHRANA KLÍMY
- ZACHOVANIE BIODIVERZITY
- ŠETRENIE ZDROJOV
- FÉROVÉ JEDNANIE
- PODPORA ZDRAVIA
- VEDENIE DIALÓGU



**POZNÁMKA:** Matica zobrazujúca všetky témy Modelu spoločenskej zodpovednosti Lidl a ich pozíciu vzhľadom na stupeň záujmu zainteresovaných strán a potenciálny vplyv na podnikanie. Spolu výsledky predstavujú témy identifikované ako najpodstatnejšie pre Lidl Slovenská republika.

## Stakeholderi<sup>2</sup>

Nepretržitá výmena informácií s našimi internými a externými stakeholdermi, ako sú zákazníci, mimovládne organizácie, politické orgány, dodávatelia, finančne zainteresované strany a ďalší obchodní partneri, ako aj zamestnanci či médiá, je podstatnou súčasťou manažmentu trvalej udržateľnosti spoločnosti Lidl Slovenská republika. Od roku 2018 pravidelne organizujeme formou okrúhleho stola stakeholderské dialógy. Interné stakeholderské dialógy sa v obchodných rokoch 2022 – 2023 konali každý kvartál. Externé stakeholderské dialógy sme organizovali 2-krát ročne.

Pravidelne informujeme všetkých našich stakeholderov o našich aktivitách. Na tento účel používame rôzne formáty, ako sú správy o udržateľnosti, tlačové správy, zákaznicke brožúry, ako aj intranetové stránky pre externú verejnosť alebo interné stránky, či aplikácia We are Lidl pre našich zamestnancov. Komunikácia prebieha taktiež prostredníctvom rôznych podujatí a osobných stretnutí. Okrem toho je spoločnosť Lidl Slovenská republika zapojená do radu spoluprác a sietí a podieľa sa na dialógoch a výmene informácií organizovaných tretími stranami.

V pravidelných intervaloch minimálne každé dva roky vyhodnocujeme, ktoré zainteresované strany sú pre spoločnosť relevantné. Toto zhodnotenie je založené na externých prieskumoch a monitorovaní tém, ktoré sú súčasťou spoločenských diskusií. Takisto berieme do úvahy aj prípadné zmeny v legislatívnej oblasti či v mimovládnych kruhoch. Najintenzívnejšia výmena informácií je skupinou zákazníkov, ktorých pravidelne informujeme o našich strategických cieľoch a ich plnení či o CSR projektoch prostredníctvom letáka, webových stránok či komunikácie v predajniach.



## Kolektívne vyjednávanie<sup>3</sup>

Kolektívna zmluva pre obchodné roky 2022 až 2023 bola uzavretá dňa 13. 4. 2022 a vzťahovala sa na všetkých zamestnancov. Predmetná kolektívna zmluva upravovala základné princípy fungovania zamestnávateľa, pracovný čas a zamestnanecké jubileá a činnosť odborovej organizácie.

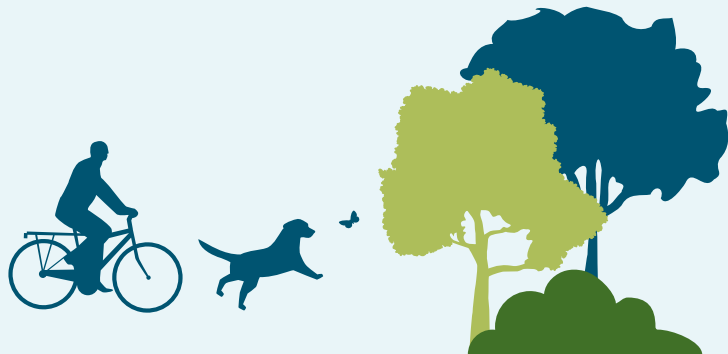


# Ochrana klímy

## Téma 1,5 stupňa<sup>1</sup>

Klimatické zmeny sú jednou z najväčších spoločenských výziev súčasnosti, ovplyvňujú takmer každú oblasť nášho života a tiež našej prevádzky. Jednotlivci a podniky vo všetkých sektoroch môžu svojimi činmi ovplyvniť vývoj klimatickej zmeny. Vplyv spoločnosti na klimatickú zmenu vyhodnocujeme najmä prostredníctvom výpočtu uhlíkovej stopy. Naša uhlíková stopa predstavuje celkové množstvo emisií skleníkových plynov. Rozvojom klimatickej stratégie a konkrétnych klimatických cieľov a krokov podľa metodiky Greenhouse Gas Protocol prispievame zásadným spôsobom k dosiahnutiu Parížskej dohody (rámcový dohovor Organizácie Spojených národov na zmenu klímy) na obmedzenie globálneho otepľovania o 1,5 stupňa Celzia oproti hodnotám pred priemyselnou revolúciou. Lidl Slovenská republika podporuje tento cieľ.

Cieľom EÚ je, aby sa Európa do roku 2050 stala klimaticky neutrálnou prostredníctvom „Európskej zelenej dohody“, plánu Európskej komisie na zvýšenie udržateľnosti hospodárstva EÚ. V Lidl Slovenská republika sa zameriavame na celý sortiment od výroby našich produktov a priemyselného spracovania, logistiky a dopravy až po ich predaj.



Celkovo spoločnosti skupiny Schwarz majú za cieľ znížiť svoje prevádzkové emisie skleníkových plynov (rozsah 1 a 2) do roku 2030 o 55 % v porovnaní s rokom 2019\*. Na dosiahnutie tohto vzájomne stanoveného cieľa obstarávajú všetky spoločnosti skupiny Schwarz od obchodného roka 2022 – 100 % svojej elektriny z obnoviteľných energií.\*\* Spoločnosti skupiny Schwarz sa tiež zaviazali znížiť svoj absolútny rozsah 3 emisií v súvislosti s využívaním predávaných palív, a to o 27,5 % do roku 2030 v porovnaní s úrovňami v roku 2019. Lidl od svojich dodávateľov požaduje, aby si do roku 2026 stanovili svoje vlastné klimatické ciele podľa kritérií SBTi.\*\*\*

\* Tento cieľ pre rozsah 1 a 2 zahŕňa aj biogénne emisie a odstraňovanie biogénnych surovín (len PreZero)

\*\* S výnimkou akýchkoľvek kúpnych zmlúv, ktoré Lidl nemôže ovplyvniť, ako sú zmluvy na jednotlivé prenajaté nehnuteľnosti so záväznou doložkou o obstaraní elektriny

\*\*\* Zostávajúce prevádzkové emisie skleníkových plynov (rozsah 1 a 2) sú kompenzované certifikovanými projektmi na ochranu klímy

Na dosiahnutie týchto cieľov slúži množstvo opatrení na zníženie, zamedzenie alebo vyrovnanie emisií CO<sub>2</sub> v prevádzkach a dodávateľskom reťazci k 28. 2. 2023:

- predajne s nabíjacími stanicami pre elektromobily: 79,
- budovy s fotovoltickými zdrojmi: 25,
- budovy so spätným získavaním tepla z produktového chladenia: 15,
- budovy s tepelnými čerpadlami: 38,
- budovy s produktovým chladením využívajúcim prírodné chladivá: 27 predajní a 1 logistické centrum.

Informácie o REset plastic stratégii skupiny Schwarz sú dostupné na <https://reset-plastic.com/en>

### Náš dlhodobý cieľ v tejto téme:<sup>2</sup>

1. O 80 % menej emisií v rámci Scope 1 & 2 do roku 2030 v porovnaní s rokom 2019
2. Do 2030 redukcia v Scope 3 o 40 %

Údaje o uhlíkovej stope sme začali zbierať a monitorovať v roku 2019.

Ambíciou je dosiahnuť zníženie o 1,5 stupňa aj napriek tomu, že si uvedomujeme, že tento cieľ je ambiciózný. Každý rok sa snažíme zlepšovať kvalitu našich údajov, aby sme mohli čo najpresnejšie formovať našu stratégiu a postupy.

Klimatická stopa je zameraná na prevádzkové emisie skleníkových plynov, t. j. priame emisie skleníkových plynov z rozsahu 1 (Scope 1) a nepriame emisie skleníkových plynov z rozsahu 2 (Scope 2) prostredníctvom obstarávania vyrobenej energie (elektrina, teplo a chlad), ako aj emisií skleníkových plynov v našom hodnotovom reťazci, t. j. nepriame emisie skleníkových plynov z rozsahu 3 (Scope 3).

Všetky potrebné údaje o spotrebe pre prepočet prevádzkových emisií (napr. množstvo nafty spotrebovanej služobnými autami) zhromažďujeme sami, pričom potrebné emisné faktory zabezpečuje externý poskytovateľ služieb, ktorý nám vypočítava aj klimatickú stopu. Potrebné údaje o spotrebe získavame od externých partnerov (napr. kilometre najazdené kamióňmi v rámci logistiky predajní), zbierame ich sami (napr. množstvo papiera použitého na naše reklamné materiály) alebo vytvárame predpoklady spolu s našimi externými konzultantmi (napr. cestovanie zamestnancov).

### Emisie uhlíka

Lidl Slovenská republika sa ako súčasť skupiny Schwarz snaží udržať vlastný príspevok ku klimatickým zmenám čo najnižší a stabilný a minimalizovať emisie skleníkových plynov. Aby sme to dosiahli, spoločne sme zaviazali dodržiavať tieto tri zásady:

1. Zabraňujeme tvorbe emisií skleníkových plynov, kdekoľvek je to možné.
2. Znižujeme tie emisie skleníkových plynov, ktorým sa nedá vyhnúť.
3. Kompenzujeme prevádzkové emisie skleníkových plynov (rozsah 1 a 2), ktorým v súčasnosti nemôžeme zabrániť na základe medzinárodne uznávaných štandardov.

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

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

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

SBTi iniciatíva bola validovaná a zverejnená v septembri 2021.

Rok 2023: 25 predajní s fotovoltaickými systémami.

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

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



2019



2020



2021



2023



2026



2030

Lidl si v rámci všetkých krajín, kde pôsobí, stanovil cieľ prejsť do roku 2022 na 100 % obnoviteľnú energiu a využívať projekty kompenzácie uhlíka. Na Slovensku sme dosiahli tento cieľ skôr a už v roku 2018 sme využívali vo vlastných prevádzkach energiu iba z obnoviteľných zdrojov. Chceme, aby si dodávatelia, ktorí sú zodpovední za 75 % emisií v rozsahu 3 súvisiacich s produktom, stanovili vedecky podložené ciele najneskôr do roku 2026. Do roku 2030 je našim cieľom znížiť naše emisie skleníkových plynov o 80 % v porovnaní s rokom 2019.

Prechod z elektriny z fosílnych palív na elektrinu z obnoviteľných zdrojov zohráva kľúčovú úlohu pri predchádzaní emisiám skleníkových plynov. Lidl Slovenská republika preto nakupuje obnoviteľnú energiu zo siete a vyrába si vlastnú elektrinu z obnoviteľných zdrojov. V roku 2023 pochádzalo 96,99 % celkovej spotreby energie na Slovensku z obnoviteľných zdrojov. 0,76 % energie bolo vyrobených prostredníctvom fotovoltických systémov.

#### Pri vykazovaní CO<sub>2</sub> stopy využívame dva princípy:<sup>1</sup>

1. Princíp založený na umiestnení/lokalite, ktorý využíva priemerné emisie skleníkových plynov na Slovensku.
2. Trhovo orientovaný princíp, t. j. prístup založený na emisiách elektriny, ktorú obstarávame priamo od našich dodávateľov elektriny.

Intenzitu emisií skleníkových plynov uvádzame na m<sup>2</sup> predajnej plochy takto:

#### Trhovo orientovaný prístup:

- CO<sub>2</sub> v obchodnom roku 2019 na m<sup>2</sup> predajnej plochy: 10,700 t CO<sub>2</sub>/m<sup>2</sup>
- CO<sub>2</sub> v obchodnom roku 2020 na m<sup>2</sup> predajnej plochy: 11,717 t CO<sub>2</sub>/m<sup>2</sup>
- CO<sub>2</sub> v obchodnom roku 2021 na m<sup>2</sup> predajnej plochy: 11,772 t CO<sub>2</sub>/m<sup>2</sup>
- CO<sub>2</sub> v obchodnom roku 2022 na m<sup>2</sup> predajnej plochy: 11,220 t CO<sub>2</sub>/m<sup>2</sup>
- CO<sub>2</sub> v obchodnom roku 2023 na m<sup>2</sup> predajnej plochy: 11,261 t CO<sub>2</sub>/m<sup>2</sup>

#### Prístup založený na umiestnení/lokalite:

- Obchodný rok 2019 na m<sup>2</sup> predajnej plochy: 10,767 t CO<sub>2</sub>/m<sup>2</sup>
- Obchodný rok 2020 na m<sup>2</sup> predajnej plochy: 11,785 t CO<sub>2</sub>/m<sup>2</sup>
- Obchodný rok 2021 na m<sup>2</sup> predajnej plochy: 11,836 t CO<sub>2</sub>/m<sup>2</sup>
- Obchodný rok 2022 na m<sup>2</sup> predajnej plochy: 11,281 t CO<sub>2</sub>/m<sup>2</sup>
- Obchodný rok 2023 na m<sup>2</sup> predajnej plochy: 11,324 t CO<sub>2</sub>/m<sup>2</sup>



Celkové emisie vypočítané na základe trhovo orientovaného princípu<sup>2</sup>

Kategórie podľa Protokolu o skleníkových plynoch	Zmena rok 2023 oproti roku 2019 (%)	Emisie skleníkových plynov (v CO <sub>2</sub> -ekvivalente) v roku 2022	Emisie skleníkových plynov (v CO <sub>2</sub> -ekvivalente) v roku 2023
Rozsah 1	<b>-37,62 %</b>	<b>7 624,62</b>	<b>6 651,83</b>
Fugitívne emisie	-75,41 %	2 086,40	1 400,55
Mobilné spaľovanie	22,58 %	2 723,23	2 738,88
Stacionárne spaľovanie	-8,08 %	2 814,99	2 512,40
Rozsah 2	<b>-61,41 %</b>	<b>396,82</b>	<b>278,79</b>
Zásobovanie teplom	92,52 %	362,08	262,61
Elektrická energia: trhovo orientovaný prístup	-97,24 %	34,74	16,18
Rozsah 3 – Upstream	<b>29,23 %</b>	<b>2 144 394,24</b>	<b>2 253 430,49</b>
3.1 Nakupovaný tovar a služby	10,11 %	1 784 365,57	1 786 128,53
3.3 Emisie súvisiace s palivami a energiou	14,62 %	5 900,51	5 909,18
3.4 Upstream transport	651,49 %	88 482,91	87 013,88
3.5 Prevádzkový odpad	-39,18 %	5 401,24	5 474,64
3.6 Služobné cesty	1,38 %	686,71	819,11
3.7 Dochádzanie zamestnancov do práce	30,02 %	7 873,2	8 013,6
3.11 Fáza používania predaných produktov	166,41 %	140 489,91	231 390,97
3.12 Recyklácia predaných produktov	6 240,04 %	111 194,19	128 680,58
<b>Celkové emisie</b>	<b>28,79 %</b>	<b>2 152 415,68</b>	<b>2 260 361,11</b>

### Emisie skleníkových plynov znižujeme dlhodobo<sup>1</sup>

- V objektoch vo vlastníctve Lidla odoberáme stopercentne elektrickú energiu so zárukami pôvodu elektriny z obnoviteľných zdrojov energie.
- Vo svojej logistike využívame aj kamióny s alternatívnym LNG a CNG pohonom, využívame aj logistiku s elektrickým pohonom a preverujeme ďalšie možnosti alternatívnych pohonov šetrnejších k životnému prostrediu.
- V predajniach využívame energeticky úsporné LED osvetlenie.
- Súčasťou trvalej udržateľnosti v obchode sú klimaticky neutrálne produkty – vplyvy na životné prostredie sú počas ich výroby, prepravy a spotreby čo najnižšie a nevyhnutne vyprodukované množstvá CO<sub>2</sub> kompenzujeme medzinárodne certifikovanými projektmi.
- Spoluprácou s lokálnymi dodávateľmi znižujeme uhlíkovú stopu pri distribúcii výrobkov.
- Na parkoviskách vybraných predajní sú pre zákazníkov k dispozícii nabíjacie stanice pre elektromobily.
- Účastou na systéme zberu, zhodnocovania a recyklácie odpadov z obalov šetríme ďalšie tisíce ton skleníkových plynov.

## Logistika a elektromobilita<sup>2</sup>

### Logistika

#### Naše dlhodobé ciele v tejto téme:

- V roku 2022 sme nasadili do prevádzky plne elektrické nákladné vozidlo s elektrickým chladiarskym agregátom.
- V roku 2024 plánujeme nasadiť do prevádzky ďalšie elektrické vozidlo, ktoré bude naše predajne zásobovať klasickým 33-paletovým návesom.
- V roku 2024 taktiež plánujeme začať využívať alternatívne palivá ako BioLNG a HVO100, ktoré významným spôsobom znižujú uhlíkovú stopu.
- Do roka 2025 disponovať 50 % vozového parku s alternatívnym pohonom prostredníctvom našich zmluvných partnerov.
- Do roka 2030 disponovať 75 % vozového parku s alternatívnym pohonom prostredníctvom našich zmluvných partnerov.
- Do roka 2030 dosiahnuť 30 % neutralitu v doprave, čo znamená, že 30 % flotily bude mať pohon na elektrinu, vodík alebo bioplyn.
- Pravidelne optimalizovať plán trás pre predajne, keď efektívnym plánovaním a sledovaním ukazovateľov maximálnej vyťaženia kamiónov a prepravovaných palet s tovarom znížime počet najazdených kilometrov.

Za zmluvné nastavenie podmienok prepravy, vyhľadávanie nových dopravcov a starostlivosť o nich nesie zodpovednosť vedúci úseku logistiky a vedúci projektov transportnej logistiky. Vedúci projektov zároveň vyhodnocuje a prináša nové návrhy v rámci zvyšovania efektivity. Za plánovanie preprav a optimalizáciu plánu trás v logistických centrách zodpovedajú vedúci transportnej logistiky skladu spolu s dispečermi.



Do hlavnej náplne práce oddelenia logistiky patrí týždenné vyhodnocovanie transportných ukazovateľov, ktoré zahŕňajú otáčkovosť na kamióne, otáčkovosť na zmenu, vyťaženosť, počet najazdených kilometrov, počet vyvezených palet, náklad na paletu, hodnotu palety, náklad na jeden prejdený kilometer a vývoj ceny nafty na trhu.

Všetky tieto ukazovatele na pravidelnej báze preberá centrála s jednotlivými logistickými centrami. Na týždennej báze sa zasielajú reporty obchodným riaditeľom, vedúcim skladov a vedúcim príslušných oddelení.

### Prevádzkový model

Zabezpečuje, že nejazdia žiadne poloplné alebo prázdne nákladné autá. Naše odchádzajúce kamióny využívame minimálne na 95 % kapacity pri expedícii do predajní. To umožňuje efektívne využitie vozidla a zníženie spotreby paliva, čím sa minimalizujú naše uhlíkové emisie.

### Materiály na spätnú prepravu

Vozidlá spätne prepravujú z predajne materiály určené na recykláciu do logistického centra alebo distribučných stredísk. Tým sa zabezpečuje, aby nebola žiadna cesta zbytočná.

### Alternatívne palivá

Ku koncu obchodného roka 2023 33 % nášho vozového parku využívalo alternatívne palivá, ako napríklad LNG, CNG alebo elektrický pohon. Naším cieľom je zvýšiť počet nákladných vozidiel v našom vozovom parku na alternatívne palivá na 50 % do roku 2025.

### Elektromobilita<sup>3</sup>

Lidl Slovenská republika podporuje elektromobilitu poskytovaním nabíjacích staníc pre elektromobily pre našich zákazníkov. Do konca obchodného roka 2022 bolo 48,4 % predajní Lidl Slovenská republika vybavených elektrickými nabíjacími stanicami pre e-autá. Naša sieť predajní už poskytuje 158 e-nabíjacích bodov. Elektrina na nabíjanie sa získava výlučne z obnoviteľných zdrojov energie. Ustavične rozširujeme našu nabíjaciu infraštruktúru pre e-autá. V roku 2024 máme v pláne nainštalovať viac ako 10 elektrických nabíjacích bodov na parkoviskách našich predajní v krajine Lidl.



### Fotovoltaika<sup>4</sup>

Lidl Slovenská republika využíva fotovoltaické systémy na výrobu elektriny, čím znižuje emisie skleníkových plynov od roku 2014. To znamená, že z distribučnej siete odoberáme menej elektriny. V roku 2020 už bolo 8 nehnuteľností spoločnosti Lidl na Slovensku vybavených fotovoltaickými systémami. Získali sme tak z týchto systémov celkový inštalovaný výkon necelých 170 kWp. Budeme pokračovať vo zvyšovaní počtu fotovoltaických systémov aj v nasledujúcich rokoch a aktuálne je už ich celkovo 25 v predajniach Lidl na Slovensku.



## Chladiace zmesi

Lidl dodržiava svoj vnútorný stavebný štandard a používa prírodné chladivá — ako je propán ( $C_3H_8$ ), oxid uhličitý ( $CO_2$ ) alebo amoniak ( $NH_3$ ). Používajú sa ako prevádzkové materiály na výrobu tepla/chladu pre klimatizáciu budov a na chladienie produktov. Preto sa v prípade poškodenia alebo úniku neuvolňujú takmer žiadne emisie skleníkových plynov.

Lidl si stanovil cieľ používať prírodné chladivá na chladienie produktov v 70 % svojich logistických centier a 30 % predajní do roku 2023. Slovensko je na ceste k dosiahnutiu tohto cieľa: V roku 2023 bol podiel 33,3 % všetkých logistických centier a 16,46 % predajní.

## Spotreba energie v rámci organizácie<sup>1</sup>

### Energetický manažment

Okrem zvýšeného využívania obnoviteľných zdrojov energie je pre znižovanie emisií skleníkových plynov kľúčové aj efektívnejšie využívanie energie.

Všetky predajne, logistické centrá a budovy národných centrálov spoločnosti Lidl Slovenská republika sú certifikované v súlade so systémom energetického manažmentu ISO 50001.

Okrem zaznamenávania spotreby a vyhodnocovania spotrebovanej energie sa zamestnancom poskytuje aj školenie na zvýšenie povedomia o energii. Systém riadenia pomáha identifikovať neefektívnosť a potenciálne optimalizácie v počítačnom štádiu.

### Spotreba energie

Celková spotreba energie sa pre Lidl vo vykazovanom období takmer nezmenila a ostala na hranici 118 GWh v obdobia roku 2022 aj 2023.

### Energetická náročnosť<sup>2</sup>

Energetická náročnosť v roku 2023 klesla zo 619,62 kWh na štvorcový meter predajnej plochy na 590,56 kWh/m<sup>2</sup>.



Chladienie  
s nižším  
vplyvom\*

Fotovoltické  
panely

LED svetlá

Zasklenie  
v najvyššom  
štandarde  
na trhu

EDGE  
certifikát pre  
129 predajní

\* zatiaľ v chladiení potravín

Priama spotreba energie primárnym zdrojom energie<sup>1</sup>

Priama spotreba energie podľa primárneho zdroja energie	Základný obchodný rok 2019	Obchodný rok 2022	Obchodný rok 2023
<b>Priama spotreba energie</b>			
Vlastná výroba elektriny z obnoviteľných zdrojov energie (kWh)	19 997,000	361 372,783	701 959,000
Zemný plyn (kWh)	14 929 660,000	15 366 802,640	13 661 218,000
Energia spotrebovaná vozovým parkom z neobnoviteľných zdrojov energie — Diesel (GJ)	27 411,637	23 700,544	22 797,000
Energia spotrebovaná vozovým parkom z neobnoviteľných zdrojov energie — Benzín (GJ)	4 080,52	15 273,367	16 464,223
Energia spotrebovaná vozovým parkom z neobnoviteľných zdrojov energie — Diesel a Benzín spolu (GJ)	31 492,157	38 973,911	39 261,223
Ostatné primárne energetické nosiče (GJ)	x	190,560	307,150
<b>Nepriama spotreba energie</b>			
Centrálne zásobovanie teplom (kWh)	554 970,000	1 473 053,000	1 068 378,000
Elektrina z neobnoviteľných zdrojov (kWh)	2 520 546,000	4 060 816,783	3 446 448,870
Elektrina zo zmiešaných obnoviteľných zdrojov (kWh)	70 490 540,000	86 730 044,476	89 324 270,000
<b>Celková spotreba energie za obchodný rok (GJ)</b>	<b>350 148,460</b>	<b>427 936,000</b>	<b>429 096,550</b>

\* Zahŕňa vlastný logistický a nelogistický vozový park a spotrebu nafty aj benzínu.

Na zber dát pre vlastnú výrobu elektriny z obnoviteľných zdrojov sú využívané systémy Meteocontrol VCOM, Fronius Solar.Web a Solaxcloud. Umožňujú monitorovanie a analýzu fotovoltických zdrojov panelov. Ostatné získavame od dodávateľov jednotlivých médií a sú zasielané vo formáte Excel alebo PDF. Zahŕňa spotrebu elektriny, plynu, vody a ďalších médií, ktoré sú nevyhnutné pre komplexné hodnotenie energetickej bilancie.

Všetky dáta (s výnimkou údajov o spotrebe energie vozovým parkom z neobnoviteľných zdrojov), sú mesačne importované do internej databázy a systému GLT.

Po ukončení obchodného roka sú všetky dáta o spotrebe energií spracované v internom nástroji CSR Tool. Tento nástroj umožňuje detailnú analýzu a reporting environmentálnych dopadov spoločnosti.

Konverzné faktory použité pre výpočet Energie spotrebovanej vozovým parkom z neobnoviteľných zdrojov energie vychádzajú z 2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories.

- Diesel: kWh/Liter: 10,561. Zdroj: IPCC 2006; GHG Protocol cross sector tools
- Benzín: kWh/Liter: 9,585. Zdroj: IPCC 2006; GHG Protocol cross sector tools

Prepočet zemného plynu je vykonaný priamo dodávateľom, ktorý využíva konverzné faktory zverejnené Prevádzkovateľom distribučnej siete plynu SPP — distribúcia, a. s. a vo vyhláske Vyhláska č. 269/2012 Z. z. Vyhláska Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky, ktorou sa ustanovujú podrobnosti o zásadách prepočtu objemových jednotiek množstva na energiu a podmienky, za ktorých sa vykonáva určenie objemu plynu a spaľovacieho tepla objemového.

Projekt **Voda pre stromy**

**Stromy v LIDL lese  
rastú ako z vody. Sú ich  
už viac ako 2 milióny.**

NA CESTE  
K LEPŠIEMU  
ZAJTRAJKU

[www.spolocenskazodpovednost.sk](http://www.spolocenskazodpovednost.sk)



Z každej predanej 1,5 l fľaše minerálnej vody Saguario venujeme 1 cent na výsadbu stromčekov v Tatrách. Už celých 13 rokov.

# Zachovanie biodiverzity<sup>1</sup>

## Biodiverzita

V minulom storočí došlo k výraznej zmene prirodzených biotopov, ktorá ohrozuje naše ekosystémy (IPBES 2019; Leopoldina diskusia č. 24).

Klimatická kríza a strata biodiverzity sú najväčšími globálnymi rizikami súčasnosti (WEF 2022 „The Global Risks Report“). Ako predajca potravín nesie Lidl osobitnú zodpovednosť, pretože veľká časť nášho sortimentu pochádza z poľnohospodárskej výroby a naše podnikanie je vo veľkej miere závislé od fungujúcich ekosystémov. Napriek tomu naše obchodné aktivity prispievajú k premene prirodzených biotopov na poľnohospodársku pôdu, a tým ku klimatickým zmenám a strate biodiverzity. Lidl má na tento vývoj nielen značný vplyv, ale rovnako spôsobuje našej spoločnosti aj zvýšené obchodné riziká s ním súvisiace.

### Tento cieľ sledujeme našou stratégiou, ktorá je založená na štyroch pilieroch:

1. Pochopenie účinkov
2. Stanovenie noriem
3. Podpora alternatív
4. Zmena riadenia

Zabezpečenie sociálneho a environmentálneho povedomia v našich dodávateľských reťazcoch je kľúčovou súčasťou stratégie udržateľnosti pre oddelenie nákupu Lidl. Zaviazali sme sa preto čo najviac znížiť negatívny ekologický a sociálny dosah našich primárnych produktov — od poľnohospodárstva cez zber a následné spracovanie až po prepravu do našich predajní. Konkrétne sme sa zaviazali, že do roku 2025 bude obstarávanie kritických surovín udržateľnejšie.

Za tému biodiverzity v dodávateľskom reťazci sú v Lidl Slovenská republika zodpovedné oddelenia nákupu, výstavby a technický nákup.

### Odlesňovanie

Suroviny tvoria základ našich produktov. Používaním a predajom týchto surovín máme vplyv aj na biodiverzitu. Najmä strata lesov v dôsledku využívania pôdy na poľnohospodárske produkty, ako je sója, palmový olej, káva a kakao, má negatívny vplyv na prírodné ekosystémy, a tým aj na biodiverzitu. Preto sme zaviedli prísne ciele certifikácie a sledovateľnosti pre hlavné vysoko rizikové suroviny v súvislosti s odlesňovaním. Ide o naše činnosti v súlade s nariadením EÚ o odlesňovaní, ktoré v mnohých oblastiach presahujú zákonné požiadavky na dodávateľské reťazce bez odlesňovania.

Ako súčasť našej surovínovej stratégie sme v našich rizikových dodávateľských reťazcoch zaviedli spoľahlivé certifikačné systémy, ktoré okrem iného prispievajú k ochrane a obnove ekosystémov a biotopov. Patria sem napríklad FSC s ohľadom na drevo a papier, Rainforest Alliance s ohľadom na odlesňovanie, ktorý je zameraný na podporu biodiverzity v konvenčnom poľnohospodárstve. V rámci doplnku GlobalGAP Biodiverzita, ktorý sme vyvinuli a otestovali spolu s GlobalGAP, sa naši zúčastnení výrobcovia zaviazali implementovať opatrenia na podporu biodiverzity na minimálne 3 % (alebo 10 % do roku 2030) ich poľnohospodárskej pôdy.

Naša stratégia ďalej využíva uznávané certifikačné systémy na ochranu ohrozených a chránených druhov na územiach našich producentov v našich rizikových dodávateľských reťazcoch. V tejto súvislosti preberáme zodpovednosť za druhy na červenom zozname Medzinárodnej únie na ochranu prírody a prírodných zdrojov (IUCN) a na národných zoznamoch žijúce v oblastiach ovplyvnených našimi obchodnými aktivitami. Zahŕňajú certifikačné mechanizmy spomenuté vyššie.

Okrem toho sme zaviedli rôzne opatrenia, ktoré zabezpečujú ochranu ohrozených a chránených druhov. Spolupracujeme aj s našimi dodávateľmi na odstránení produktov vyrobených z ohrozených zvierat uvedených v IUCN z nášho sortimentu. Zameriavame sa na neohrozené druhy rýb a morské plody a neponúkame druhy rýb, ktoré pochádzajú z ohrozených alebo nadmerne vylovených zásob, ktorým hrozí vyhynutie, ktorých zásoby a spôsoby rybolovu nemožno monitorovať.



## Naše dlhodobé ciele v tejto téme:

- redukovať znečistenie vôd pri produkcii textilu a obuvi našich vlastných značiek
- znížiť záťaž na človeka a životné prostredie pri výrobe textilu a obuvi našich vlastných značiek

## Výrobky z dreva

Všetky naše výrobky z dreva sú certifikované Forest Stewardship Council (FSC) alebo Programme for the Endorsement of Forest Certification (PEFC), resp. pochádzajú z recyklovateľných zdrojov dreva. Naši dodávatelia tvrdo pracujú na tom, aby splnili požiadavky, čo zaručuje, že každodenne podporujeme biodiverzitu.

## Palmo(jadro)vý olej

Lidl Slovenská republika vyžaduje palmo(jadro)vý olej certifikovaný certifikátom RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil). Palmo(jadro)vý olej používaný pri výrobe potravín sa získava podľa štandardu „Segregated“. Deriváty a frakcie obsiahnuté v potravinách a produktoch blízkyh potravín sú minimálne certifikované v súlade so štandardom dodávateľského reťazca RSPO „Mass Balance“.

## Priemyselná spolupráca

Okrem nákupu certifikovaných surovín spolupracuje skupina Lidl na iniciatívach viacerých zainteresovaných strán a projektoch zameraných na rozvoj inovatívnych stratégií v oblasti surovín a podieľa sa na riešeníh vedúcich k zamedzeniu odlesňovania a konverzie pôdy. Napríklad pre sóju je skupina Lidl členom Round Table on Responsible Soy (RTRS) a prostredníctvom tejto skupiny je Lidl schopný pozitívne ovplyvňovať strategické smerovanie a podporovať rozvoj RTRS a stanovovať štandardy. Prostredníctvom nášho členstva v Donau Soja sa Lidl snaží podporovať zodpovedné pestovanie sóje v Európe.

Pre ďalšie podrobnosti o certifikáciách a ďalších opatreniach, ktoré prijímame, si pozrite si naše Zásady nákupu pre dodávateľské reťazce na webovej stránke

[www.spolocenskazodpovednost.sk](http://www.spolocenskazodpovednost.sk).

## Biodiverzita v našom dodávateľskom reťazci

Náš najväčší vplyv na biodiverzitu má získavanie surovín pre výrobu produktov. Mnohé z produktov našej vlastnej značky obsahujú suroviny, ktoré sú spojené so zvýšeným rizikom ohrozenia ekosystémov a rastúcim odlesňovaním. Ako prvý krok sme zvolili záväzok zamerať sa na certifikácie surovín treťou stranou, napríklad:

### **Kakao**

Kakao používané vo výrobkoch našej vlastnej značky je certifikované Fairtrade, Rainforest Alliance a/alebo certifikované ako Bio.

### **Ovocie a zelenina**

Od našich dodávateľov ovocia a zeleniny vyžadujeme certifikáciu GLOBALG.A.P. Spolu s GLOBALG.A.P. a ďalšími partnerskými organizáciami skupina Lidl vyvinula ako prvá v odvetví doplnkový modul pre väčšiu biodiverzitu v konvenčnom pestovaní ovocia a pestovanie zeleniny v roku 2020.


### **Pesticídy**

Máme prísnu politiku týkajúcu sa pesticídov, ktorá zabezpečuje, že naše ovocie a zelenina môže obsahovať najviac jednu tretinu maximálneho povoleného obsahu pesticídov v EÚ.

### **Včely a opelovače**

Opelovače, medzi ktoré patria aj včely, sú kľúčové pre zabezpečenie zdravého ekosystému. Sú životne dôležité pre výrobu potravín, prenášaním peľu pomáhajú pri oplodnení rastlín a kvetov, ktoré vedie k produkcii semien, čím sa zabezpečuje nová generácia zelene.





**Klimatická kríza  
a strata biodiverzity  
sú najväčšími  
globálnymi rizikami  
súčasnosti**



# Šetrenie zdrojov<sup>1</sup>

## Suroviny

Lidl ponúka široký sortiment produktov založených na množstve surovín. Tie tvoria základ našich produktov a možno ich rozdeliť na poľnohospodárske zdroje, živočíšne produkty, kovy a zdroje energie. V závislosti od ich pôvodu, ako aj od charakteru ich výroby a ďalšieho spracovania môžu byť tieto suroviny spojené s negatívnymi vplyvmi na životné prostredie, ktoré sa líšia svojou povahou a závažnosťou. Preto považujeme za svoju zodpovednosť pomáhať chrániť prírodné zdroje a znižovať negatívne vplyvy pestovania/produkcie a ťažby surovín na ľudí, životné prostredie a spoločnosť.

Naším hlavným zámerom je ochrana ekosystémov a dodržiavanie ľudských práv. Dôvodom je skutočnosť, že najmä výroba surovín je spojená so spotrebou zdrojov a často aj s kritickými pracovnými podmienkami a ďalšími aspektmi ľudských práv.

Zameriavame sa predovšetkým na „kritické suroviny“, ktoré majú významný vplyv na ľudí, životné prostredie a spoločnosť a ktoré sú relevantné aj pre náš sortiment. Konkrétne sme sa zaviazali, že do roku 2025 bude obstarávanie suro-

vín definovaných ako kritické udržateľnejšie. Na systematické určovanie ich potenciálnych rizík používame rôzne analýzy a na základe výsledkov odvodzujeme konkrétne opatrenia. To nám umožňuje udržateľne znižovať vplyvy našich obchodných aktivít a z dlhodobého hľadiska ich úplne eliminovať. Aby sme pokračovali v strategickom zlepšovaní nakladania s kritickými surovinami, stanovili sme si zodpovedajúce ciele v oblasti nákupu v kontexte našej stratégie udržateľnosti.

Pri vykonávaní týchto aktivít využívame medzinárodne uznávané značky udržateľnosti, ako sú Aquaculture Stewardship Council (ASC), Bio, Fairtrade, Donau Soja, Forest Stewardship Council (FSC), Marine Stewardship Council (MSC), Rainforest Alliance, Round Table on Sustainable Soy (RTRS) a Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO).

Napríklad do roku 2025 chceme vytvoriť dodávateľské reťazce bez odlesňovania a vykorisťovania v súlade so smernicou EÚ, a preto sa obzvlášť zaväzujeme k spoľahlivej certifikácii palmového oleja, kakaá, kávy a celulózy. Zavedením



cielených programov a zapojením sa do partnerstiev, ako aj do viacstranných pracovných skupín preberáme zodpovednosť, čo sme komplexne zdokumentovali v nákupnej politike „Suroviny“.

V rámci Etického kódexu Skupiny Schwarz od našich partnerov požadujeme, aby dodržiavali ľudské práva a zákony na ochranu životného prostredia v rámci dodávateľského reťazca, ako aj aby sa vyhli alebo znížili vyčerpanie zdrojov a znečisťovanie životného prostredia, kedykoľvek je to možné. Pravidelné audity zabezpečujú dodržiavanie kódexu. Ak obchodní partneri nespolupracujú, podnikneme príslušné kroky až po ukončenie obchodného vzťahu ako poslednú možnosť. V prípade zistenia porušení si vyhradzuje právo ukončiť zmluvný vzťah ako poslednú možnosť. Pravidelná výmena informácií s organizáciami značiek nám umožňuje kontrolovať účinnosť našich akcií. Riadiaci výbor pre trvalú udržateľnosť monitoruje pokrok dosiahnutý pri dosahovaní cieľov v rámci spoločnosti a vykonáva každoročné hodnotenie.

Za tému surovín v oblasti kvality a udržateľnosti je zodpovedný Lidl Stiftung & Co. KG, kde sa jej venuje oddelenie Programy a štandardy, tím Suroviny, biodiverzita a dobré životné podmienky zvierat.



**Zaväzujeme sa k spoľahlivej certifikácii palmového oleja, kakaa, kávy, celulózy a iných surovín**



## Cirkulárna ekonomika <sup>1</sup>

### Naše dlhodobé ciele:

- Znižovanie množstva skládkovaných odpadov a zvýšenie miery recyklácie v našom podnikaní
- Zníženie používania plastov v našom podnikaní pri produktoch vlastných značiek oproti roku 2018 o 30 % do roku 2025 a o 35 % do roku 2027
- Zabezpečenie maximálnej recyklovateľnosti obalov našich vlastných značiek do roka 2025
- 25 % priemerný podiel plastového recyklátu v obaloch vlastných značiek do roka 2025

Ľudstvo už desaťročia využíva viac zdrojov, ako je planéta schopná prirodzene obnoviť. Súčasne s rastúcou spotrebou a používaním obalových materiálov vzniká čoraz väčšie množstvo odpadu. Dôsledky tohto vývoja majú osobitný vplyv na životné prostredie.

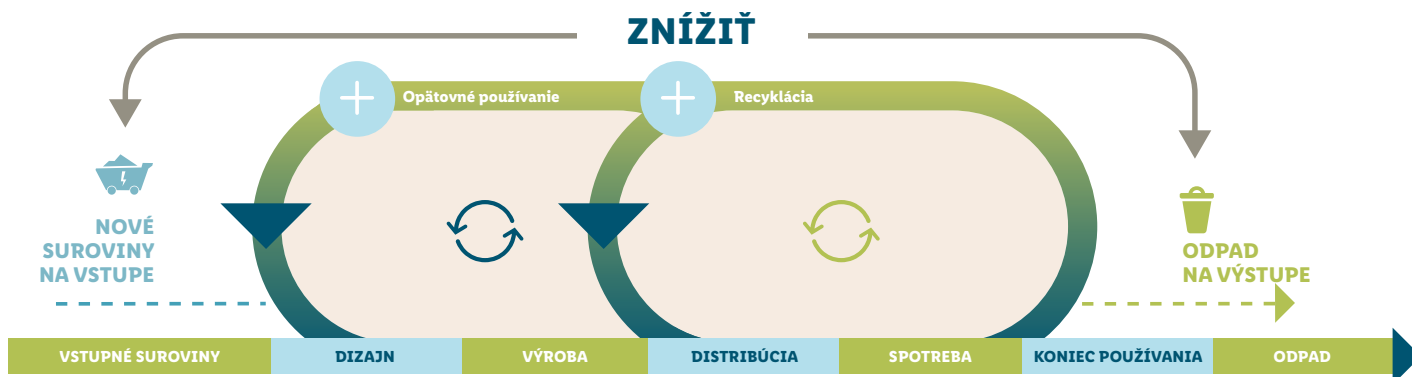
Zatiaľ čo výroba a spracovanie surovín zhoršujú klimatické zmeny a dostupnosť čistej vody sa stále znižuje, zvyšujúce sa množstvo odpadu ohrozuje aj biodiverzitu a kvalitu vody. Spoločnosti preto čelia výzve šetriť zdroje. Obchodné aktivity spoločnosti Lidl Slovenská republika sú priamo spojené

s využívaním zdrojov. Medzi ne patrí voda, ako aj rôzne materiály ako plast alebo papier.

Cirkulárna ekonomika minimalizuje využívanie zdrojov a odpadu. Tradičný lineárny model spotreby zober — použi — vyhod' nie je udržateľný, je hlavným prispievateľom ku globálnemu otepľovaniu, ako aj k strate biodiverzity. Pokiaľ nezmeníme svoj prístup, do roku 2050 budeme potrebovať tri planéty veľkosti Zeme, aby sme splnili naše rastúce požiadavky na zdroje.\* \* Zdroj: Watte Action Plan for a Circular Economy, 2020

Ťažiskom cirkulárnej ekonomiky je zabezpečenie takej hodnoty produktov a materiálov, ktoré budú slúžiť čo najdlhšie vďaka výnimočnému dizajnu, trvanlivosti a možnosti opravy. Keď produkt dosiahne koniec svojej životnosti, jeho komponenty sa opäť používajú ako vstupné suroviny, čo zabezpečuje minimálnu produkciu odpadu.

PreZero, dcérska spoločnosť skupiny Schwarz, uzatvára kruhy prostredníctvom komplexného manažmentu odpadu a recyklácie. Spolupracujeme s poskytovateľom environ-



mentálnych služieb a prostredníctvom projektov uzatvárame naše slučky, napríklad prostredníctvom recyklácie. Používame efektívny systém hospodárenia s vodou, zdrojmi a odpadom. Efektívna separácia a správna likvidácia výsledných materiálov umožňujú opätovné použitie alebo recykláciu použitých zdrojov a minimalizujú podiel nerecyklovateľného odpadu. Odpad je pre nás recyklovateľný materiál na nesprávnom mieste.

### Kľúčové aktivity

- REset plastic,
- produkty v sortimente bez balenia — snažíme sa o zvyšovanie podielu produktov bez obalov v našom sortimente,
- zvyšujeme povedomie spoločnosti a tiež našich zákazníkov prostredníctvom projektov ako napríklad **Upracme si Slovensko a Nenechajme to plávať.**

**Obalové pravidlá:** Lidl vyvinul pre medzinárodných aj národných dodávateľov zoznam pokynov pre obaly produktov. Chceme, aby naši dodávatelia reflektovali na naše ambiciózne ciele v oblasti zodpovednosti a používali správny obal pri správnych produktoch.

**Odstránenie čiernych plastov:** Všetky čierne plasty z obalov našich vlastných značiek sme nahradili recyklovateľným materiálom.



**Jednorazové použitie:** Už v roku 2019 sme odstránili všetky jednorazové plastové produkty ako napríklad plastové slamky, pohárik, tanier alebo príbory. Tieto produkty boli nahradené alternatívami v súlade so smernicou EÚ platnou v roku 2021.

**Microplastic Policy:** Dodržiavame zákaz mikroplastov v kozmetike a čistiacich prostriedkoch. Viac informácií nájdete v našej politike pre mikroplasty.

**Znovupoužiteľné vrecká na ovocie, zeleninu a pečivo:** V roku 2019 sme uviedli alternatívu k mikrotévnym vrecúškam pre ovocie a zeleninu — viacnásobne použiteľné a priateľné vrecúška na ovocie a zeleninu. V roku 2023 k nim pribudli aj vrecká na pečivo. Sú dostupné v predaji v každej predajni Lidl.



**REduce**

Redukujeme plasty tam, kde je to možné a udržateľné. Nie iba v rámci balenia!



**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.

## 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 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.



### SPOLOČNÁ VÍZIA

Menej plastu — uzavreté slučky.



## NAŠE CIELE DO ROKU 2025



Obaly vlastných značiek budú maximálne recyklovateľné.



Používať o 30 % menej plastov na obaly a prepravné pomôcky privátnych značiek (v porovnaní s rokom 2017).



Používať v našich obaloch privátnych značiek v priemere 25 % recyklátu.

Za toky recyklovateľného materiálu je zodpovedné oddelenie logistiky. Tému spotreby vody sa venuje oddelenie Správa nehnuteľností.

## Bude z toho haluz<sup>1</sup> a Upracme si Slovensko

Za významný projekt v oblasti odpadového hospodárstva a cirkularity považujeme pilotný projekt na zálohovanie PET fliaš a plechoviek a rozvoj konceptu triedenia odpadu v zázemiach predajní Lidl na Slovensku a kuchynkách v logistických centrách. Do projektu s názvom Bude z toho haluz sa v roku 2020 a 2021 zapojili vybrané predajne v Bratislave a Košiciach.

Lidl ešte pred zákonnou povinnosťou umožnil svojim zákazníkom vrátiť PET fľaše a plechovky do zálohovacieho automatu a výťažok 10 centov za každý odovzdaný obal venovať na výsadbu v mestských častiach priliehajúcich k predajni Lidl. Všetky vytriedené obaly sa odovzdali na ďalšie spracovanie mestskej spoločnosti OLO v Bratislave a Kosit v Košiciach.

Projekt Bude z toho haluz fungoval počas rokov 2020 a 2021 a ukončený bol k 31. 12. 2021 z dôvodu zákonnej povinnosti od 1. 1. 2022. Celkovo sa za celé obdobie vyzbieralo 119 091 kusov obalov a celkový príspevok Lidla na výsadbu v mestských parkoch tak predstavoval 11 909 eur.<sup>2</sup>

Po zavedení zákonnej povinnosti zálohovania PET fliaš a plechoviek Lidl ako jediný maloobchodný reťazec umožnil svojim zákazníkom venovať záloh za vratné obaly iniciatíve Upracme Slovensko, ktorá podporuje dobrovoľnícke brigády naprieč celou našou krajinou.

### Použité materiály podľa hmotnosti alebo objemu<sup>2</sup>

Ako východiskový materiál sa v našej spoločnosti používa najmä papier a plast. Papier sa používa predovšetkým v predajniach vo forme letákov, ktoré sú súčasťou našej komunikácie so zákazníkom. Prostredníctvom elektronických cenoviek pri produktoch šetríme zdroje. Plast sa používa hlavne



Prehľad venovaných záloh a organizovaných upratovaní v rámci projektu *Upracme si Slovensko*

	Obchodný rok 2022	Obchodný rok 2023
Venované zálohy v eurách	47 130,93 eura	42 376,30 eura
Počet dobrovoľníkov zúčastňujúcich sa upratovaní	28 300	17 100
Počet vyčistených lokalít	270	559
Počet vyzbieraného odpadu zo slovenskej prírody v tonách	190 ton	425 ton

na výrobu vriec na odpad a stretch fólie. Okrem materiálov, ktoré používa v prevádzke samotný Lidl, predajne generujú aj materiály, ktoré sú výsledkom dodávok, ako sú obaly produktov od dodávateľov.

V obchodnom roku 2023 sme znížili použitie papiera oproti roku 2022 o 35 % z 6 899,55 tony na 4 469,09 tony.

### Použitie recyklované východiskové materiály<sup>4</sup>

Čoraz častejšie využívame recyklované materiály. Ustavične pracujeme na zvyšovaní podielu recyklovaných materiálov, ktoré používame.

### Vznik odpadu a významné vplyvy súvisiace s odpadom<sup>5</sup>

Nárast spotreby a súvisiaceho používania obalového materiálu generuje rastúce množstvo odpadu v životnom prostredí. To platí najmä pre jednorazové obaly. Predovšetkým plastový odpad v krajine a vodných plochách je globálnym problémom, na ktorý treba hľadať riešenia. Nepatrí sem len viditeľný odpad, ale aj mikroplasty, ktoré sú obsiahnuté v mnohých výrobkoch alebo vznikajú granuláciou plastového materiálu. Dokonca aj likvidácia odpadu na skládkach môže viesť k tomu, že sa odpad dostane do životného prostredia, alebo k tvorbe metánu v hromadách odpadu. Vo svetle súvisiacich environmentálnych vplyvov preto spoločnosť čelí výzve, ako znížiť účinky svojho odpadu.

Opad, ktorý vzniká v spoločnosti Lidl Slovenská republika, sa likviduje v súlade s legislatívnymi požiadavkami. Zároveň pracujeme aj s našimi dodávateľmi na znižovaní množstva jednorazových obalov a všeobecných odpadov z obalov a upozorňujeme našich zákazníkov na zodpovedné nakladanie s odpadmi.

### Manažment významných vplyvov súvisiacich s odpadom

Obchodné aktivity spoločnosti Lidl sú priamo spojené s využívaním zdrojov. Patrí medzi ne voda, ako aj rôzne materiály ako plast alebo papier. Používame efektívny systém hospodárenia s vodou, zdrojmi a odpadom, aby sme zabezpečili, že zdroje využívame zodpovedne.

Zaznamenávame toky zdrojov v našich prevádzkových procesoch, aby sme pri hospodárení so zdrojmi a odpadom nasledovali ideál obehového hospodárstva. Efektívna separácia a správna likvidácia výsledných materiálov umožňuje opätovné použitie alebo recykláciu použitých zdrojov a minimalizuje podiel nerecyklovateľného odpadu. Odpad je pre nás recyklovateľný materiál na nesprávnom mieste.

### Vzniknutý odpad

Napriek maximálnemu úsiliu pri našich procesoch nie je možné úplne zabrániť vzniku odpadu (napr. kartónové krabice, stretch fólie, drevo a pod.), ktorý sa prenáša do rôznych kanálov opätovného využitia.





## Použitie plastov a papiera v metrických tonách<sup>1</sup>

	Obchodný rok 2022	Obchodný rok 2023
<b>Papier</b>		
Reklamné letáky	6 618,00	4 188,00
Papierové vrecká na chlieb	212,05	184,97
<b>z toho recyklovaný materiál</b>		
Reklamné letáky recyklované	0	0
Papierové vrecúška na chlieb — recyklované	0	0
Spotrebný papier do tlačiarne — recyklovaný	68,80	95,00
<b>Plast</b>		
Spotreba vriec na odpady	71,531	90,40
Spotreba stretch fólie (obalového materiálu)	153,50	153,80
Predaj opätovne použiteľných sietok na ovocie a zeleninu v ks	84 000	68 812

### Odpad z likvidácie

Z celkového počtu 42 367,93 metrických ton recyklovateľných materiálov vrátane zvyškového odpadu v obchodnom roku 2022 sme boli schopní opätovne použiť a recyklovať približne 572,52 metrických ton. To predstavuje 65,11 % nášho odpadu. V obchodnom roku 2023 sme z celkového počtu 42 698,17 metrických ton recyklovateľných materiálov vrátane zvyškového odpadu boli schopní opätovne použiť a recyklovať približne 259,80 metrických ton. To predstavuje 65,08 % nášho odpadu.

### Odpad určený na zneškodnenie

V roku 2023 sa nám podarilo vytriediť o 603 ton papiera viac ako v predchádzajúcom roku, k čomu prispelo zodpovedné správanie našich zamestnancov a o 76,80 tony odpadov zo skla. K zvýšeniu miery vytriedenia sklenených odpadov prispelo aj zabezpečenie nových partnerov na zhodnotenie odpadov zo skla priamo z našich logistických centier v Prešove a Sereďi, kde sú na tento druh odpadu k dispozícii samostatné veľkokapacitné kontajnery.

Objem materiálu podľa typu v metrických tonách<sup>2</sup>

			Obchodný rok 2022	Obchodný rok 2023
	Materiál	ID CSR	Objem v t (podiel konkrétneho materiálu na celkovom objeme materiálu)	
NIE NEBEZPEČNÉ ODPADY	PPK (papier, kartón)	PPK recyklovateľné materiály Percento recyklovateľných PPK materiálov	23 429,37 55,30	24 026,83 56,30
	Organický odpad	Organické recyklovateľné materiály Percento recyklovateľných organických materiálov	11 301,30 26,67	11 282,40 26,42
	PET	Recyklovateľné vratné obaly – Plasty Percento recyklovateľných vratných obalov – Plasty	38,03 0,09	31,96 0,07
	Plasty	Plastové recyklovateľné materiály Percento recyklovateľných plastových materiálov	1 116,62 2,64	1 154,56 2,70
	Drevo	Recyklovateľné drevo Percento recyklovateľného dreva	1 966,32 4,64	1 652,95 3,87
	Textílie	Textilné recyklovateľné materiály Percento recyklovateľného textilu	127,86 0,30	49,76 0,12
	Sklo	Recyklovateľné sklo Percento recyklovateľného skla	184,12 0,43	260,32 0,61
	Šrot	Recyklovateľný kovový šrot Percento recyklovateľného kovového šrotu	79,30 0,19	105,20 0,25
	Zvyškový odpad	Komunálny odpad Percento komunálneho odpadu v recyklovateľných materiáloch	3 430,05 8,10	3 547,36 8,31
	Ostatné recyklovateľné materiály, ktoré nie sú nebezpečné	Iný odpad, ktorý nie je nebezpečný Percento odpadu, ktorý nie je nebezpečný, v recyklovateľných materiáloch	64,19 0,15	35,83 0,08
	NEBEZPEČNÝ	Nebezpečné recyklovateľné látky	Nebezpečný odpad Percento nebezpečného recyklovateľného odpadu	630,77 1,49
Iné			0	0
<b>SPOLU</b>		Recyklovateľné materiály celkom	<b>42 367,93</b> <b>100</b>	<b>42 698,17</b> <b>100</b>

Množstvá podľa materiálu a druhu dopravy v metrických tonách<sup>1</sup>

Materiál	Typ dopravy	Obchodný rok 2022	Obchodný rok 2023
		Objem v t	
<b>PPK (papier, kartón)</b>	Recyklácia	23 429,37	24 026,83
	Tepelné zhodnotenie	0	1,80
	Spaľovanie	0	0
	Neznámy	0	-7,28
<b>Organický odpad</b>	Fermentácia	10 992,66	10 986,52
	Kompostovanie	308,64	295,88
	Recyklácia	0	0
	Tepelné zhodnotenie	0	0
	Skládkovanie	0	0
	Spaľovanie	0	0
	Neznámy	0	0
<b>PET</b>	Recyklácia	38,03	24,16
	Skládkovanie	0	0
	Neznámy	0	0
<b>Plasty</b>	Recyklácia	1 116,62	1 120,56
	Tepelné zotavenie	0	9,58
	Skládkovanie	0	24,42
	Neznámy	0	0
<b>Drevo</b>	Recyklácia	1 521,66	1 445,87
	Tepelné zhodnotenie	0	0
	Spaľovanie	0	0
	Skládkovanie	0	0
	Opätovné použitie	444,66	207,08
	Neznámy	0	0

## Množstvá podľa materiálu a druhu dopravy v metrických tonách

		Obchodný rok 2022	Obchodný rok 2023
Materiál	Typ dopravy	Objem v t	
<b>Textílie</b>	Opätovné použitie	127,86	49,76
	Recyklácia	0	0
	Tepelné zhodnotenie	0	0
	Spaľovanie	0	0
	Skládkovanie	0	0
	Neznámy	0	0
<b>Sklo</b>	Recyklácia	184,12	260,32
	Skládkovanie	0	0
	Neznámy	0	0
<b>Šrot</b>	Recyklácia	79,3	101,86
	Skládkovanie	0	0
	Neznámy	0	3,34
<b>Zvyškový odpad</b>	Tepelné zhodnotenie	114,24	158,58
	Spaľovanie	0	0
	Skládkovanie	3 315,81	3 388,78
	Neznámy	0	0
<b>Iný odpad, ktorý nie je nebezpečný</b>	Opätovné použitie	0	2,96
	Recyklácia	16,32	0
	Tepelné zhodnotenie	0	0
	Spaľovanie	0	0
	Skládkovanie	47,87	32,87
	Neznámy	0	0

Množstvá podľa materiálu a druhu dopravy v metrických tonách<sup>1</sup>

		Obchodný rok 2022	Obchodný rok 2023
Materiál	Typ dopravy	Objem v t	
<b>Nie nebezpečný odpad</b>	Opätovné použitie	572,52	259,80
	Recyklácia	26 385,42	26 979,60
	Tepelné zhodnotenie	114,24	177,76
	Spaľovanie	0	0
	Skládkovanie	0	7,80
<b>Nebezpečené recyklovateľné materiály</b>	Opätovné použitie	0	0
	Recyklácia	630,77	549,20
	Tepelné zhodnotenie	0	0
	Spaľovanie	0	0
	Skládkovanie	0	0
	Neznámy	0	0
<b>SPOLU</b>	<b>Celkový počet recyklovateľných látok (vrátane zvyškového odpadu)</b>	42 367,93	42 698,17
	Opätovné použitie	572,52	259,80
	Recyklácia	27 016,19	27 528,80
	Tepelné zotavenie	114,24	177,76
	Spaľovanie	0	0
	Skládkovanie	3 363,68	3 446,07
	Neznámy	0	3,34

Projekt **Upracme si Slovensko**

# Vrátili ste šancu čistej prírode

NA CESTE  
K LEPŠIEMU  
ZAJTRAJŠKU

[www.spolocenskazodpovednost.sk](http://www.spolocenskazodpovednost.sk)

**Darovaním záloh  
za fľaše a plechovky  
prispievate  
na upratovania  
po celom Slovensku!**

Ďakujeme, že vám naša  
slovenská príroda a jej čistota  
nie je ľahostajná!



Viac informácií nájdete na  
[www.upracme.sk](http://www.upracme.sk).

## Plytvanie potravinami<sup>1</sup>

Miliardy ton jedlých potravín sa každoročne vyhodí alebo zlikvidujú skôr, ako sa môžu predať. Takto sa stráca asi polovica celosvetovo vyprodukovaných potravín. Tieto vysoké úrovne straty potravín znamenajú, že vzácne a cenné zdroje, ako je voda a pôda, sa využívajú zbytočne a výroba a doprava spôsobujú emisie, ktorým sa dá vyhnúť, ktoré poškodzujú klímu. Straty potravín tiež spôsobujú spoločnostiam a spotrebiteľom zbytočné náklady.

K plytvaniu potravinami dochádza v celom hodnotovom reťazci: vo výrobe, počas prepravy, počas spracovania, v maloobchodných predajniach, ale najviac u spotrebiteľov. V maloobchode sa to stáva preto, že potraviny podliehajúce skaze sa triedia a odstraňujú po zatvorení obchodov, alebo preto, že uplynul dátum minimálnej trvanlivosti.

Nie všetci spotrebiteľia tiež chápu rozdiel medzi dátumom spotreby a dátumom minimálnej trvanlivosti, čo znamená, že potraviny, ktoré sú ešte jedlé, končia v odpade.

V súlade s platnými predpismi odovzdávame tovar, ktorý je ešte jedlý, ale už nie je vhodný na predaj, Potravinovej banke Slovenska. Lidl Slovenská republika s PBS spolupracuje od roku 2015. V Lidl Slovenská republika má tému plytvania potravinami na starosti oddelenie predaja v spolupráci s oddelením nákupu.

### S Lidlom šetríme jedlom

### S Lidlom šetríme jedlom

Plytvanie potravinami je veľký problém. Na jednej strane si žiaľ mnoho ľudí nemôže vždy dopriať takú stravu, ako by si priali, na druhej strane sa podľa odhadov na Slovensku vyhodí ročne stovky tisíc ton potravín. Potravinový odpad zanecháva tiež obrovskú uhlíkovú stopu a veľké množstvo zdrojov ako voda, energia či práca ľudí bolo vynaložených úplne zbytočne. Veľká väčšina potravinového odpadu vzniká v domácnostiach, ale uvedomujeme si svoj diel zodpovednosti a snažíme sa vzdelávať svojich zákazníkov. Špeciálne trojkilové debničky s obsahom rôzneho ovocia a zeleniny nájdete za mimoriadne výhodnú cenu 1 euro vo všetkých predajniach Lidl na Slovensku. Ide o ovocie a zeleninu, ktorú predtým Lidl z rôznych dôvodov vyhadzoval, napríklad pre poškodený obal či jeden nevyhovujúci kus v balení. V debničkách sa nachádzajú napríklad jablká, zemiaky, citróny, mrkva či cesnak. Každá prepravka je iná. Zákazník si však môže byť istý, že nakúpi kvalitné kusy a za skvelú cenu.

Zákazníci si taktiež môžu zakúpiť chlieb Priamo z pece do poludnia druhého dňa po vypečení s 50 % zľavou. Chlieb sa nachádza špeciálne zabalený a označený oranžovou cenovkou priamo v regáli. Lidl aj týmto spôsobom ponúka udržateľnejší a zodpovednejší nákup, pričom okrem prírody môžu zákazníci šetriť aj svoje peniaze. Dlhodobo oddeľujeme potraviny s blížiacim sa dátumom spotreby a predávame ich s výraznou zľavou, napríklad v chladiacich regáloch v špeciálnych boxoch s označením „Potraviny bez viny! Zachráň nás, sme ešte dobré.“

	Obchodný rok 2022	Obchodný rok 2023
Počet predaných debničiek	74 591	191 315
Počet zachránených kilogramov	223 773	573 945



# S LIDLLOM ŠETRÍME JEDLOM

To, že sme ovocie a zelenina druhej  
akostnej triedy, ešte nezna  
ž... nemôžete prvotri...

Zme



# Férové jednanie<sup>1</sup>

## Pracovné a ľudské práva

Zamestnávateľia majú povinnosť zabezpečiť ochranu ľudí na pracovisku. To zahŕňa ochranu základných práv ich zamestnancov a vytváranie pracovných podmienok, ktoré podporujú rešpektujúce a zodpovedné prostredie. Čoraz viac ľudí chce lepšie zosúladiť svoje rodinné záväzky, voľný čas a prácu. Prostredníctvom vhodných iniciatív môžu spoločnosti prispieť k podpore fyzickej a duševnej pohody svojich zamestnancov a k užšiemu zosúladeniu práce s individuálnymi potrebami zamestnancov a ich rôznymi fázami života.

Zodpovednosť za dodržiavanie ľudských práv a požiadaviek na povinnú starostlivosť o životné prostredie berieme vážne a chceme zodpovedne presadzovať zlepšenia v našich dodávateľských reťazcoch, ako aj v našej vlastnej obchodnej oblasti.

Lidl predáva produkty, ktoré sa vyrábajú v globálnych dodávateľských reťazcoch. Tie sú v globalizovanom svete čoraz zložitejšie a sú ovplyvnené celým radom právnych a sociálnych podmienok, ako aj nespočítanými zainteresovanými stranami. To má vplyv napríklad aj na sociálne riziká v súvislosti so zdravím a bezpečnosťou na pracovisku, slobodou združovania, nediskrimináciou, odmeňovaním, ako aj detskou a nútenou prácou.

Ako zamestnávateľ v sektore maloobchodu s potravinami na Slovensku chceme našim zamestnancom poskytnúť bezpečné a atraktívne pracovné prostredie. Dodržiavanie a ochrana práv zamestnancov sú základom všetkých našich aktivít, a preto sú tiež pevne zakotvené v našich firemných princípoch, politikách a postupoch. Zabezpečuje to aj zriadenie programu „HR“ CMS, Compliance Management System (CMS) v Lidli rezortom ľudských zdrojov. Cieľom je zabezpečiť súlad s platnými zákonmi a internými zásadami vo všetkých našich obchodných procesoch.

Okrem toho Lidl pomáha svojim zamestnancom dosiahnuť lepšiu rovnováhu medzi pracovným a súkromným životom. Zaviedli sme rôzne možnosti, ktoré stále vyvíjame.



Lidl podporuje mobilné pracovné podmienky, ktoré zohľadňujú individuálne potreby našich zamestnancov. V prípade, že to povaha práce umožňuje, môžu pracovníci využívať home office – prácu z domu. K dispozícii majú IT vybavenie potrebné na mobilnú prácu. Ku koncu obchodného roka 2023 približne 84 % administratívnych pracovníkov malo možnosť pracovať z domu.

S ohľadom na pracovné a ľudské práva v rámci našich globálnych dodávateľských reťazcov tiež systematicky analyzujeme potenciálne riziká porušovania ľudských práv a vplyvov na životné prostredie, ktoré existujú alebo by mohli vzniknúť v našich obchodných procesoch a pri výrobe produktov. Na základe zistení potom odvodíme konkrétne opatrenia, aby sme účinne čelili, predchádzali a zmierňovali negatívny vplyv našej obchodnej činnosti.

Za tému pracovných a ľudských práv je v Lidli zodpovedné oddelenie ľudských zdrojov. S ohľadom na dodávateľský reťazec riadi túto tému oddelenie nákupu a spadá pod pôsobnosť CSR manažérky pre nákup.

## Rodičovská dovolenka<sup>2</sup>

Nároky na rodičovskú dovolenku sú tiež súčasťou zlepšovania rovnováhy medzi pracovným a osobným životom. V roku 2023 nastúpilo na rodičovskú dovolenku celkovo 211 zamestnancov. Oproti obchodnému roku 2022 nastal výrazný nárast počtu zamestnancov čerpajúcich rodičovskú dovolenku (+37 %).

Lidl tiež umožňuje svojim zamestnancom čerpať pracovné voľno vo forme sabaticalu nad rámec ročnej dovolenky. Ponukou sabaticalu sa Lidl Slovenská republika snaží poskytnúť model rovnováhy medzi pracovným a súkromným životom, ktorý je užšie zosúladený s rôznymi fázami života, v ktorých sa zamestnanci nachádzajú. Sabatical je dostupný



pre každého, kto pracuje v Schwarz Group aspoň päť rokov, a môže byť prispôsobený individuálnym potrebám zamestnancov. Dĺžka pracovného voľna môže byť od jedného do troch mesiacov. Lidl garantuje, že zamestnanci sa potom môžu vrátiť na rovnakú pracovnú pozíciu. Po ďalších piatich rokoch môžu zamestnanci sabatical využiť opäť. V obchodnom roku 2022 si vzalo voľno 10 ľudí, z toho 50 % boli ženy a 50 % muži. V obchodnom roku 2023 využilo sabatical 12 ľudí, z toho 83 % boli ženy a 17 % muži.

## Minimálne oznamovacie lehoty týkajúce sa prevádzkových zmien<sup>3</sup>

Záujmy zamestnancov zastupujú počas zásadných procesov ovplyvňujúcich chod spoločnosti členovia predstavenstva vymenovaní za zástupcov zamestnancov. Vo všeobecnosti sa s nimi prevádzkové zmeny konzultujú včas. Výpovedná lehota je definovaná Zákonníkom práce.<sup>4</sup>

Zamestnanci na rodičovskej dovolenke<sup>1</sup>

	Obchodný rok 2022	Obchodný rok 2023
<b>Počet zamestnancov, ktorí čerpali rodičovskú dovolenku</b>		
Ženy	701	706
Muži	35	20
<b>Počet zamestnancov, ktorí sa vrátili do práce po skončení rodičovskej dovolenky</b>		
Ženy	219	244
Muži	30	20
<b>Návrat do pracovného pomeru v percentách</b>		
Ženy	100 %	100 %
Muži	100 %	100 %
<b>Počet zamestnancov, ktorí sa vrátili do práce po skončení rodičovskej dovolenky a ktorí boli ešte 12 mesiacov po návrate do práce zamestnaní</b>		
Ženy	153	156
Muži	11	14
<b>Miera udržania v percentách</b>		
Ženy	75 %	64 %
Muži	61 %	70 %



Naše obchody, administratívne kancelárie a sklady sa nachádzajú v EÚ. Zákonné požiadavky v Slovenskej republike a členských štátoch EÚ tvoria základ pre zaručenie práva na slobodu združovania a kolektívneho vyjednávania a pre zabezpečenie ochrany ľudských práv na našej strane.

### Pracovné pomery na dobu určitú

Lidl Slovenská republika zamestnáva v priemere približne 2 % celkovej pracovnej sily v rámci dočasného zamestnania. To znamená, že je možné pokryť dočasné obdobia špičkovej pracovnej záťaže a efektívne reagovať na krátkodobé situácie. S dočasnými pracovníkmi sa musí zaobchádzať rovnako ako s kmeňovými zamestnancami. Na zabezpečenie súladu s právnymi predpismi tiež zabezpečujeme, aby agentúry dočasného zamestnávania dôsledne dodržiavali požiadavky pracovného práva v rámci nášho programu CMS „Ľudské zdroje“. Okrem toho sa zaväzujeme k spravodlivému odmeňovaniu dočasných zamestnancov.

Všetci zamestnanci spoločnosti Lidl Slovenská republika bez ohľadu na prácu, ktorú vykonávajú, majú prístup k dôverníčke — poradkyni pre vzťahy so zamestnancami. Tieto štyri zástupkyne sú neutrálnym a dôveryhodným kontaktom, ktorý môže pomôcť vyriešiť konfliktné situácie.

Za riadenie pracovnoprávných požiadaviek a za ich dodržiavanie je v rámci našej spoločnosti zodpovedný rezort Ľudské zdroje. Kolektívne zmluvy uzatvárajú zástupcovia zamestnávateľov aj zamestnancov.

Negatívne sociálne vplyvy v dodávateľskom reťazci a prijaté opatrenia<sup>2</sup>

Keďže vieme, že riziká týkajúce sa porušovania práv sa vyskytujú predovšetkým v nižšom dodávateľskom reťazci, spolupracujeme nielen s našimi priamymi obchodnými partnermi, ale aj s ich dodávateľmi na rôznych projektoch na zlepšenie pracovných podmienok na nižších úrovniach dodávateľského reťazca.

Sme zodpovední za prijatie opatrení na zmiernenie rizík spojených s našimi vlastnými obchodnými aktivitami. S ohľadom na túto skutočnosť stále prehodnocujeme potenciálne a skutočné riziká pri výrobe nášho tovaru vykonávaním pravidelných a ad-hoc analýz rizík a hodnotení vplyvu na ľudské práva (HRIA) pre vysokorizikové maloobchodné dodávateľské reťazce trikrát do roka. Stále tiež zvyšujeme transparentnosť v našich dodávateľských reťazcoch rozširovaním interných systémov na zber dodávateľských údajov a spolupracujeme s externými zainteresovanými stranami (napr. každoročný prieskum dodávateľov palmového oleja — pozri politiku nákupu palmového oleja na [www.spolocenskazodpovednost.sk](http://www.spolocenskazodpovednost.sk)).

Okrem toho implementujeme aj opatrenia na dodržiavanie a posilnenie základných pracovných noriem ILO.



Ústredné body:

- Implementácia koncepcie sociálnych auditov
- Prístup k účinným mechanizmom podávania sťažností
- Požiadavky udržateľnosti na dodávateľov

Prístup k účinným mechanizmom podávania sťažností je dôležitým prvkom pri identifikácii porušovania ľudských práv v našom dodávateľskom reťazci. Je súčasťou ľudskoprávnej stratégie spoločnosti Lidl. Lidl plní svoju zodpovednosť a zabezpečuje prístup k efektívnym mechanizmom podávania sťažností.

V nákupe sa nezapájame len do iniciatív viacerých zainteresovaných strán v oblasti tovaru s cieľom vytvoriť celoodvetvový mechanizmus sťažností, ale zaviedli sme aj online systém hlásení „BKMS“ v Lidli. Tieto sú starostlivo preskúmané. Ak zistíme porušenia, podnikneme príslušné nápravné a preventívne opatrenia.

## Spravodlivé odmeňovanie<sup>1</sup>

Životné minimum je základom pre dôstojný život. Preto sú spoločnosti zodpovedné za zabezpečenie spravodlivého odmeňovania. To vytvára základ pre pracovný vzťah, ktorý sa vyznačuje dôverou a rešpektom, z ktorého majú úžitok všetci.



Systém odmeňovania spoločnosti Lidl vychádza zo stratégie ľudských zdrojov a zohľadňuje aj príslušné právne požiadavky. Súlad systému so zákonom je pravidelne preverovaný a v prípade potreby je upravovaný v súlade s najnovšími požiadavkami. Naš systém odmeňovania atraktívne reflektuje spravodlivé trhové podmienky a je nastavený bez ohľadu na pohlavie, vek, pôvod, sexuálnu orientáciu, ideológiu, náboženstvo alebo duševné či fyzické schopnosti zamestnancov.

Odmeňovanie zamestnancov je závislé od zastávanej pozície a vo všeobecnosti je tvorené fixnou zložkou odmeny. Okrem toho sú možné aj pohyblivé zložky odmeňovania v závislosti od právnych a trhových požiadaviek. Odmeňovanie v Lidl Slovensko sa riadi výlučne zmluvami o mzdách v spoločnosti.

### Odmeňovanie všetkých zamestnancov je založené na transparentnosti<sup>2</sup>

V Lidl Slovensko je odmeňovanie regulované minimálnou mzdou, ktorú určuje zákon. Výška minimálnej mzdy závisí od stupňa náročnosti práce a koeficientu minimálnej mzdy v danom stupni náročnosti. Výška odmeňovania je založená aj na pravidelnom porovnávaní trhových sadzieb. To zaisťuje, že odmena je atraktívna a v súlade s vývojom miezd na trhu.

Ako zamestnávateľ sa považujeme za zodpovedných za vyplácanie životného minima našim zamestnancom. Našou politikou je definovať minimálnu mzdu Lidl, ktorá musí byť rovnaká alebo vyššia ako platná zákonná minimálna mzda v príslušnej krajine. Tým sa zlepšuje príjmová situácia našich zamestnancov v nižších mzdových triedach. Minimálna mzda Lidl sa v pravidelných intervaloch prehodnocuje a v prípade potreby upravuje. V roku 2023 bola výška minimálnej mzdy pri plnom pracovnom úväzku vo výške 935 eur.

Rozdiely v odmeňovaní medzi ženami a mužmi a rozdiel v odmeňovaní medzi mužmi a ženami v spoločnosti Lidl Slovenská republika v roku 2023<sup>3</sup>

Lidl SR		Slovensko v roku 2023 Zdroj: Komisia EÚ			
<b>v odmeňovaní žien a mužov (neupravený)</b>					
Priemerná hodnota	26,8 %	18,8 %			
Medián	15 %	na			
<b>Bonusové rozdiely v odmeňovaní žien a mužov (neupravený)<sup>1)</sup></b>					
<b>v odmeňovaní žien a mužov (upravený)<sup>2)</sup> – podľa úrovne odmeňovania (v kvartiloch)</b>					
	Q1 – najnižšia mzdová úroveň	Q2 – nízka až stredná mzdová úroveň	Q3 – stredná až vysoká mzdová úroveň	Q4 – najvyššia mzdová úroveň	
Priemerná hodnota	-11,1 %	-0,1 %	1,6 %	21,6 %	
Medián	-11,9 %	0,2 %	2 %	7 %	
<b>v odmeňovaní žien a mužov (upravený)<sup>2)</sup> – podľa profesionálnej a riadiacej úrovne</b>					
	Vrcholový manažment	Vyšší manažment	Stredný manažment	Zamestnanec	
Priemerná hodnota	29,6 %	-86,5 %	23,3 %	8,8 %	
Medián	3,5 %	-79,5 %	22,9 %	10,6 %	

\* Takzvaný upravený rozdiel v odmeňovaní žien a mužov porovnáva odmeňovanie zamestnancov mužov a žien, pričom zohľadňuje určité štruktúrne charakteristiky, ako je odborná alebo manažérska úroveň, úroveň miezd, pracovný pomer (na plný/čiastočný úväzok) alebo iné faktory. Pri pohľade na upravený rozdiel v odmeňovaní žien a mužov sa porovnávajú zamestnanci „charakteristickej skupiny“. V Lidli sa pozeráme na zamestnancov na úrovni špecialista/manažér aj na platovú úroveň.

<sup>1)</sup> Hrubý („neupravený“) rozdiel v odmeňovaní žien a mužov porovnáva hrubú hodinovú mzdu všetkých zamestnancov na všetkých hierarchických úrovniach podľa pohlavia a ukazuje percento, o ktoré napríklad ženy alebo muži zarábajú v priemere viac alebo menej. Vyjadruje štruktúrnu nerovnováhu.

<sup>2)</sup> „Upravený“ rozdiel v odmeňovaní žien a mužov porovnáva charakteristiky špecifickej skupiny zamestnancov. V prípade Lidla sa upravuje podľa platových úrovní (štyri kvartily) a štyroch manažérskych a odborných klastrov.

<sup>3)</sup> Jeden kvartil predstavuje jeden platový rozsah. Na účely hodnotenia sú zamestnanci spoločnosti Lidl NAT rozdelení do štyroch rovnako veľkých mzdových skupín. Údaj pre prvý kvartil odráža rozdiely v odmeňovaní medzi ženami a mužmi medzi zamestnancami, ktorí zarábajú v spoločnosti najnižšiu mzdu, zatiaľ čo štvrtý kvartil ukazuje rozdiely v odmeňovaní žien a mužov s najvyššími platmi v spoločnosti.

Každá pozícia v našej spoločnosti má svoje vlastné a špecifické odmeňovanie, ktoré je nastavené pre pozíciu rovnako bez ohľadu či ju zastáva muž alebo žena. Našou zásadou je poskytovať rovnakú mzdu za rovnakú prácu s rovnakými skúsenosťami a kvalifikáciou. Naša politika odmeňovania je navrhnutá tak, aby zabezpečila, že každý zamestnanec dostáva spravodlivú mzdu.

Zodpovednosť za návrh systému odmeňovania má rezort ľudských zdrojov s ohľadom na špecifické požiadavky a zákony danej krajiny. Národné spoločnosti Lidl sú navyše centrálné podporované pri riadení témy odmeňovania.

### Penzijné programy

Aby si zamestnanci mohli akumulovať dodatočné prostriedky na odchod do dôchodku, zamestnanci, ktorí majú odpracovaný 1 rok v spoločnosti, majú nárok od zamestnávateľa na príspevok do tretieho dôchodkového piliera. Zoznam Doplnkových dôchodkových spoločností, ktoré môžu naši zamestnanci na 3. pilier využívať a do ktorých Lidl prispieva: Axa, Stabilita, DDS Tatra banky, NN Tatry — Sympatia.



### Podiel základného platu a odmeny žien a mužov<sup>1</sup>

V EÚ ženy naďalej zarábajú v priemere o 13 % menej za hodinu ako muži. (Zdroj: Európska komisia 2023). Tento rozdiel v odmeňovaní je známy ako rodový rozdiel v odmeňovaní. S cieľom presadzovať rodovú rovnosť v systéme odmeňovania je vo firemnej kultúre spoločnosti Lidl pevne zakorenený nasledujúci princíp: V rámci našej HR stratégie sa snažíme poskytovať rovnaké príležitosti a zabezpečiť, aby sa rovnaké zaobchádzanie premietlo do nášho systému odmeňovania.

Z tohto dôvodu zbierame údaje o našom rodovom mzdovom rozdiely (Gender pay gap — ďalej používaná skratka GPG) od roku 2022. Údaje GPG za rok 2023 (pozri tabuľku „Rozdiely v odmeňovaní medzi mužmi a ženami a bonusové rozdiely v odmeňovaní žien a mužov Lidli na Slovensku“) ukazujú, že rozdiely v odmeňovaní v Lidli na Slovensku existujú. Aj keď je princíp rovnosti v odmeňovaní v našej spoločnosti pevne zakorenený, rozdielom v odmeňovaní žien a mužov sa vzhľadom na štrukturálne aspekty pracovnej sily nedá úplne vyhnúť. Medzi štrukturálne aspekty patrí napríklad vyššie percento žien na pozíciách na vstupnej úrovni alebo pracujúcich na čiastočný úväzok, a preto zarábajú nižšiu mzdu. S našim zavedeným antidiskriminačným systémom odmeňovania sa snažíme zabezpečiť rodovú rovnosť v našom systéme odmeňovania a prijímame vhodné opatrenia na zníženie rozdielov v odmeňovaní na všetkých úrovniach hierarchie. Plánujeme tiež zvýšiť transparentnosť pri zverejňovaní našich procesov týkajúcich sa postupu, platov a odmien.

**Zabezpečiť  
rodovú rovnosť  
v našom systéme  
odmeňovania**

## EQUAL-SALARY<sup>2</sup>

Spravodlivé odmeňovanie je pre nás dôležitá téma a neustále sa snažíme v tejto téme zlepšovať a stierať spoločenský rozdiel medzi odmeňovaním mužov a žien. Dôležité je nastavenie rovnocenného odmeňovania na rovnakej pozícii bez ohľadu na pohlavie. Pre preverenie nášho nastavenia a reálneho stavu sme sa uchádzali o certifikáciu EQUAL-SALARY.

Prestížny certifikát EQUAL-SALARY udeľuje švajčiarska nadácia EQUAL-SALARY Foundation firmám, ktoré prešli hĺbkovým auditom v oblasti odmeňovania. Tento hĺbkový audit spoločnosti PwC potvrdil, že svojich zamestnancov odmeňujeme spravodlivo. Ženy a muži dostávajú rovnakú mzdu za prácu rovnakej hodnoty.

Sme vôbec prvou maloobchodnou spoločnosťou na Slovensku, ktorá toto ocenenie získala! Rovnako patríme medzi prvých, ktorí na našom území ocenenie získali. Na Slovensku sú len dve firmy s týmto prestížnym ocenením, preto sme hrdí, že patríme medzi ne.

Certifikácia je platná tri roky a skladá sa z viacerých častí. Počas prvého roka prebieha tzv. hlavný audit, po ktorom sme získali certifikát. V druhom a treťom roku sú realizované monitorovacie audity, ktoré sledujú, ako dodržiavame rovnosť v odmeňovaní.

Súčasťou auditu je štatistické spracovanie mzdových dát a porovnaní s modelom, ktorý nájde konkrétnych zamestnancov, ktorých mzdy a dôvody jej výšky treba preveriť.

Ďalším krokom v audite je prieskum medzi zamestnancami o vnímaní rovnosti na pracovisku a dôverné rozhovory s vedením spoločnosti a vybranými zamestnancami. Zamestnanci majú priestor otvorene vyjadriť svoj názor, ako vnímajú dodržiavanie rovno v práci.

Vybrané ukazovatele % žien naprieč manažérskymi úrovňami za obchodné roky 2022 a 2023<sup>3</sup>

	Obchodný rok 2022	Obchodný rok 2023
<b>Celkový počet zamestnancov</b>	6 561	6 678
Z toho ženy	4 965 (75,67 %)	4 962 (74,30 %)
<b>Počet zamestnancov v manažmente spoločnosti</b>	387	458
Z toho ženy	194 (50,13 %)	207 (45,19 %)
<b>Počet zamestnancov vo výkonnom manažmente spoločnosti (vyšší + top manažment)</b>	15	12
Z toho ženy	4 (26,66 %)	3 (25 %)



# Firemné občianstvo a miestny rozvoj<sup>1</sup>

Firemné občianstvo v Lidli zahŕňa všetky charitatívne projekty, opatrenia a kampane, ktoré Lidl v miestach, kde pôsobí, dobrovoľne podniká ako „firemný občan“ okrem svojej priamej hlavnej činnosti. Týmito aktivitami chceme pozitívne meniť spoločnosť. Je dôležité, aby tieto aktivity boli lokálne, keďže aj problémy alebo partneri sú lokálni.

## Naše dlhodobé ciele:

- Rozvíjať firemné dobrovoľníctvo a zvyšovať angažovanosť zamestnancov v CSR aktivitách
- Pokračovať v podpore celoslovenskej potravinovej zbierky pre ľudí v núdzi
- viesť dlhodobý projekt v oblasti životného prostredia a podpory komunít
- Pokračovať v realizácii a rozvíjaní našich dlhodobých CSR projektov
- Zorganizovať aspoň raz ročne dialóg s najdôležitejšími stakeholdermi
- Spravovať verejnoprospešné projekty prostredníctvom zdrojov vlastnej nadácie

Za realizáciu CSR aktivít spoločnosti Lidl zodpovedá CSR oddelenie, ktoré vzniklo v marci 2019 a je súčasťou úseku komunikácie.

Všetky ciele a spoločensky zodpovedné aktivity sú pravidelne konzultované a vyhodnocované v spolupráci s najvyšším vedením spoločnosti. V novembri 2020 bola založená Nadácia Lidl Slovenská republika. Účelom nadácie je podpora verejnoprospešných aktivít a podpora morálnych hodnôt na Slovensku. V apríli 2023 bol zriadený Nadačný fond Lidl Slovenská republika v Nadácii Centra pre filantropiu, prostredníctvom ktorého je spolufinancovaný projekt Lidl Čistinka.

Naše projekty financujeme z vlastného rozpočtu a z Nadačného fondu Lidl v Nadácii Centra pre filantropiu.

## UKÁŽKY REALIZOVANÝCH PROJEKTOV V KOMUNITÁCH

### Najväčšia potravinová zbierka na Slovensku – Podel' sa a pomôž<sup>2</sup>

Každý šiesty obyvateľ Slovenska je ohrozený chudobou alebo sociálnym vylúčením, celkovo ide o 888 000 ľudí. Vyplýva to z najnovších informácií Štatistického úradu SR. Tým najzraniteľnejším pomáha denne množstvo organizácií s rôznym zameraním. Najčastejšie ide o pomoc pre týrané matky s deťmi, seniorov, zdravotne ťažko postihnutých, sociálne slabšie rodiny či osoby bez domova. Na to, aby dobrovoľníci dokázali pomáhať, potrebujú podporu mnohých dobrých ľudí a najlepšie pravidelnú podporu. Preto sa Lidl rozhodol zorganizovať potravinovú zbierku „Podel' sa a pomôž“, ktorá týždeň čo týždeň pomáha takmer stovke rôznych regionálnych organizácií naprieč celým Slovenskom.

### Potravinová zbierka „Podel' sa a pomôž“ stojí na troch základných pilieroch:

pomoc treba poskytovať pravidelne, podpora zostáva v regióne a každá pomoc sa počíta, hoci aj drobná. V rámci projektu má každá zo 164 Lidl predajní na Slovensku určenú konkrétnu organizáciu, ktorú podporuje.

Podel' sa  
a pomôž

Projekt **Podel'sa a pomôž**

# Ryža, müsli, šampóny, pomáhame na tony

NA CESTE  
K LEPŠIEMU  
ZAJTRAJŠKU

[www.spolocenskazodpovednost.sk](http://www.spolocenskazodpovednost.sk)

Po zaplattení svojho nákupu môžete vložiť vybrané trvanlivé potraviny a drogériu do koša za pokladnicami. Nezisková organizácia si produkty preberie a poskytne ľuďom v núdzi.

**Ďakujeme.**

Za pokladnicami sa nachádza špeciálne označená nádoba, do ktorej môžu zákazníci venovať časť svojho nákupu. Zamestnanci danej organizácie si v pravidelných intervaloch tovar prevezmú a rozdelia ho medzi svojich klientov. Lidl podporuje organizácie darčkovými kartami.

**„Spoločne sa nám podarilo vyzbierať už viac ako 2 000 ton trvanlivých potravín v hodnote viac ako 2 000 000 eur. Vďaka tomuto projektu získava pravidelnú podporu 20 000 ľudí.“**

### Od začiatku v dobrých rukách<sup>1</sup>

Adresná pomoc rodinám s deťmi s vážnym zdravotným postihnutím. Projektom Od začiatku v dobrých rukách Lidl pomáha zdravotne znevýhodneným deťom od marca 2018.

Za každé predané balenie plienok značky Lupilu venuje Lidl 10 centov na pomoc rodinám s deťmi v núdzi. Naším spoločným cieľom je pomôcť tým najzraniteľnejším – deťom a rodinám s deťmi do 4 rokov, ktorým chýbajú financie na zlepšenie zdravotného stavu dieťaťa. Spolu sme podporili do konca obchodného roka 2 023 262 detí sumou 655 000 eur.

### Podpora pre základné školy pri novootvorených predajniach Lidl – Váš nákup = Veľká pomoc

Projektom Váš nákup = Veľká pomoc skvalitňujeme vzdelávanie od roku 2015. Podporujeme základné školy, ktoré sa nachádzajú v okolí našich novootvorených (v minulosti aj zmodernizovaných) predajní. V prvých deň otvorenia venujeme za každý nákup v hodnote nad 10 eur školám 1 euro na obstaranie počítačovej techniky podľa ich vlastného výberu. Spolu sme od začiatku projektu podporili 26 základných škôl športovými potrebami alebo výpočtovou technikou v hodnote 378 000 eur.

### Viac ako 1 800 000 stromčekov v Lidl lese

Jedno staré čínske príslovie hovorí, že najideálnejší moment na zasadenie stromu bol pred 20 rokmi. Ten druhý najlepší čas je však podľa tohto výstižného príslovia práve teraz. Touto myšlienkou sa inšpirovala aj spoločnosť Lidl, vďaka ktorej vo Vysokých a Nízkych Tatrách pribudlo od roku 2012 viac ako 1 800 000 stromov. V obchodných rokoch 2022 a 2023 pribudlo do Lidl lesa 160 hektárov nového zalesneného územia. Z každej predanej 1,5 litrovej fľaše venuje Lidl 1 cent na zalesňovanie tatranského územia. Tak ako počas minulých rokov, aj v tomto období pomohli s výsadbou smrekov, smrekovcov, jedlí aj bukov zamestnanci Lidla. Pôvodným cieľom projektu Voda pre stromy bolo obnoviť krásu tatranských lesov po ničivých veterných kalamitách. Postupne však Lidl objavil ďalší rozmer výsadby – boj proti klimatickej kríze. Celkovo sa už Lidl les rozprestiera na ploche veľkej ako približne tisíc futbalových ihrísk a do jeho výmery by sa zmestili Gibraltár spolu s Vatikánom. Projekt sa realizuje pod odborným dozorom Lesov Slovenskej republiky, ktoré spravujú lesný majetok vo vlastníctve našej krajiny. Víziou podniku je trvalo udržateľný rozvoj štátnych lesov.

### Nenechajme to plávať

V oblasti životného prostredia je kľúčová redukcia používania plastov, no pre činnosť maloobchodu sú obalové materiály, kam patria aj mikroténové vrecúška, nevyhnutné. Aj keď si uvedomujeme ich negatívne dosahy, povinnosť poskytnúť ich v predajniach pri nebalenom potravinovom segmente vyplýva zo zákona.

Jednorazové plastové vrecká sa rozkladajú desiatky rokov, znečisťujú naše okolie a vodné toky. Ako zodpovedná firma, ktorej záleží na udržateľnosti a následkoch nášho správania na prostredie, ako aj kvalitu našich životov, apelujeme na zákazníkov, aby ich rozumne používali, a nabádame

**Naozaj ma potrebuješ?**

Čistotu slovenských vôd máme vo svojich rukách.

NA CESTE K LEPŠIEMU ZAJTRAŠKU

**NENECHAJME TO PLÁVAŤ**

[www.spolocenskazopovednost.sk](http://www.spolocenskazopovednost.sk)

SLOVENSKÝ VODOHOSPODÁRSKY PODNIK, štátny podnik

RE set PLASTIC

ich na alternatívy. Už od augusta 2019 majú zákazníci Lidla možnosť kúpiť si v predajniach znovu použiteľné vrecká na ovocie a zeleninu, ktoré opakovane nosia na nákupy. Koncom roka 2023 do sortimentu pribudli aj látkové viacnásobne použiteľné vrecká na pečivo.

V rámci projektu Nenechajme to plávať dávame zákazníkovi na výber – ak vrecúško potrebujú, môžu zaň dobrovoľne za-

platiť 1 cent. Sumu Lidl zdvojnásobil a venoval Slovenskému vodohospodárskemu podniku (SVP) na čistenie riek, do ktorého formou dobrovoľníctva zapájame aj zamestnancov. Nenechajme to plávať má za sebou aj konkrétne výsledky: zákazníci si vďaka projektu nevzali 11 887 000 vreciek, čo je objem takmer 26 ton plastov. Ďalších 1 666 ton odpadu vylovili zamestnanci Slovenského vodohospodárskeho podniku a dobrovoľníci zo slovenských riek a vodných nádrží.



## Lidl Čistinka — mestský park jedna báseň<sup>1</sup>

Chceme robiť zo Slovenska lepšie miesto na život a byť dobrým susedom všade tam, kde sa nachádzajú naše predajne. Záleží nám na tom, aby komunity držali spolu a aby ľudia mali kde aktívne a zmysluplne tráviť voľný čas. Od roku 2016 Lidl postavil 50 nových a moderných ihrísk Lidl Žihadielko, ktoré doteraz robia radosť malým i väčším deťom. Rozloha

Čistinky je viac ako dvojnásobná v porovnaní s detským ihriskom Žihadielkom a oproti ihriskám Žihadielko je určená širokej verejnosti — deťom, ich rodičom, tínedžerom, susedom či seniorom. Hodnota jedného tohto mestského parku je viac ako 265 000 eur. Každá Čistinka môže byť však iná, jedinečná — moduly je totiž možné variabilne usporiadať s ohľadom na pozemok a lokalitu.

Lidl Čistinka je mestský park tvorený zo štyroch prepojených modulov. Tri z nich majú rozmer 12 × 12 m, štvrtým je multifunkčné športovisko s výmerou 15 × 15 m. Basketbal? Futbal? Volejbal? Stolný tenis? Žiaden problém, na Čistinke padnú mnohé športové rekordy. V ďalších troch častiach sa na ihrisku zabavia najmenší, pod prístreškom si jedlá pripravené na griloch vychutnajú mnohí fajnšmekri, workoutovú zónu využijú mladí i starší. Na Čistinkách sa nachádza aj množstvo lavičiek a zelene. Jednoducho, mestský park jedna báseň!

V prvom ročníku (2022) sa do súťaže zapojilo celkovo 92 miest a mestských častí, v druhom ročníku to bolo 68 miest a mestských častí, v ktorých sa nachádza aspoň jedna predajňa Lidl. Výzva pre starších i mladších, športovcov i celé rodiny, psičkárov a kávičkárov letela skutočne naprieč celým Slovenskom.

### Výsledky hlasovania o Lidl Čistinky v roku 2022:

- Kategória miest do 9400 obyvateľov:  
Modra (142 982 hlasov)
- Kategória miest od 9 401 do 15 500 obyvateľov:  
Štúrovo (67 259 hlasov)
- Kategória miest od 15 501 do 21 500 obyvateľov:  
Dolný Kubín (37 957 hlasov)
- Kategória miest od 21 501 do 32 000 obyvateľov:  
Rimavská Sobota (204 026 hlasov)
- Kategória miest nad 32 001 obyvateľov:  
Komárno (62 354 hlasov)

### Výsledky hlasovania o Lidl Čistinky v roku 2023:

- Kategória miest do 9 000 obyvateľov:  
Veľký Meder (284 375 hlasov)
- Kategória miest od 9 001 do 15 999 obyvateľov:  
Levoča (189 864 hlasov)
- Kategória miest od 16 000 do 21 999 obyvateľov:  
Rožňava (36 119 hlasov)
- Kategória miest od 22 000 do 34 999 obyvateľov:  
Košice — Dargovských hrdinov (77 217 hlasov)
- Kategória miest nad 35 000 obyvateľov:  
Považská Bystrica (33 201 hlasov)

Projekt je realizovaný Nadáciou Lidl Slovenská republika a Nadačným fondom Lidl v Centre pre filantropiu v spolupráci s Lidl Slovenská republika.

### Autá pre Slovenský Červený kríž<sup>2</sup>

Láska zasahuje srdcia na správnom mieste. Tak znel slogan charitatívnych verejných zbierok vedených pod záštitou



Nadácie Lidl Slovenská republika, ktoré prebiehali v predajniach Lidl. Krízová intervencia Slovenského Červeného kríža sa od novembra 2023 posilnila vďaka trom špeciálne upraveným vozidlám v hodnote 277 016 eur, ktoré Slovenský Červený kríž získal od Nadácie Lidl Slovenská republika. Zbierku mohli podporiť zákazníci zakúpením nálepky v hodnote 50 centov, pričom celý výťažok putoval na podporu Slovenského Červeného kríža. Vďaka zákazníkom sa podarilo získať viac ako 177-tisíc eur, ďalších 100-tisíc prispel Lidl. Za túto sumu sme zakúpili tri špeciálne upravené vozidlá s kompletnou výbavou na riešenie krízových situácií priamo na mieste.

### Prečo práve špeciálne vozidlá?

Humanitárni pracovníci sa v teréne veľakrát stretávajú so situáciami, na ktorých zvládnutie potrebujú špeciálne vybavenie. Všetko potrebné aj na niekoľkohodňovú pomoc priamo na mieste majú teraz prakticky „uskladnené“ v troch identicky vybavených špeciálnych vozidlách. Podľa potreby sa s nimi budú môcť presunúť na konkrétne miesto a pomáhať tam, kde to bude potrebné. Ako dopĺňa generálna sekretárka Slovenského Červeného kríža Zuzana Rosiarová Kesegová: „Tieto vozidlá sú pre nás neoceniteľným nástrojom. Dostupné vybavenie využívame pri zvládaní následkov prírodných nešťastí či havárií a zároveň nám umožňuje vytvorenie bezpečného priestoru na poskytnutie prvej pomoci a humanitárnej podpory ľuďom zasiahnutým takouto situáciou.“

Disponujú napríklad elektrocentrálou, veľkým nafukovacím vyhrievaným stanom, zdrojmi úžitkovej vody, naftovým kúrením, externým osvetlením, elektrickými bubnami, ručnými rádiostanicami, stolmi s lavicami či poľnými skladacími lôžkami v samostatných hliníkových boxoch, plynovými varičmi, ale aj nástrojmi, ako sú lopaty či vyslobodzovacie príslušenstvo.



## Včely a opeľovače<sup>1</sup>

Sú nenápadné, no o to dôležitejšie. Bez nich by svet nebol taký pestrý a chutný. O kom je reč? O neúnavných opeľovačoch a často nedocenených včelách. Dôležitosť tohto hmyzu potvrdil aj včelár David Turčáni, ktorý je zároveň zakladateľ projektu Včelí kRaj: „Včely sú úzko prepojené so životom človeka. Nie je to med, ktorý nám napadne ako prvý. Ale ich opeľovacia činnosť, ktorá prispieva k pestrej skladbe nášho jedálneho košíka. Opeľovanie výrazne zvyšuje úrodu, a tak sa včely podieľajú na pestrom jedálničku každého z nás.“ Ich úbytok predstavuje nemalý problém. Turčáni priblížil, v čom spočíva: „V posledných rokoch zaznamenávame úbytky hlavne u prirodzených opeľovačov, teda aj u samotárskych včiel. Ich úbytkom klesá opeľovacia činnosť. Ak by sme výrazne ohrozili našich hmyzích pomocníkov, ohrozujeme tým aj dostatok potravy pre nás. Základných, ako aj doplnkových.“

Lidl nadviazal v roku 2023 spoluprácu s projektom Včelí kRaj z Liešnice, ktorý je zároveň garantom pre túto tematickú oblasť. K trom logistickým centrom a k centrále spoločnosti sme umiestnili včelnice. Tie sú domovom včiel medonosných v Seredi, v Nemšovej, Záborskom a v Bratislave. O včelstvá sa starajú priamo zamestnanci Lidla.

Prosperujúca príroda ide ruka v ruke s hmyzom, ktorý opeľuje ako kvety okrasné, tak aj kvety budúcej zeleniny či ovocných stromov. Na to, aby bol systém úspešný, opeľovače potrebujú cítiť, rovnako ako ľudia, pocit bezpečia. V roku 2023 sme preto vybudovali pri 37 predajniach Lidl aj hmyzie domčeky, v ktorých našli svoj domov nielen včely. Spolunažívať s nimi vie aj iný užitočný hmyz, ktorý je veľakrát nápomocný napríklad v tom, že likviduje škodcov parazitujúcich na rastlinách. Navyše, vďaka informačným tabuľiam sa verejnosť dozvie viac o téme biodiverzity. Vzdelávanie v tejto oblasti pokladáme za dôležité. V rovnakom roku Lidl a Nadácia Pontis zorganizovali súťaž o celodennú ex-

kurziu do Včelieho kRaja pre všetky základné školy. Zo súťaže vzišlo desať víťazných tried, ktorých žiaci navštívili vzdelávacie centrum Včelieho kRaja. Nad Expedíciou Medíkovo prevzali záštitu ministerstvo životného prostredia i ministerstvo školstva. Na stránke projektu sú k dispozícii mate-

Za 19 rokov pôsobenia spoločnosti Lidl na Slovensku boli na projekty spoločenskej zodpovednosti vynaložené finančné prostriedky vo výške 20 miliónov eur.

riály Včelia škola, ktoré vznikli v spolupráci s OZ Včelí kRaj. Cieľom je poskytnúť deťom a mládeži zaujímavé poznatky o včelách, ich potrebách a ich význame pre prírodu a pre nás ľudí. Výsledkom by mala byť práve zvedavosť a chuť objavovať, čo môžu vidieť, zažiť a pochopiť v prírode, v našich záhradách a na mnohých iných miestach okolo nás.

### Priama generovaná a distribuovaná ekonomická hodnota<sup>2</sup>

Spoločnosť Lidl sa aj v roku 2023 rozhodla vydať socioekonomickú štúdiu, v ktorej opäť ponúka čitateľovi prehľad pozitívnych ekonomických vplyvov svojich aktivít v slovenskej ekonomike. Štúdia sa okrem prezentácie výsledkov za obchodný rok 2022 venuje aj porovnaniu s minuloročnou edíciou a prináša informácie o ekonomických vplyvoch, ktoré nastali počas celého pôsobenia Lidla na Slovensku. Špecifikom štúdie je regionálne sledovanie distribuovanej ekonomickej hodnoty po úroveň miest a obcí.

V socioekonomickej štúdii rozlišujeme päť základných kategórií beneficentov, ku ktorým je nasmerovaný celoštátny a regionálny tok ekonomickej hodnoty vygenerovaný spoločnosťou Lidl počas obchodného roku 2022: tretí sektor a pracovníci, privátny sektor, mestá a štát. Štúdia sa zameriavala na tok hodnoty slovenským beneficentom (nie sú v nej zahrnuté napríklad platby zahraničným dodávateľom) a tok hodnoty je okrem beneficenta (5) štát zmapovaný až po úroveň jednotlivých okresov, miest a obcí. Tok hodnoty predstavoval vo všetkých kategóriách netto údaj – očistený od dane.

Celková hodnota vygenerovaná spoločnosťou Lidl za obchodný rok 2022 predstavuje sumu 1024 028 424 eur. Hodnota predstavuje reálne platby beneficentom a túto sumu sme sa pre lepšiu predstavivosť rozhodli vyjadriť pomocou ekvivalentov.

### Zdravotníctvo

Podľa údajov ministerstva zdravotníctva chýbalo v roku 2022 na Slovensku 400 všeobecných lekárov a 223 primárnych pediatrov. Podľa správy Národného kontrolného úradu (NKÚ) nedošlo k naplneniu očakávaní programu rezidentského štúdia lekárov pre dospelých a pediatrov, ktoré malo od roku 2014 pomôcť riešiť nedostatok lekárov. Ak by sa hodnota poskytnutá Lidlom v roku 2022 beneficentom v Trnavskom kraji použila na odbornú prípravu lekárov, v TTSK by mohlo pribudnúť 1 420 nových lekárov. Na celoštátnej úrovni by ekonomická hodnota vygenerovaná Lidlom v roku 2022 dokázala zabezpečiť odbornú prípravu 14 231 nových lekárov, čo je 22-krát viac ako počet akútne chýbajúcich všeobecných lekárov a primárnych pediatrov v roku 2022.

### Ochrana životného prostredia

Hospodárenie v lesoch na Slovensku sa podľa NKÚ riadi nejednotnými pravidlami, investície do obnovy a výsadby lesa sú nedostatočné. Rizikom je ustavičné znižovanie ná-



**Už letíme na pomoc!**NA CESTE  
K LEPŠIEMU  
ZAJTRAŠKU[www.spolocenskazodpovednost.sk](http://www.spolocenskazodpovednost.sk)

kladov na ochranu lesa. V roku 2020 to bolo priemerne len 0,57 eura na hektár. Ak vezmeme do úvahy túto úroveň nákladov, vygenerovaná hodnota Lidla v roku 2022 tak dokáže zabezpečiť ochranu slovenských lesov na obdobie až 893 rokov.

### Doprava

Podľa analýzy Útvaru hodnoty za peniaze z roku 2023 predstavuje nákup elektrických rýchlikových rušňov pre hlavné linky jednu z aktuálnych investičných priorit slovenských železníc. Pri predpokladanej cene elektrického rýchlikového rušňa značky Vectron, 4 mil. eur, by ekonomická hodnota generovaná Lidlom v roku 2022 dokázala zabezpečiť Slovensku 256 nových elektrických rýchlikových rušňov.

### Podpora rodín s deťmi

Podľa analýz Ministerstva práce, sociálnych vecí a rodiny SR chýbajú miesta v škôlke pre 1 400 štvorročných detí a pre 6 000 trojročných. Podľa údajov Centra vedecko-technických informácií miesto v škôlke nedostalo v roku 2022 vyše 11-tisíc detí od troch do piatich rokov.

Takmer 5-násobok akútnej potreby nových miest v škôlkach. Zdroj: Oprávnené výdavky na jedno miesto v škôlke podľa Ministerstva investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie SR.

Za hodnotu vygenerovanú Lidlom v roku 2022 v jednotlivých krajoch by bolo možné vytvoriť 5-násobok akútnej potreby nových miest v škôlkach.

**Za každé predané  
balenie plienok Lupilu  
venujeme na pomoc  
rodinám v núdzi  
10 centov.<sup>1</sup>**

Priama ekonomická hodnota distribuovaná do spoločnosti vyjadrená na celoštátnej a regionálnej úrovni vytvára pozitívny priamy a nepriamy ekonomický dosah. Priamy dosah Lidla na Slovensku bol v roku 2022 790 892 964 eur a nepriamy dopad 233 135 461 eur. V porovnaní s rokom 2021 došlo k zvýšeniu podielu priameho dopadu na reálnej vygenerovanej ekonomickej hodnote. V roku 2022 došlo k miernemu nárastu vygenerovanej hodnoty o 2 %.

Pôsobenie spoločnosti Lidl v slovenskej ekonomike spôsobuje okrem priameho a nepriameho ekonomického dopadu aj dodatočné vyvolané efekty v ekonomike.

Každé 1 euro distribuovanej ekonomickej hodnoty spoločnosti Lidl má na Slovensku potenciál vygenerovať dodatočných 58 centov pre slovenských beneficentov (komunity, privátny sektor, mestá a štát).

Celková ekonomická hodnota vyvolaná aktivitami a prítomnosťou spoločnosti Lidl v slovenskej ekonomike v roku 2022 predstavuje sumu 1 617 741 798 eur.

Priamy ekonomický dopad	790 892 964 eur
Nepriamy ekonomický dopad	233 135 461 eur
Vyvolaný ekonomický dopad	593 713 347 eur



Ekonomická hodnota vygenerovaná v SR v eurách (pokračovanie)<sup>2</sup>

Tretí sektor	Pracovníci	Privátny sektor	Mestá	Štát	Spolu
17 778 598	77 450 473	600 488 777	2 028 026	326 282 551	1 021 028 425

Prehľad zaplatených daní spoločnosťou Lidl SR za obchodné roky 2022 a 2023

	Obchodný 2022 (v eurách)	Obchodný rok 2023 (v eurách)
Daň z pridanej hodnoty	248 111 688	273 309 772
Daň z príjmov PO	33 465 097	34 634 351
Daň z nehnuteľnosti	1 409 256	1 532 776
Spotrebné dane	9 718 109	8 580 955
Daň z motorových vozidiel	78 429	95 422

## Trvalo udržateľné produkty<sup>1</sup>

Ako predajca potravín pomáhame našim zákazníkom na Slovensku uspokojovať základné každodenné potreby a ponúkame zodpovedné a trvalo udržateľné produkty. Veríme, že je našou zodpovednosťou dôsledne monitorovať kvalitu našich produktov. Okrem koncepcie kvality produktov a súvisiacej bezpečnosti produktov sú kritickými kritériami kvality aj udržateľnosť a pôvod.

Všeobecná stratégia udržateľnosti spoločnosti Lidl definuje ciele na podporu udržateľných produktov. Pri nákupe kritických surovín sme si stanovili prísne ciele. Od nákupcov sa vyžaduje, aby konali v súlade s pokynmi našich komplexných stanovísk a nákupných zásad a musia ich zohľadniť pri rozhodovaní o sortimente. V roku 2022 bol pre všetkých nákupcov pripravený online kurz, ktorý im umožňuje identifikovať rôzne aspekty udržateľnosti a aplikovať ich vo svojej každodennej práci. Toto školenie je povinné pre všetkých nákupcov od roku 2023 a bude sa pravidelne opakovať.

Zodpovednosť za tému trvalo udržateľné produkty má CSR manažér na oddelení nákupu a úsek kvality a bezpečnosti potravín. V spoločnosti Lidl Slovenská republika úzko spolupracujeme s našimi dodávateľmi, aby sme ponúkali „zodpovedné produkty“.



## Certifikácie

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 s certifikáciou trvalej udržateľnosti. Vo väčšine prípadov je certifikácia zobrazená priamo na výrobku (napr. MSC, Fairtrade, BIO...). Niektoré, ako napríklad GLOBAL G. A. P., ktoré sa vzťahujú na spoločnosti alebo ich prevádzky, však na obale vyznačené nie sú.

Kúpou produktov s certifikáciou trvalej udržateľnosti podporujete nielen udržateľné a ekologické poľnohospodárske metódy, ale aj zabezpečenie férových pracovných podmienok pre farmárov v rozvojových krajinách. V obchodných rokoch 2022 a 2023 ste na našich pulkoch mohli nájsť produkty s nasledujúcimi certifikáciami: BIO, Rainforest Alliance, UTZ, Fairtrade (+ Fairtrade Cocoa Program), RSPO, FSC, PEFC, EU Ecolabel, MSC, ASC a Donau Soja.

Všetky nápady a podnety týkajúce sa témy udržateľných produktov môžu naši partneri či zákazníci odovzdať na našej zákazníckej linke alebo poslať prostredníctvom kontaktného formulára na našej webovej stránke. Tému v našej spoločnosti od roku 2018 zastrešuje CSR manažérka pre oblasť nákupu, pričom požiadavky týkajúce sa konkrétnych komodít vždy riešia zodpovední nákupcovia.

Jedným zo spôsobov, ako diskont pomáha, je zapojenie sa do systému Fairtrade, ktorý sa zameriava na podporu pestovateľov z rozvojových krajín. Príspevok Lidla za rok 2022 predstavoval 310 404 eur a pre rok 2023 bol príspevok 438 348 eur, pričom za predošlých šesť rokov prekonal hranicu milión eur. Lidl je dlhodobo najväčším platcom fairtradového príplatku na Slovensku. Za rok 2023 tvoril podiel spoločnosti Lidl na Fairtrade príspevku na Slovensku až 61,76 %.

## Trvalo udržateľný sortiment<sup>2</sup>

Naše dlhodobé ciele v tejto téme

### Čaj:

- Dosiagnuť 100 % certifikáciu všetkých zelených, čiernych čajov a čajov rooibos svojich vlastných značiek do konca obchodného roka 2022 prostredníctvom Fairtrade, Rainforest Alliance, Bio alebo UTZ.
- Dosiagnuť 50 % certifikáciu z celkového množstva bylenných a ovocných čajov ponúkaných pod našou privátnou značkou do konca obchodného roka 2022 prostredníctvom Fairtrade, Rainforest Alliance, BIO.

### Káva:

- Zabezpečiť 100 % certifikáciu všetkých vlastných značiek kávových kapsúl a rozpustných káv/kapučín do roka 2022 certifikátmi Fairtrade, Rainforest Alliance alebo Bio. Tento cieľ sa týka stáleho aj akciového sortimentu.

### Kakao:

- Naším cieľom v oblasti kakaa bola certifikácia všetkých produktov vlastnej značky v sortimente, ktoré obsahujú kakao, do konca roka 2020. Tento cieľ sa nám podarilo splniť. Aktuálne nájdete v našom sortimente všetky produkty s obsahom kakaa certifikované prostredníctvom organizácií Fairtrade, Rainforest Alliance a Bio.
- Nasledujúcim cieľom je do konca obchodného roka 2022 certifikovať všetky tabuľkové čokolády vlastnej značky v stálom sortimente certifikáciou Fairtrade.



## Pri uzatváraní dodávateľských zmlúv sledujeme nasledujúce atribúty:

- Uprednostňujeme nákup regionálnych a certifikovaných výrobkov
- Podpora miestnych zainteresovaných strán a dodávateľov
- Dodržané normy pre dobré životné podmienky zvierat
- Zvýšená transparentnosť a sledovateľnosť produktov
- Produkty bez prísad bežne spájaných s potravinovou intoleranciou a alergiami
- Ponuka radu vegetariánskych/vegánskych produktov

**Palmový olej:**

- V Lidli sme si stanovili za cieľ do konca obchodného roka 2022 využívať v potravinách vlastných značiek, ktoré obsahujú palmo(jadro)vý olej, výhradne certifikovaný palmový olej RSPO. Produkty privátnych značiek, ktoré nie sú určené na konzumáciu, s obsahom palmo(jadro)vého oleja a deriváty palmo(jadro)vého oleja sú 100 % certifikované certifikátom RSPO minimálne na úrovni Mass Balance.

**Papier a celulóza:**

- Spoločnosť Lidl si stanovila za cieľ do roka 2025 zmeniť všetky produkty vlastných značiek obsahujúce celulózu vrátane obalov a etikiet na FSC-certifikovanú surovinu alebo na recyklovaný materiál. Vo výnimočnom prípade sa môže na jednotlivé produkty s obmedzenou dostupnosťou FSC-certifikovaného materiálu použiť aj surovina certifikovaná PEFC. Zároveň v rámci kuchynských a hygienických papierových produktov plánujeme zvýšiť podiel recyklovaného materiálu min. o 15 % do roku 2025.
- Do konca roka 2025 zabezpečíme certifikáciu dreveného uhlia pod privátnou značkou prostredníctvom FSC, PEFC, Nordic Swan.

## Zodpovedný dodávateľský reťazec <sup>1</sup>

Dodávateľov do svojej siete vyberáme na základe transparentných kritérií, ktorými sú kvalita, schopnosť pravidelne dodávať nami požadované množstvá a cena. Našou filozofiou je ponúkať všetkým zákazníkom kvalitné produkty za čo najvýhodnejšie ceny. Vo všetkých svojich predajniach sme preto aj v rokoch 2022 a 2023 ponúkali rovnaký tovar za rovnakú cenu. V rámci svojho logistického nastavenia navyše distribuujeme tovar do predajní prostredníctvom svojich logistických centier, ktoré máme v Seredi, Nemšovej a Prešove, čo nám umožňuje centrálnu kontrolu kvality tovaru pri jeho prijímaní.

Až 75 % nášho sortimentu tvorili v obchodných rokoch 2023 a 2024 vlastné značky, pričom medzi najvýznamnejších dodávateľov v tomto smere patria La Lorraine, Anecoop, Nowel, OGL — Food Trade, Budiš, Minerálne vody či VITA — ZEL. Naše najvýznamnejšie vlastné značky sú: Pilos, Mäsiarova čerstvá porcia, Pikok, Parkside, Floralys, Chef Select, Milbona, Alesto, Dulano, Livarno Home, Esmara a Lupilu.



## Hlavné miesta strategického obstarávania našich surovín



Fairtradový príplatok spoločnosti Lidl Slovenská republika<sup>1</sup>

Komodita	SK spolu za rok 2022	Lidl za rok 2022	% podiel Lidl na celkovom objeme
Fairtradový príplatok	601 594	212 235	35,28 %
Kakao	1 493 451	786 920	52,69 %
Káva	560 298	6 398	1,14 %
Cukor	173 166	21 386	12,35 %
Bavlna	151 103	117 492	77,76 %

Zdroj: Fairtrade Česko a Slovensko

## Fairtradový príplatok spoločnosti Lidl Slovenská republika

Komodita	SK spolu za rok 2023	Lidl za rok 2023	% podiel Lidl na celkovom objeme
Fairtradový príplatok	709 776	438 348	61,76 %
Kakao	2 128 798	1 646 809	77,36 %
Káva	376 120	9 596	2,55 %
Cukor	160 270	21 043	13,13 %
Bavlna	315 291	293 731	93,16 %

Zdroj: Fairtrade Česko a Slovensko



Way to go čokoláda karamelová

Okrem toho, že pestovatelia kakaa dostávajú fairtraidový príplatok, tak v rámci nášho programu Way to go zvyšujeme podporu miestnych pestovateľov v Ghane



Javorový sirup v bio kvalite



Počet produktov spoločnosti Lidl Slovenská republika s vybranými certifikáciami trvalej udržateľnosti v sortimente našich vlastných značiek (stály sortiment + časovo obmedzené produkty) v obchodných rokoch 2022 a 2023<sup>2</sup>

	Obchodný rok 2022	Obchodný rok 2023
BIO	319	256
Fairtrade + FSP	280	376
FSC	558	470
Rainforest Alliance	680	813
MSC	100	77
ASC	36	32

POZNÁMKA: UTZ značka sa spojila so značkou Rainforest, takže dáta vykazujeme spoločne pod značku Rainforest.

Podiel certifikovaných produktov vlastných značiek v našom stálom sortimente z celkového množstva našich produktov v stálom sortimente v obchodných rokoch 2022 a 2023

	Obchodný rok 2022		Obchodný rok 2023	
	Celkové množstvo produktov vlastných značiek s touto certifikáciou	% podiel z celkového množstva produktov v stálom sortimente	Celkové množstvo produktov vlastných značiek s touto certifikáciou	% podiel z celkového množstva produktov v stálom sortimente
BIO	201	5 %	160	4 %
Fairtrade	78	2 %	117	3 %
FSC	52	1 %	60	2 %
MSC	54	1 %	43	1 %
Rainforest Alliance	403	11 %	439	12 %
ASC	12	0,3 %	13	0,3 %



Naše výsledky za jednotlivé komodity v obchodných rokoch 2022 a 2023<sup>1</sup>

<b>KAKAO</b>	<b>Všetky certifikácie trvalej udržateľnosti, ktoré mali certifikované produkty našich vlastných značiek obsahujúce kakao</b>	<b>Celkové množstvo produktov vlastných značiek v našom stálom sortimente obsahujúcich kakao</b>	<b>Podiel produktov vlastných značiek, ktoré obsahujú certifikované kakao z celkového množstva produktov v našom stálom sortimente obsahujúcich kakao</b>	<b>Krajiny pôvodu certifikovaných produktov obsahujúcich kakao</b>
<b>Obchodný rok 2022</b>	Bio, Fairtrade, Rainforest Alliance	419	94,7 %	BE, BG, CZ, DE, ES, FR, GB, GR, HR, HU, CH, IT, NL, PL, SE, SI, SK
<b>Obchodný rok 2023</b>	Bio, Fairtrade, Rainforest Alliance	442	96,2 %	BE, BG, CZ, DE, ES, FR, GB, GR, HR, HU, IT, LT, NL, PL, SE, SI, SK
<b>KÁVA</b>	<b>Všetky certifikácie trvalej udržateľnosti, ktoré mali certifikované produkty našich vlastných značiek obsahujúce kávu</b>	<b>Celkové množstvo produktov vlastných značiek v našom stálom sortimente obsahujúcich kávu</b>	<b>Podiel produktov vlastných značiek, ktoré obsahujú certifikovanú kávu z celkového množstva produktov v našom stálom sortimente obsahujúcich kávu</b>	<b>Krajiny pôvodu certifikovaných produktov obsahujúcich kávu</b>
<b>Obchodný rok 2022</b>	RFA, Bio	23	52,2 %	DE, PL
<b>Obchodný rok 2023</b>	RFA, Bio	27	85,2 %	DE, PL
<b>ČAJ</b>	<b>Všetky certifikácie trvalej udržateľnosti, ktoré mali certifikované produkty našich vlastných značiek obsahujúce čaj</b>	<b>Celkové množstvo produktov vlastných značiek v našom stálom sortimente obsahujúcich čaj</b>	<b>Podiel produktov vlastných značiek, ktoré obsahujú certifikovaný čaj z celkového množstva produktov v našom stálom sortimente obsahujúcich čaj</b>	<b>Krajiny pôvodu certifikovaných produktov obsahujúcich čaj</b>
<b>Obchodný rok 2022</b>	RFA, Bio	78	25,6 %	ES, FR, DE, IT
<b>Obchodný rok 2023</b>	RFA, Bio	86	37,2 %	ES, FR, IT, DE, PL

<b>RYBY</b>	<b>Všetky certifikácie trvalej udržateľnosti, ktoré mali certifikované produkty našich vlastných značiek obsahujúce ryby</b>	<b>Celkové množstvo produktov vlastných značiek v našom stálom sortimente obsahujúcich ryby</b>	<b>Podiel produktov vlastných značiek, ktoré obsahujú certifikované ryby z celkového množstva produktov v našom stálom sortimente obsahujúcich ryby</b>	<b>Krajiny pôvodu certifikovaných produktov obsahujúcich ryby</b>
<b>Obchodný rok 2022</b>	MSC, ASC	52	100 %	CZ, DE, DK, ES, PL, SE
<b>Obchodný rok 2023</b>	MSC, ASC	89	60,7 %	CZ, DE, DK, ES, PL, SE

\* V tabuľke sú uvedené všetky produkty obsahujúce ryby bez ohľadu na to, či ide o sladkovodné alebo morské ryby. 100 % nami ponúkaných morských rýb, kôrovcov a mrazených rybích výrobkov spĺňa od septembra 2019 štandardy MSC/ASC.

<b>PALMOVÝ OLEJ</b>	<b>Všetky certifikácie trvalej udržateľnosti, ktoré mali certifikované produkty našich vlastných značiek obsahujúce palmový olej</b>	<b>Celkové množstvo produktov vlastných značiek v našom stálom sortimente obsahujúcich palmový olej</b>	<b>Podiel produktov vlastných značiek, ktoré obsahujú certifikovaný palmový olej z celkového množstva produktov v našom stálom sortimente obsahujúcich palmový olej</b>	<b>Krajiny pôvodu certifikovaných produktov obsahujúcich palmový olej</b>
<b>Obchodný rok 2022</b>	RSPO	274	38,3 %	BE, CZ, DE, ES, HR, HU, IT, PL
<b>Obchodný rok 2023</b>	RSPO	265	83,4 %	BE, BG, CZ, DE, ES, FR, GR, HR, HU, IT, LT, NL, PL, SI

\* V týchto tabuľkách nie sú zahrnuté akčné produkty.

\*\* Celkové nakúpené množstvá pri jednotlivých komoditách neuvádzame, keďže nedisponujeme informáciou, kedy presne prišlo k certifikácii jednotlivých produktov (mohli byť certifikované počas roka). Taktiež pre zmeny v sortovaní produktov.

## Lokálni dodávatelia<sup>1</sup>

### Náš dlhodobý cieľ v tejto téme:

- zvýšiť hodnotu nákupu slovenských výrobkov o 30 % do konca obchodného roka 2025 v porovnaní s obchodným rokom 2019,
- pokračovať v podpore slovenských dodávateľov.

Sme hrdí na to, že spolupracujeme s najlepšimi slovenskými dodávateľmi, aby sme prinášali kvalitnú domácu produkciu do našich obchodov, a zároveň podporujeme slovenskú ekonomiku a udržiavame pracovné miesta na Slovensku. Redukciou potravinových kilometrov šetríme emisie CO<sub>2</sub> a zároveň zlepšujeme spätnú dosledovateľnosť našich produktov.

Slovenských dodávateľov pritom máme v bežnom a akciovom sortimente, ovocí a zelenine, ako aj v spotrebnom tovare. V potravinách sú slovenskí dodávatelia zastúpení prevažne v pekárskom, liehovarníckom, pivovarníckom a vo

vinárskom priemysle, pri výrobe medu a mliečnych produktov. Taktiež pri dodávaní pitných a minerálnych vôd a v neposlednom rade pri dodávaní zeleniny z mierneho pásma (predovšetkým zemiakov, cibulovej zeleniny a rajčín). Za uzatváranie zmlúv s týmito dodávateľmi je zodpovedný rezort nákupu. Od konkurencie sa líšime najmä kratším priemerným časom stráveným nakupovaním z dôvodu predvýberu sortimentu a rýchloobrátkovosťou nášho tovaru.

Za lokálne produkty považujeme tie, ktoré boli vyrobené dodávateľmi so sídlom na území Slovenskej republiky. Práve týchto dodávateľov sme aj v obchodných rokoch 2022 a 2023 hľadali prostredníctvom špeciálnej výzvy „**Slovenskí dodávatelia, dajte o sebe vedieť**“, ktorú aj aktuálne nájdete na našej webovej stránke [www.lidl.sk](http://www.lidl.sk). Aby sme však mohli podiel lokálnych produktov v našom sortimente zvyšovať, je dôležité, aby ste ich preferovali práve vy, naši zákazníci.

Skrýva sa za nimi história, tradície a sú vyprodukované na našej domácej pôde.

V obchodnom roku 2022 sme od dodávateľov so sídlom v Slovenskej republike nakúpili tovar v objeme **32,85 %** z celkovej hodnoty všetkých výrobkov. V obchodnom roku 2023 išlo o tovar v objeme **35,23 %** z celkovej hodnoty všetkých výrobkov.

V obchodnom roku 2022 dodávatelia zo Slovenska zaviezli pre Lidl Slovenská republika **34,19 %** potravinového tovaru. Druhú priečku obsadili opäť firmy z Nemecka s 20,17 % a tretiu priečku obsadili dodávatelia z Českej republiky a Poľska. Dodávatelia zo Slovenska zaviezli v obchodnom roku 2023 **35,28 %** potravinového tovaru pre spoločnosť Lidl Slovenská republika. Druhú priečku obsadili firmy z Nemecka s 20,00 % a tretiu priečku obchodní partneri z Českej republiky a Poľska.



## Oblíbené aj v zahraničí

Slovenským dodávateľom otvárame pomyselné dvere do sveta a už roky im umožňujeme umiestniť ich tovar aj do Lidl predajní v zahraničí.

V obchodnom roku 2022 vyviezlo 61 slovenských dodávateľov svoje výrobky do 28 krajín, v ktorých Lidl pôsobí. Na zahraničných pulkoch Lidla tak skončili stovky rôznych druhov produktov spod Tatier a hodnota tohto exportu prekročila 84 miliónov eur v nákupných cenách. Medzi najväčších exportérov patrili spoločnosti MECOM GROUP s. r. o., Metsa Tissue Slovakia s. r. o., Tatranská mliekareň a. s., ALFA BIO s. r. o., SHP Harmanec, a. s., AGRO TAMI, a.s, Stepanow s. r. o., MILSY a. s. či ENCINGER SK s. r. o. V obchodnom roku 2023 exportovalo svoje výrobky vďaka Lidlu do 27 cudzích krajín 63 dodávateľov. Medzi najväčších exportérov patrili spoločnosti MECOM GROUP s. r. o., Tatranská mliekareň a. s., Metsa Tissue, ALFABIO s. r. o., AGRO TAMI, a. s., ENCINGER SK s. r. o., SHP Harmanec, a. s., MILSY a. s., Stepanow s. r. o., AGROFARMA, spol. s r. o.

Vďaka Lidlu a jeho dodávateľom putuje camembert do Česka, chladené salámy do Maďarska, nátierky do Rumunska, kuchynské utierky do Poľska, syr Rival do Bulharska, sliovica do Veľkej Británie či tofu, ktoré si zo Slovenska nájdu na stole až v 24 európskych krajinách.

Hodnota tovaru od dodávateľov so sídlom v Slovenskej republike v nákupných cenách za obchodné roky 2015 až 2023

Obchodný rok 2015	Obchodný rok 2016	Obchodný rok 2017	Obchodný rok 2018	Obchodný rok 2019	Obchodný rok 2020	Obchodný rok 2021	Obchodný rok 2022	Obchodný rok 2023
153 360 693,19	162 468 417,09	200 417 885,54	232 311 047,87	266 563 910,95	320 476 226	379 330 192	451 829 222	508 542 204
<b>Medziročný rozdiel</b>	+ 6 %	+ 23 %	+ 16 %	+ 15 %	20 %	+ 18 %	+ 12 %	+ 13 %

\* Percentuálne hodnoty sú zaokrúhlené na celé číslo.



### Krajiny, do ktorých prebiehal v obchodných rokoch 2022 a 2023 export slovenských produktov (podľa poradia):

- Obchodný rok 2022: CZ, HU, PL, RO, HR, BG, RS, LV, GB, LT, AT, SI, ES, DE, FI, IE, IT, PT, DK, SE, CH, NL, CS, BE, NI, FR, GR, CY
- Obchodný rok 2023: CZ, HU, PL, RO, HR, BG, LT, DE, RS, LV, AT, GB, IT, SI, ES, FI, PT, SE, DK, FR, IE, BE, CS, GR, NI, CH, CY

Počet produktov v našom sortimente od slovenských dodávateľov za obchodné roky 2022 a 2023<sup>1</sup>

	Obchodný rok 2022	Obchodný rok 2023
Celkový počet zalistovaných produktov v našom sortimente	4 932	4 943
Počet zalistovaných produktov od lokálnych dodávateľov	1 150	1 266
Percentuálny podiel produktov od lokálnych dodávateľov z celkového množstva zalistovaných produktov	23,32 %	25,61 %

## Počet slovenských dodávateľov za obchodné roky 2017 až 2023

	Obchodný rok 2022	Obchodný rok 2023
	265	259
<b>Medziročný rozdiel</b>	<b>-1 %</b>	<b>-2 %</b>

\* Percentuálne hodnoty sú zaokrúhlené na celé číslo.


V obchodnom roku 2017 bol počet slovenských dodávateľov dodávajúcich do spoločnosti Lidl Slovenská republika 137, čo predstavuje nárast za rok 2022 +193 % a nárast za rok 2023 +189 %.

## Export slovenských producentov v nákupnej hodnote za obchodné roky 2016 až 2023:

	Obchodný rok 2022	Obchodný rok 2023
Počet dodávateľov	61	63
Nákupná hodnota produktov (v eurách)	84 040 159	93 508 061
<b>Medziročný rozdiel</b>	<b>+19 %</b>	<b>+11 %</b>

\* Percentuálne hodnoty aj nákupné hodnoty sú zaokrúhlené.

V obchodnom roku 2016 bol export slovenských producentov do Lidl predajní v iných krajinách na úrovni 37 500 000 €. Nárast exportu pre obchodný rok 2022 tak oproti roku 2016 predstavuje 224 %. Pre obchodný rok 2023 tento nárast predstavuje 249 %.

A woman with dark hair tied back, wearing glasses and a light blue button-down shirt, is looking intently at a small blueberry held in her right hand. She is standing in a field of blueberry bushes. The background is filled with green leaves and clusters of blueberries. The lighting is bright and natural, suggesting an outdoor setting.

**Sme hrdí na to,  
že spolupracujeme  
s nejlepšími slovenskými  
dodávateľmi**

# Podpora zdravia<sup>1</sup>

## Vedomá výživa

Každý deň oslovujeme milióny zákazníkov a prostredníctvom našich produktov prispievame k ich výžive. Uvedomujeme si, že to má značný vplyv na klímu, biodiverzitu a zdravie našich zákazníkov. V roku 2019 Komisia EAT Lancet vydala vedecký základ pre globálnu zmenu stravovania. Spolupráca 37 vedcov z rôznych oblastí zo 16 krajín viedla k vytvoreniu Planetary Health Diet (PHD), plánu na ochranu zdravia ľudí a planéty.

Podľa tohto plánu by si v roku 2050 mohlo pochutnať na zdravej strave bez nadmerného zaťaženia planéty asi 10 miliárd ľudí, ak by všetci dodržiavali smernice PHD. Toto je v súčasnosti iba teoretický model, ale poskytuje špecifický, holistický výživový rámec, ktorý je v rámci možností planéty.

Ako maloobchodná sieť s potravinami zdieľame časť zodpovednosti za vplyv výživy na ľudí, klímu a biodiverzitu. K tomuto záväzku pristupujeme vedecky a zároveň stále rozširujeme náš sortiment zdravých potravín.

V našom prístupe k téme „vedomej výživy“ berieme do úvahy vedecky podložené zistenia PHD a implementovali sme stratégiu spoločnosti Lidl s holistickými a záväznými cieľmi. Aby sme aktívne prispeli k transformácii na udržateľnú výživu, tieto ciele a konkrétne opatrenia sú zamerané na **tri základné piliere: „zdravá výživa“, „trvalo udržateľná výživa“ a „transparentnosť“**.

Sme presvedčení, že prostredníctvom našej ponuky vieme ovplyvniť udržateľnejšiu spotrebu a vedomý a zdravší životný štýl spoločnosti. Preto sme si dali za cieľ poskytnúť na-



ším zákazníkom do roku 2025 najlepšiu ponuku pre udržateľnejší životný štýl s optimálnou hodnotou za peniaze a už teraz ponúkame rad produktov, ktoré tieto ciele podporujú.

Vo svojom sortimente sme koncom obchodného roka 2023 ponúkali už 48 produktov našej vegetariánskej a vegánskej privátnej značky Vemondo, ktorej cieľom je zvýšiť percento rastlinných bielkovín v pomere k živočíšnym. Okrem toho odhodlane pracujeme na vývoji a propagácii zdravých produktov na základe kritérií WHO pre deti, rozširujeme náš sortiment o celozrnné alternatívy a pokračujeme v prístupe výroby produktov s čo najnižším množstvom prísad v receptúre výrobkov našich vlastných značiek.

Za oblasť vedomej výživy je zodpovedná CSR manažérka za rezort nákupu.

## Rastlinné zdroje bielkovín<sup>2</sup>

Naším zákazníkom sa snažíme ponúkať širokú škálu miestnych a sezónnych výrobkov a v súlade s usmerneniami našej internej stratégie pre bielkoviny rozširujeme aj ponuku vegetariánskych a vegánskych výrobkov pod vlastnou značkou.

### Naše záväzky:

- zabezpečiť transparentnosť podielu živočíšnych a rastlinných zdrojov bielkovín vo výrobkoch vlastnej značky od roku 2023;
- do roku 2025 zvýšiť podiel strukovín, orechov a vegánskych náhrad mäsa a mliečnych produktov.

Spoločnosť Lidl Slovenská republika ponúka zákazníkom vegánske a vegetariánske výrobky pod vlastnou značkou Vemondo od roku 2019. Chceme osloviť nielen vegánov a vegetariánov, ale aj povzbudiť a nadchnúť širokú verejnosť pre nákup týchto výrobkov.

Na našich pultoch sme v roku 2022 ponúkali 127 a v roku 2023 119 vegetariánskych a vegánskych výrobkov. V budúcnosti budeme sortiment rozširovať a zlepšovať chuť, vzhľad, štruktúru a udržateľnosť výrobkov.



### Podiel rastlinných a živočíšnych zdrojov bielkovým v sortimente

Zdroje bielkovín  
(okrem mliečnych výrobkov a ich náhrad) v roku 2022

Živočíšne  
89,13 %

Rastlinné  
10,87 %

Mliečne výrobky a ich náhrady  
v roku 2022

Mliečne výrobky  
97,13 %

Alternatívy mliečnych výrobkov  
2,87 %

POZNÁMKA: Údaje za rok 2023 k termínu vydania správy nie sú dostupné.



## Hodnotenie zdravotných a bezpečnostných vplyvov rôznych kategórií produktov a služieb<sup>1</sup>

Pre systematické riadenie bezpečnosti, legálnosti a vysokej kvality produktov spoločnosť Lidl pracuje podľa uznávaného systému manažérstva kvality ISO 9001:2015. Bezpečnosť produktu má v ňom najvyššiu prioritu. Všetky príslušné procesy v Lidli sú riadené týmto systémom, postupy a procesy systému kontroly kvality sú overované advokátskou kanceláriou so špecializáciou na potravinové právo a podrobujú sa každoročnému internému auditu. Zamestnanci spoločnosti Lidl sú na tieto procesy pravidelne školení. Interné špecifikácie pre vybrané suroviny poskytujú nákupcom a manažérom kvality potrebné usmernenia a podporu pri implementácii požiadaviek udržateľnosti pre špecifické skupiny produktov.

### Lidl definoval a ukotvil centrálné kroky pre dodržiavanie bezpečnosti potravín:

- Certifikácia podľa International Featured Standard (IFS) alebo British Retail Consortium (BRC) pre výrobné miesta, ktoré do Lidla dodávajú potraviny a drogeriu v sortimente privátnych značiek.
- Pravidelné, na riziko orientované, neohlásené audity výrobného miesta vybranými externými certifikačnými orgánmi.
- Kontrola rizikovosti všetkých položiek privátnych značiek v oblasti potravín a drogerie akreditovanými inštitútmi s cieľom otestovať ich predajnosť.
- Overovanie dodržiavania špecifikovaných limitov, ktoré presahujú zákonné požiadavky.

Všetky potenciálne kritické výsledky, ktoré sú okrem iného určené vyššie uvedenými procesmi, vyhodnocuje úsek kontroly kvality, ktoré následne v prípade potreby iniciuje príslušné opatrenia.

V obchodnom roku 2022 vykonal Lidl Slovenská republika celkovo 1 754 analýz potravín a pre oblasť ovocie a zelenina 1 278 analýz. V sledovanom období bolo vykonaných 39 auditov.

V obchodnom roku 2023 vykonal Lidl Slovenská republika celkovo 1 739 analýz potravín a pre oblasť ovocie a zelenina 1 543 analýz. V sledovanom období bolo vykonaných 70 auditov.

Jedným z našich cieľov pre vedomú výživu je zníženie množstva pridanej soli a cukru vo výrobkoch vlastných značiek o 20 % do roku 2025. Bezpečnosť produktov a senzorká kvalita našich produktov sú však tiež stredobodom našich aktivít. Výsledkom toho je, že množstvo, o ktoré je možné v niektorých výrobkoch znížiť cukor a soľ, je obmedzené. Celkovo to môže viesť k negatívnemu vývoju napríklad v oblasti zmien a rozširovania sortimentu.

V analýze za obchodný rok 2022 viedli úpravy v rámci týchto aktivít k negatívnej zmene celkového výsledku v porovnaní s predchádzajúcim rokom, a to v oblasti znižovania množstva pridanej soli. Dôvodom bolo, že hoci sa znížil obsah pridanej soli v zložení našich výrobkov, celková ponuka sortimentu sa oproti roku 2015, ako i predchádzajúcemu roku výrazne rozšírila. Väčší počet jednotlivých kusov výrobkov tak ovplyvnil vývoj negatívnym spôsobom.



Znižovanie obsahu cukru a soli je možné len do tej miery, keď si výrobok zachová svoje charakteristické vlastnosti, cukor a soľ sú totiž dôležité aj z hľadiska bezpečnosti a trvanlivosti potravín, nielen ako ochucujúce prísady.

Ďalším dôvodom je, že od roku 2015 vznikli nové produktové skupiny, ktoré v danom čase nemali obdobu. Príkladom sú proteínové produkty, ktoré i keď neobsahujú pridaný cukor, obsahujú prirodzene vyskytujúci sa cukor v podobe laktózy z mlieka.

Sme si vedomí nášho záväzku a na dosiahnutí nášho cieľa intenzívne pracujeme, vývoj nových receptúr prebieha nepretržite.

### Incidenty nesúlady týkajúce sa zdravotných a bezpečnostných vplyvov produktov a služieb<sup>2</sup>

Úzko spolupracujeme s našimi dodávateľmi, aby sme zaručili bezpečnosť produktov. Pravidelnými testami v nezávislých akreditovaných laboratóriách kontrolujeme dodržiavanie interných noriem kvality, ako aj zákonných požiadaviek. Podiel výrobných miest certifikovaných podľa štandardov bezpečnosti a kvality potravín IFS alebo BRC je pre obchodný rok 2022 100 % (52 certifikovaných) a pre obchodný rok 2023 98 % (53 certifikovaných, 1 necertifikované výrobné miesto). Napriek rozsiahlemu testovaniu sa do sortimentu stále môžu dostať potenciálne škodlivé produkty.

Ak sú takéto produkty identifikované, okamžite ich stiahneme z predaja a iniciujeme stiahnutie produktu z trhu. V obchodnom roku 2022 bolo 25 verejných stiahnutí produktov, v obchodnom roku 2023 bolo stiahnutých 28 produktov. Verejnosť bola informovaná prostredníctvom rôznych komunikačných kanálov. Zákazníkom za zakúpené stiahnuté produkty vraciamy peniaze aj bez predloženia pokladničného bloku.



### Pri uzatváraní dodávateľských zmlúv sledujeme nasledujúce atribúty

- podpora miestnych zainteresovaných strán a dodávateľov
- dodržané normy pre dobré životné podmienky zvierat

## Všetky informácie nájdete na obale

Legislatívne požiadavky kladené na povinné informácie uvedené na obaloch našich produktov sa v obchodných rokoch 2022 a 2023 nezmenili oproti poslednému reportovanému obdobiu. Stále musíme na obaloch uvádzať nasledujúce údaje:

- legislatívny názov výrobku,
- zloženie,
- vyznačenie alergénov a vetu o možnej krížovej kontaminácii (v Lidli alergény uvádzame tučným písmenom),
- dátum spotreby, resp. dátum minimálnej trvanlivosti,
- krajina pôvodu alebo krajina pôvodu základnej zložky (pri vybraných skupinách produktov),
- skladovanie,
- hmotnosť alebo objem,
- tabuľka výživových údajov (okrem výnimiek),
- názov a adresa spoločnosti zodpovednej za výrobok,
- EAN kód.

Okrem týchto povinných údajov sa zákazníci dočítajú o návode na prípravu, ak si to výrobok vyžaduje, a to najmä pri hlbokozmrazených potravinách či čerstvých mäsach a iných výrobkoch, ktoré vyžadujú tepelnú úpravu.

Taktiež uvádzame upozornenia typu „nepodávajte malým deťom“, a to napríklad na orieškoch alebo minisalámkach.

Na obaloch produktov, ktoré si to vyžadujú, nájdete aj návod na likvidáciu.

## Požiadavky na informácie a označovanie produktov a služieb

S viac ako 12 200 predajňami a množstvom internetových obchodov po celom svete je Lidl každý deň v kontakte s nespočetným množstvom zákazníkov. Významne prispievame k miestnej ponuke a ovplyvňujeme zdravie a trvalo udržateľné konanie našich zákazníkov — prostredníctvom produktov a vlastného postavenia.

S týmto vedomím si spoločnosť Lidl stanovila nasledujúci cieľ: Spoločnosť Lidl poskytne svojim zákazníkom do konca roka 2025 väčšiu transparentnosť v oblasti sociálnych, environmentálnych a zdravotných dosahov svojej ponuky, aby im umožnila robiť informované rozhodnutia o nákupe.

Lidl preto pracuje na zvýšení transparentnosti v celom dodávateľskom reťazci a poskytovaní jasných informácií o produktoch. Aby sme to dosiahli, využívame zavedené a nové označenia, ktoré uľahčujú rozhodovanie o nákupe tým, že poskytujú informácie o tom, ako môžu zákazníci robiť uvedomelejšie rozhodnutia. Cieľom je spolupracovať so zákazníkmi na podpore udržateľnejšieho podnikania.

Lidl bol jednou z prvých spoločností, ktoré zaviedli dobrovoľné nutričné označovanie pomocou Nutri-Score. Označovanie sa odvtedy postupne rozširuje na celé portfólio priamych značiek. V Lidli je Nutri-Score zavedený vo všetkých krajinách, kde to predpisy umožňujú.

## Bezpečnosť a ochrana zdravia pri práci<sup>1</sup>

Náš moderný a dynamický svet prináša rôzne výzvy a situácie, ktorým ako ľudia musíme denne čeliť. Zdravie je najvyššou prioritou, aby sme im dokázali čeliť. V Lidli považujeme za svoju zodpovednosť chrániť našich zamestnancov pri ich každodenných činnostiach a popri tom aktívne podporovať ich zdravie.

Naši zamestnanci pracujú na rôznych pozíciách, ktoré si vyžadujú rôzne úrovne námahy. Napríklad zamestnanci v predajniach a logistických centrách vyberajú, prepravujú a vykladajú tovar. Aby táto fyzická aktivita nemala vplyv na ich zdravie, máme zavedené preventívne opatrenia na predchádzanie pracovným úrazom a chorobám z povolania.

Úlohy v oblasti starostlivosti o BOZP zabezpečujú vedúci zamestnanci na všetkých stupňoch riadenia v rozsahu úloh vyplývajúcich z ich funkcií. Tieto úlohy sú rovnocennou a neoddeliteľnou súčasťou ich pracovných povinností. Všetky náklady spojené so zaisťovaním BOZP je povinný znášať zamestnávateľ Lidl SR. Správu, riadenie a zlepšovanie procesov bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci zabezpečuje oddelenie BOZP v spolupráci so zmluvnou bezpečnostno-technickou službou a pracovnou zdravotnou službou.

### Systém manažérstva bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci<sup>2</sup>

Všetky procesy, ktorými v Lidli riadime BOZP, sú presne stanovené a opísané v našom Integrovanom obchodno-regulačnom manažmente v časti Zabezpečenie bezpečných pracovných podmienok. Aby sme dosiahli všetky vyššie stanovené ciele, naša spoločnosť má v rámci funkčného systému BOZP vypracovanú potrebnú zákonnú dokumentáciu pozostávajúcu z vnútro podnikových smerníc a predpisov, ako napríklad pre posúdenie rizík a hodnotenie nebezpe-



čenstiev, práce zakázané tehotným a dojčiacim ženám a mladistvým, pre ručnú manipuláciu s bremenami, pre poskytovanie a používanie osobných ochranných pracovných prostriedkov, pre postup v prípade vzniku pracovných úrazov a nebezpečných udalostí, pre poskytnutie prvej pomoci a iné. Nastavenie systému BOZP vždy hodnotíme na ročnej báze a na základe svojich výsledkov sa snažíme kontinuálne zlepšovať v nasledujúcom období.



**Príklady organizačných a technických opatrení, ktorými sa snažíme znížiť zdravotné riziká spôsobené záťažou chladom na našich pracoviskách:<sup>1</sup>**

zabezpečujeme a pravidelne prideliujeme zamestnancom špeciálne osobné ochranné pracovné prostriedky pre prácu v chlade a ďalšie dôležité opatrenia:

- ohrievareň s vybavením,
- pitný režim (teplé nápoje),
- zdravotné prestávky po 60 minútach práce,
- preventívna lekárska prehliadka,
- poučenie o zásadách prvej pomoci
- a ďalšie.

**Počet interných previerok s cieľom zlepšiť celkový stav BOZP a protipožiarnej ochrany na našich pracoviskách \*<sup>2</sup>**

- obchodný rok 2022 — 661
- obchodný rok 2023 — 686

\* Týka sa objektov vo vlastníctve Lidl, netýka sa externých objektov prenajímaných od tretích osôb.

Zákon definuje hodnotenie rizika ako proces vyhodnocovania pravdepodobnosti a závažnosti škodlivého účinku na človeka v dôsledku expozície nebezpečnému faktoru za definovaných podmienok z definovaných zdrojov, ktoré pozostáva z určenia nebezpečenstva, zhodnotenia expozície, posúdenia vzťahu dávky a účinku a charakterizácie rizika stanovenia neistôt vyhodnotenia. Riziková práca je práca, pri ktorej je zvýšené nebezpečenstvo vzniku choroby z povolania, profesionálnej otravy alebo iného poškodenia zdravia v súvislosti s prácou.

V Lidl zabezpečujeme pravidelné posúdenie zdravotného rizika z expozície faktorom práce a pracovného prostredia na všetkých pracoviskách (objektoch), na ktorom zamestnanci vykonávajú prácu zaradenú do:

- druhej kategórie najmenej raz za 18 mesiacov,
- tretej kategórie najmenej raz za rok.

**Pravidelne vyhodnocujeme zdravotné riziká a snažíme sa im predchádzať**

Do druhej kategórie sa zaraďujú práce, pri ktorých vzhľadom na riziko nie je predpoklad poškodenia zdravia, ale nedá sa vylúčiť nepriaznivá odpoveď organizmu na záťaž faktormi práce a pracovného prostredia. Sú to práce, pri ktorých faktory práce a pracovného prostredia neprekračujú limity alebo kritériá ustanovené osobitnými predpismi.

#### Lidl objekty zaradené do druhej kategórie:

- Obchodný rok 2022 – 164 objektov z celkového množstva 167, t. j. 98,20 %
- Obchodný rok 2023 – 168 objektov z celkového množstva 171, t. j. 98,25 %

Do tretej kategórie sa zaraďujú práce s vysokou mierou zdravotného rizika z expozície faktorom práce a pracovného prostredia, pri ktorých expozícia zamestnanca faktorom práce a pracovného prostredia nie je znížená technickými opatreniami alebo organizačnými opatreniami na úroveň ustanoveného limitu a na zníženie rizika je potrebné vykonať iné špecifické ochranné opatrenia vrátane použitia osobných ochranných pracovných prostriedkov.

#### Lidl objekty zaradené do tretej kategórie:

- Obchodný rok 2022 – 3 objekty (záťaž chladom) z celkového množstva 167, t. j. 1,80 %
- Obchodný rok 2023 – 3 objekty (záťaž chladom) z celkového množstva 171, t. j. 1,75 %

Pravidelne zabezpečujeme písomné posudky o riziku pre nové pracoviská a existujúce pracoviská, ak pracovná zdravotná služba zistila takú zmenu pracovných podmienok, ktorá by mohla mať vplyv na mieru zdravotného rizika alebo kategóriu práce z hľadiska zdravotného rizika alebo pre existujúce pracoviská vypracovanie písomného záznamu o posúdení rizika, ak pracovná zdravotná služba nezistila zmenu pracovných podmienok, ktorá by mohla mať vplyv



na mieru zdravotného rizika alebo kategóriu práce z hľadiska zdravotného rizika.

#### Ohľadom BOZP našich zamestnancov pravidelne informujeme<sup>3</sup>

Naše kolegyně a kolegov pravidelne, zrozumiteľne a preukázateľne oboznamujeme:

- s právnymi predpismi a ostatnými predpismi na zaistenie bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci, so zásadami bezpečnej práce, zásadami ochrany zdravia pri práci, zásadami bezpečného správania na pracovisku a s bezpečnými pracovnými postupmi,
- s povinnosťami a prevenciou v ochrane pred požiarmi,

## Naše výsledky v téme BOZP za obchodné roky 2022 a 2023<sup>1</sup>

	Obchodný rok 2022	Obchodný rok 2023
Počet smrteľných úrazov	0	0
Počet pracovných úrazov s ťažkou ujmov na zdraví	0	0
Počet uznaných trvalých chorôb z povolania	0	0
Počet odpracovaných hodín našimi zamestnancami	10 883 261	10 840 569
Miera úmrtnosti v dôsledku pracovných zranení*	0	0
Miera úrazov s ťažkou ujmov na zdraví v dôsledku pracovných zranení*	0	0
Miera registrovaných pracovných úrazov v dôsledku pracovných zranení*	12,04	11,43
Miera práceneschopnosti našich zamestnancov	7,2 %	7,0 %

\* Tieto GRI ukazovatele sú prepočítané na 1 000 000 odpracovaných hodín.

- o faktoroch práce a pracovného prostredia,
- s existujúcim a predvídateľným nebezpečenstvom a ohrozením, s dosahmi, ktoré môžu spôsobiť na zdraví, a s ochranou pred nimi, s faktormi pracovného prostredia,
- so zákazom vstupovať do priestoru, zdržiavať sa v priestore a vykonávať činnosti, ktoré by mohli bezprostredne ohroziť život alebo zdravie zamestnanca.

Oboznámenia a školenia zamestnancov o BOZP a požiarnej ochrane vo všetkých prevádzkach spoločnosti Lidl prebiehajú v súlade so zákonom. Školenia prebiehajú prezenčne a prostredníctvom elektronického systému SF Learning.

Každý zamestnanec pri nástupe do pracovného pomeru má pridelené povinné prezenčné školenie BOZP a do 24 mesiacoch je povinné jeho opakovanie. E-learningové škole-

nie BOZP nad rámec prezenčného školenia je povinné pre administratívnych zamestnancov centrály spoločnosti Lidl Slovenská republika s frekvenciou absolvovania 1-krát za 24 mesiacov.

### Pracovné úrazy a choroby z povolania

Za pracovný úraz môžeme podľa zákona považovať poškodenie zdravia, ktoré bolo zamestnancovi spôsobené pri plnení pracovných úloh alebo v priamej súvislosti s ním nezávisle od jeho vôle krátkodobým, náhlým a násilným pôsobením vonkajších vplyvov. Tieto úrazy sa následne delia na:

- pracovný úraz s následkom smrti,
- pracovný úraz s ťažkou ujmov na zdraví – ide o pracovný úraz, ktorým bola spôsobená vážna porucha zdravia alebo vážne ochorenie,

- registrovaný pracovný úraz — zamestnávateľ je povinný registrovať pracovný úraz, ktorým bola spôsobená pracovná neschopnosť zamestnanca trvajúca viac ako tri dni, ku ktorej došlo následkom pracovného úrazu.

### Identifikácia nebezpečenstva, hodnotenie rizika a vyšetovanie incidentov<sup>2</sup>

S týmto cieľom sme vyvinuli definovaný proces hodnotenia rizík, ktorý nám umožňuje včas identifikovať možné škodlivé vplyvy na zamestnancov a odvodiť vhodné ochranné opatrenia. Vždy pri tom sledujeme hierarchiu opatrení bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci a rozhodujeme o opatrení s najvyšším stupňom ochrany. Kľúčovým cieľom je spoľahlivo predchádzať nehodám súvisiacim so správaním.

V dôsledku toho robíme viac, než len umožňujeme zamestnancom dodržiavať bezpečné pracovné procesy prostredníctvom školení a inštruktáží. Ukazujeme im tiež, ako rozpoznať nebezpečné situácie, chrániť sa pred takouto situáciou, ako aj v prípade potreby sa z týchto situácií dostať.

Predovšetkým dbáme na to, aby manažéri vedeli o tejto téme a aby sa zaviazali podporovať bezpečné správanie zamestnancov a aktívne získavali spätnú väzbu. Všetky nehody sa analyzujú a následne sa prehodnocuje účinnosť existujúcich opatrení. Cieľom je ustavične zlepšovať bezpečnosť zamestnancov a naďalej zlepšovať pracovné podmienky.



### Sme nesmierne hrdí

Ako popredný zamestnávateľ na trhu s potravinami sme nesmierne hrdí, že v obchodnom roku 2022 ani v 2023 neevidujeme vznik žiadneho pracovného úrazu s následkom smrti a s ťažkou ujmu na zdraví. Rovnako neevidujeme uznanie a vznik trvalej choroby z povolania zamestnancov.



## Pracovná zdravotná služba

Pracovné zdravotné služby sú poskytované v súlade s platnými národnými právnymi požiadavkami. Zamestnanci dostanú všetky súvisiace informácie počas svojho nástupu.

## Účasť zamestnancov, konzultácie a komunikácia o bezpečnosti a ochrane zdravia pri práci<sup>2</sup>

V rámci školení zvyšujeme povedomie našich zamestnancov o ich zdraví a podporujeme ich aktívnu účasť. Chceme, aby naši zamestnanci robili viac, než len hlásili poruchy a nedostatky. Môžu tiež predkladať návrhy na zlepšenie našej koncepcie riadenia nápadov cez interný systém zberu nápadov Myšlienkomat alebo priamo svojmu manažérovi. Každý návrh je starostlivo posúdený a prediskutovaný so zamestnancami. Zvlášť angažovaní zamestnanci môžu tiež absolvovať školenie poskytovateľov prvej pomoci, školenie pre zamestnancov určených na hasenie požiarov a evakuáciu, aby ešte viac prispeli k navrhovaniu bezpečného pracoviska.

## Školenie zamestnancov o bezpečnosti a ochrane zdravia pri práci

Lidl Stiftung & Co. KG vyvinula medzinárodné školiace štandardy založené na nespočetných osvedčených postupoch a spojení know-how krajín.

V Lidl Slovenská republika ich doplníme o národné požiadavky a potenciálne nebezpečenstvá špecifické pre danú lokalitu. Vyvážená praktická a teoretická časť dáva zamestnancom potrebné know-how na bezpečnú prácu predtým, ako začnú vykonávať svoju činnosť.

Dbáme na to, aby sa nové poznatky vždy odovzdávali všetkým zamestnancom na pravidelných naväzujúcich školeniach v riadnom pracovnom čase.

Pre zvlášť ohrozené skupiny ľudí, ako sú nastávajúce mamičky a mladiství, prideliujeme vhodné aktivity podľa ich požiadaviek a poskytujeme špeciálne školenia, ktoré zohľadňujú ich špecifickú rizikovú situáciu. Prostredníctvom zamestnaneckých prieskumov pravidelne vyhodnocujeme efektivitu školení a prehodnocujeme, ako môžeme zamestnancov ešte lepšie pripraviť na ich pracovnú situáciu.

Pre zamestnancov logistických centier a predajní organizujeme cez interné komunikačné kanály aj súťaže s tematikou BOZP. V každej súťaži sa sústreďujeme na vybranú tému, ktorú chceme kolegom priblížiť, ako napríklad:

- správna a bezpečná manipulácia s motorovým vozíkom,
- pripravenosť pracoviska na vznik novej núdzovej situácie,
- najčastejšie zdroje úrazov na pracovisku,
- správna manipulácia pri pečení pečiva v predajni a pod.

Súčasťou každého súťažného článku je interne natočené a pripravené video priamo z predajne/skladu, v ktorom kolegom vysvetľujeme správny postup pri jednotlivých činnostiach. V rámci súťaže je ich úlohou odpovedať na vybrané súťažné otázky (odpovede na ne nájdu vždy v priloženom videu). Cieľom týchto súťaží je kolegom hravou formou edukovať v oblasti BOZP a zároveň ich upozorniť na najčastejšie chyby, ktorých sa ľudia v rámci správneho dodržiavania bezpečnosti dopúšťajú.

## Podpora zdravia zamestnancov

Okrem témy bezpečnosti práce podnikáme proaktívne kroky k zabezpečeniu zdravia našich zamestnancov, ako aj ich spokojnosti a motivácie.



To zahŕňa najmä poskytovanie efektívnej zdravotnej starostlivosti, ktorú podporujeme prostredníctvom celého radu opatrení. Okrem informácií na tému výživy, stresu a závislosti majú naši zamestnanci možnosť zúčastniť sa rôznych športových podujatí, zapojiť sa do programu športovanie po práci.

Pri príležitosti Medzinárodného dňa zdravia sme v rokoch 2022 aj 2023 organizovali Týždeň zdravia, kde sme si pre zamestnancov pripravili množstvo podujatí podporujúcich prevenciu fyzického i duševného zdravia. Zamestnancov, ktorí sú dlhodobo práceneschopní zo zdravotných problémov, podporujeme individuálnymi koncepciami v rámci nášho manažmentu pracovnej reintegrácie.

V rámci tohto konceptu otvorene diskutujeme o tom, čo zamestnanci potrebujú, aby sa vrátili do svojich každodenných aktivít, a ako môžeme dlhodobo chrániť ich zdravie.

### Pracovníci, na ktorých sa vzťahuje systém manažérstva bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci<sup>1</sup>

V rámci nášho systému manažérstva ochrany zdravia pri práci sme vyvinuli a implementovali celý rad opatrení bezpečnosti práce, ako aj programov, ktoré podporujú zdravie zamestnancov. Interne auditovaný systém riadenia ochrany zdravia pri práci zasahuje do všetkých regiónov, predajní, logistických centier a iných zariadení, a preto zahŕňa všetkých zamestnancov, činnosti a pracoviská spoločnosti Lidl Slovenská republika.

Nerozlišujeme medzi internými zamestnancami, externými partnermi, návštevníkmi a zákazníkmi. Všetky prevádzky Lidla umožňujú bezpečnú prácu a nakupovanie bez nehôd a ohrození zdravia.



### Pracovné úrazy<sup>2</sup>

Dôvod vynechania: Žiaľ, nehodám sa napriek všetkým preventívnym opatreniam nedá úplne vyhnúť. Spoločnosť Lidl Slovenská republika však nezverejňuje žiadne informácie o chorobnosti a absencii, keďže ide o citlivé interné údaje.

### Zlý zdravotný stav súvisiaci s prácou

Dôvod vynechania: Počet prípadov a miera chorôb súvisiacich s prácou a súvisiacich úmrtí nie sú zverejnené, pretože ide o citlivé interné údaje.

# Vedenie dialógu<sup>1</sup>

## Dialóg a spolupráca so zainteresovanými stranami

Chceme byť aktívnym partnerom v spoločensko-politických diskusiách. Nepretržitá výmena informácií s našimi internými a externými skupinami zainteresovaných strán — ako sú zákazníci, mimovládne organizácie, štátne orgány, obchodní partneri, zamestnanci či médiá — je podstatnou súčasťou riadenia udržateľnosti spoločnosti Lidl. Preto je neoddeliteľnou súčasťou našej práce monitorovanie legislatívy, rozhovory s politicky zainteresovanými stranami a spolupráca so združeniami na formovaní verejnej mienky v tomto sektore. Naším konečným cieľom je čo najrýchlejšie a najhladšie preniesť zákonné požiadavky do prevádzkovej praxe a včas identifikovať budúce témy.



V pravidelných intervaloch minimálne každé dva roky vyhodnocujeme, ktoré zainteresované strany sú pre spoločnosť relevantné. Do úvahy berieme aj prípadné zmeny napríklad v politike alebo v mimovládnych organizáciách. Riadime sa aj výsledkami analýzy významnosti a súvisiacimi témami.

### Zamestnanci

Včasná komunikácia s našimi zamestnancami je veľmi dôležitá. Za internú komunikáciu je zodpovedný úsek komunikácie. Tím internej komunikácie riadi kľúčové komunikačné kanály, prostredníctvom ktorých poskytuje rôznorodé aktuálne obchodné informácie, príbehy zamestnancov, ale i iniciatívy v oblasti udržateľnosti. Spravujú nasledujúce kanály:

- Intranet pre zamestnancov
- Aplikácia We are Lidl
- Papierové Lidloviny
- Digitálne nástenky v centrále a v skladoch

Sme si tiež vedomí toho, aká dôležitá je obojstranná komunikácia. V roku 2021 sme zriadili Myšlienkomat — platformu, prostredníctvom ktorej môžu zamestnanci zdieľať svoje nápady, návrhy na vylepšenia či spätnú väzbu.

### Zákazníci

Zaviazali sme sa komunikovať s našimi zákazníkmi otvorene a čestne. Snažíme sa spotrebiteľov vzdelávať v témach spoločenskej zodpovednosti a trvalej udržateľnosti a informovať ich o projektoch a iniciatívach, do ktorých sa môžu zapojiť, a vykročiť tak s nami na cestu k lepšiemu zajtrajšku.

Spoločensky zodpovedné témy komunikujeme na každo-  
dennej báze. Prostredníctvom externej komunikácie for-  
mou sociálnych sietí, billboardov, reklamy, aplikácie Lidl Plus  
či webových stránok [www.lidl.sk](http://www.lidl.sk) a [www.spolocenskazod-  
povednost.sk](http://www.spolocenskazod-<br/>povednost.sk) sa snažíme upozorniť spotrebiteľov na lokál-  
ne a certifikované produkty, zdravé stravovanie, potrebu  
recyklácie, obmedzenia používania plastov, spravodlivé od-  
meňovanie zamestnancov či na svoje CSR projekty, ktorý-  
mi sú napríklad Voda pre stromy, potravinová zbierka Podel'  
sa a pomôž, Váš nákup = Veľká pomoc či Od začiatku v dob-  
rých rukách.

## Komunity

Realizujeme dlhodobé projekty s celoslovenským vplyvom  
a otvárame dôležité spoločenské témy. V rámci našej stra-  
tégie spoločenskej zodpovednosti od začiatku vidíme dve  
hlavné línie, ktorým sa systematicky venujeme — deti a ich  
zdravie a životné prostredie. Naše aktivity a projekty rozví-  
jame dlhodobo, čo v konečnom dôsledku zvyšuje ich dô-  
veryhodnosť a záujem zo strany zákazníkov. Spolu s našimi  
zákazníkmi a zamestnancami už niekoľko rokov podporuje-  
me dobré myšlienky a dosahujeme stanovené ciele. Zo  
všetkých komunitných projektov vymenujeme zopár —  
napríklad potravinová zbierka Podel' sa a pomôž koncom  
obchodného roka 2023 od svojho začiatku priniesla potra-  
vinový a nepotravinový tovar ľuďom v núdzi v hodnote viac  
ako 2 milióny eur.

## Dodávatelia

Vítame všetkých, ktorí dokážu splniť naše požiadavky na kva-  
litu, pravidelnosť dodávok a zároveň sú konkurencieschop-  
ní. Zakladáme si na férovosti — dohody u nás vždy platia na  
sto percent. Pre dodávateľov sme stabilným a spoľahlivým  
partnerom, ktorý je pripravený pomôcť aj v náročných situ-  
áciách. Stále hľadáme nových dodávateľov — máme aktívnu



výzvu na svojej webovej stránke [www.lidl.sk](http://www.lidl.sk). Okrem toho  
sa pravidelne angažujeme v rôznych iniciatívach a projek-  
toch. V roku 2021 a 2022 sme zorganizovali vzdelávacie  
podujatie s workshopom a networkingom — Lidl Akadémia.  
Toto podujatie dostalo v roku 2023 mierne vynovenú formu  
a na prezenčné stretnutie bolo pozvaných viac ako 20 dodá-  
vateľov. Stále platí aj to, že v prípade dvoch či viacerých po-  
rovnateľných obchodných ponúk uprednostníme tú od slo-  
venského dodávateľa.

## III. SPRÁVNE PRE TEBA

### Aktivačný program YOU

#teamlidl

Iniciatíva YOU — pretože práve TY môžeš podporiť našu snahu a poslanie!

Iniciatíva YOU — TY je zameraná na všetkých zamestnancov a zamestnankyne spoločnosti Lidl, a to nielen na Slovensku, ale vo všetkých Lidl krajinách. Jej cieľom je priviesť celý náš **#teamlidl** k udržateľnosti a spoločenskej zodpovednosti a prehĺbiť povedomie v tejto oblasti.

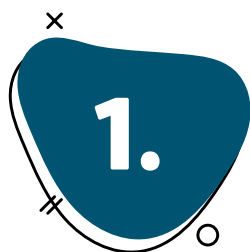
Aby každý jeden zamestnanec a každá jedna zamestnankyňa mohli byť súčasťou pozitívnej zmeny. Iniciatíva pomáha urobiť udržateľnosť pre všetkých zamestnancov viditeľnou, zrozumiteľnou a uchopiteľnou.

Iniciatíva približuje **šesť strategických tém z oblasti spoločenskej zodpovednosti a trvalej udržateľnosti, ktoré sú pre Lidl kľúčové a tvoria našu stratégiu**. Spoločne v Lidli prijímame opatrenia na ochranu klímy, zachovávame biodiverzitu, šetríme zdroje, konáme férovo, podporujeme zdravie a vedieme dialóg.

Aj takýmto spôsobom preberáme spolu s našimi zamestnancami zodpovednosť a denne konáme tak, aby to bolo správne pre planétu, **správne pre ľudí a v konečnom dôsledku správne aj pre každého jednotlivca — pre TEBA**.



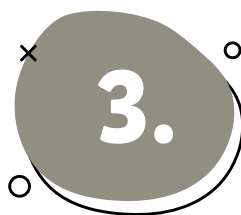
### Model zmeny má tieto kroky



**VYTVORIŤ  
POVEDOMIE**



**VYTVORIŤ  
IDENTIFIKÁCIU**



**ODOZDVÁAŤ  
VEDOMOSTI**



**MOTIVOVAŤ KONAŤ  
UDRŽATELNE**



**PODPORIŤ  
ANGAŽOVANOSŤ**

## Prečo je pre nás udržateľnosť taká dôležitá?

Dôsledky zásahu človeka na našu planétu sú čoraz hmatateľnejšie. Sociálne otázky, ako je dodržiavanie ľudských práv, sú zároveň čoraz viac v centre záujmu spoločnosti, ale aj podnikania. Potravinársky priemysel prispieva k zosilneniu globálnych výziev. Sme súčasťou problému, a teda aj súčasťou riešenia. Ako jeden z najväčších maloobchodných predajcov potravín na svete máme tieto výzvy vo svojich rukách. Chceme byť pozitívnym príkladom a robiť reálne činy. Udržateľné konanie bolo a je jedným z našich hlavných strategických cieľov pre úspešnú budúcnosť. Toto všetko je možné dosiahnuť iba spoločným konaním, s podporou všetkých.

## Naša zodpovednosť vnútri spoločnosti

Od jesene 2023 sme udržateľnosť ešte hlbšie zakotvili v našich každodenných činnostiach a počas ďalších mesiacov sme zamestnancom do vnútra firmy cez interný komunikačný kanál **We are Lidl** prinášali informácie týkajúce sa udržateľnosti a prepojenia na iniciatívu YOU.

Pozvali sme tak každého jedného, aby sa stal súčasťou tejto iniciatívy a zmenil veci k lepšiemu! **Jej cieľom je povzbudiť každého k tomu, aby konal udržateľnejšie.**

### Iniciatíva YOU

#### Časová os – tri dôležité kroky



##### Zamestnanecký dotazník

Prieskum CSR vnímania zo strany zamestnancov pred spustením iniciatívy YOU



##### Tone from the Top

Kickoff – Komunikácia priamo od GVL, aby oslovil všetkých zamestnancov



##### Tematické oblasti

CSR tematické oblasti a impulzy k presadzovaniu iniciatívy YOU

### Iniciatíva YOU

#### Prínos projektu



**YOU**  
empowered by  
#teamlidl

# GRI index

Oblasť	GRI štandard	GRI ukazovateľ	Strana	Dôvod vynechania
<b>Základné informácie o našom podnikaní a významné čísla</b>	2-1	Organizačné detaily	4, 14	
	2-2	Entity zahrnuté do správy o trvalej udržateľnosti	4	
	2-3	Reportované obdobie, frekvencia a kontakt	4 – 5	
	2-5	Externé overenie	4	
	2-6	Aktivity, hodnotový reťazec a ostatné obchodné vzťahy	5, 8, 10, 12	
	2-7	Zamestnanci	14 – 16	
	2-9	Štruktúra a zloženie vedenia	19	
	2-12	Úloha najvyššieho vedenia v riadení vplyvov	19	
	2-22	Vyhlásenie o stratégii trvalého a udržateľného rozvoja	2 – 3, 18	
	2-28	Členstvo v združeniach	10 – 11	
<b>Naše hodnoty a firemné zásady, na ktorých stavíme</b>	2-9	Štruktúra a zloženie vedenia	19 – 20	
	2-22	Vyhlásenie o stratégii trvalého a udržateľného rozvoja	18, 21	
	2-23	Politika záväzkov	22 – 23	
	2-25	Procesy na nápravu negatívnych vplyvov		
	2-26	Mechanizmy na hľadanie poradenstva a vznášanie obáv		
<b>Model zodpovednosti a matica relevantnosti</b>	2-22	Vyhlásenie o stratégii trvalo udržateľného rozvoja	24 – 29	
	2-29	Prístup k zapojeniu zainteresovaných strán	33	
	2-30	Kolektívne zmluvy	33	
	3-1	Proces určovania relevantných tém	30 – 32	
	3-2	Zoznam relevantných tém	30 – 32	

Oblasť	GRI štandard	GRI ukazovateľ	Strana	Dôvod vynechania
<b>01. Ochrana klímy – Téma 1,5 stupňa</b>	3-3	1,5 stupňa	34	
	302-1	Spotreba energie v rámci organizácie Tieto informácie získali obmedzené uistenie od nezávislých audítorov zo spoločnosti Ernst & Young Slovakia, spol. s r. o.	39 – 40, 42	
	302-3	Energetická náročnosť	40	
	305-1	Priame emisie skleníkových plynov (rozsah 1)	35, 37	
	305-2	Nepriame emisie skleníkových plynov z energetiky (rozsah 2)	35, 37	
	305-3	Ostatné nepriame emisie skleníkových plynov (rozsah 3)	37	
	305-4	Intenzita emisií skleníkových plynov	36	
	305-5	Zníženie emisií skleníkových plynov	38 – 39	
<b>02. Zachovanie biodiverzity</b>	3-3	Ekosystémy	44	
	304-2	Významné vplyvy činností, výrobkov a služieb na biodiverzitu	44	
<b>03. Šetrenie zdrojov – Suroviny</b>	3-3	Suroviny	48	
	304-2	Významné vplyvy činností, výrobkov a služieb na biodiverzitu	48	
<b>03. Šetrenie zdrojov – Cirkulárna ekonomika</b>	3-3	Obehové hospodárstvo	50 – 53	
	301-1	Použitie materiály podľa hmotnosti alebo objemu	54	
	301-2	Použitie recyklované vstupné materiály	54 – 55	
	306-1	Vznik odpadu a významné vplyvy súvisiace s odpadom	54 – 55	
	306-2	Riadenie významných vplyvov súvisiacich s odpadom	54	
	306-3	Vzniknutý odpad	56 – 60	
	306-4	Odklonený odpad	58 – 60	
<b>03. Šetrenie zdrojov – Plytvanie potravinami</b>	3-3	Plytvanie potravinami	62	



# GRI index

Oblasť	GRI štandard	GRI ukazovateľ	Strana	Dôvod vynechania
<b>II. SPRÁVNE PRE ĽUDÍ</b>				
<b>04. Férové jednanie – Pracovné a ľudské práva</b>	3-3	Pracovné a ľudské práva	64	
	401-3	Rodičovská dovolenka	65 – 66	
	402-1	Minimálne lehoty na oznámenie prevádzkových zmien	65	
	414-2	Negatívne sociálne vplyvy v dodávateľskom reťazci a prijaté opatrenia	67	
<b>04. Férové jednanie – Spravodlivé odmeňovanie</b>	3-3	Spravodlivá odmena	68	
	405-2	Pomer základných plátov a odmien žien a mužov	69 – 71	
	2-7	Zamestnanci	71	
<b>04. Férové jednanie – Firemné občianstvo a miestny rozvoj</b>	3-3	Podnikové občianstvo a miestny rozvoj	72	
	201-1	Priama vytvorená a generovaná ekonomická hodnota	72, 79 – 81	
	304-3	Chránené alebo obnovené biotopy	78	
	413-1	Zapojenie miestnej komunity, hodnotenie vplyvu a rozvojové programy	74 – 77	
<b>05. Podpora zdravia – Vedomá výživa</b>	3-3	Vedomá výživa	94	
	416-1	Hodnotenie vplyvov rôznych kategórií výrobkov a služieb na zdravie a bezpečnosť	95 – 96	
	416-2	Prípady nedodržania predpisov týkajúce sa vplyvu výrobkov a služieb na zdravie a bezpečnosť	97	
<b>05. Podpora zdravia – Trvalo udržateľné produkty</b>	3-3	Zodpovedné produkty	82 – 84, 88 – 89	
	417-1	Požiadavky na informácie o výrobkoch a službách a ich označovanie	88 – 89	

Oblasť	GRI štandard	GRI ukazovateľ	Strana	Dôvod vynechania
<b>05. Podpora zdravia – Lokálni dodávatelia</b>	204-1	Podiel výdavkov na lokálnych dodávateľov	90 – 92	
<b>06. Vedenie dialógu – Dialóg a spolupráca so zainteresovanými stranami</b>	3-3	Dialóg a spolupráca zainteresovaných strán	106 – 107	
<b>06. Vedenie dialógu – Bezpečnosť a ochrana zdravia pri práci</b>	3-3	Bezpečnosť a ochrana zdravia pri práci	99	
	403-1	Systém riadenia bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci Tieto informácie získali obmedzené uistenie od nezávislých audítorov zo spoločnosti Ernst & Young Slovakia, spol. s r. o.	99	
	403-2	Identifikácia nebezpečenstva, hodnotenie rizika a vyšetovanie incidentov	100, 103	
	403-4	Účast pracovníkov, konzultácie a komunikácia o bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci	104	
	403-5	Školenie pracovníkov o bezpečnosti a ochrane zdravia pri práci Tieto informácie získali obmedzené uistenie od nezávislých audítorov zo spoločnosti Ernst & Young Slovakia, spol. s r. o.	101 – 102	
	403-8	Pracovníci, na ktorých sa vzťahuje ochrana zdravia a bezpečnosť pri práci a systém riadenia	105	
	403-9	Úrazy súvisiace s prácou	102	
	403-10	Zlý zdravotný stav súvisiaci s prácou	105	<i>Dôvod vynechania: Žiaľ, nehodám sa napriek všetkým preventívnym opatreniam nedá úplne vyhnúť. Spoločnosť Lidl Slovenská republika však nezverejňuje žiadne informácie o chorobnosti a absencii, keďže ide o citlivé interné údaje.</i>

# Správa nezávislého audítora



Ernst & Young Slovakia, spol. s r.o.    Tel: +421 2 3333 9111  
Žitkova 9    ey.com/sk  
811 02 Bratislava  
Slovenská republika

## Správa nezávislého odborníka

Manažmentu spoločnosti Lidl Slovenská republika, s.r.o.:

### Rozsah

Spoločnosť Lidl Slovenská republika, s.r.o. (ďalej len „Spoločnosť“) nás poverila zákazkou na poskytnutie limitovaného uistenia, ako je definované v Medzinárodnom štandarde pre uisťovacie zákazky iné ako audity alebo previerky historických finančných informácií (ďalej len „ISAE 3000“), aby sme posúdili vybrané informácie zverejnené v Správe o udržateľnosti 2023 a 2022 pripravené Spoločnosťou za finančné roky končiace 28. februára 2023 a 29. februára 2024 (ďalej len „Správa o udržateľnosti“) (ďalej len „Zákazka“).

Nad rámec hore uvedeného rozsahu našej Zákazky sme nevykonali žiadne ďalšie postupy na získanie uistenia o ostatných informáciách uvedených v Správe, a preto sa k týmto informáciám nevyjadrujeme.

### Predmet Zákazky a použité Kritériá

Zákazka na uisťovacie služby sa vzťahuje na vybrané informácie označené v poznámke v rámci Správy o trvalej udržateľnosti na stranách 42, 100 a 102 zlučujúce informácie o aktivitách spoločnosti na Slovensku (spolu „vybrané informácie“ alebo aj „Predmet Zákazky“), ktoré boli vyhotovené na základe štandardov Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Guidelines (ďalej len „štandardy GRI“ alebo „Kritériá“) za obdobie finančného roku 2023 (od 1. marca 2023 do 29. februára 2024) a finančného roku 2022 (od 1. marca 2022 do 28. februára 2023), a ktoré sa skladajú z:

- Celkovej spotreby energie v rámci organizácie (302-1) na strane 42,
- Manažérskej smernice zameranej na BOZP na pracovisku (403-1) na strane 100,
- Tréningov a školení zamestnancov v oblasti BOZP (403-5) na strane 102

### Zodpovednosť manažmentu spoločnosti Lidl

Manažment Spoločnosti je zodpovedný za výber Kritérií a za prezentáciu Predmetu zákazky v súlade s týmito Kritériami vo všetkých významných ohľadoch. Táto zodpovednosť zahŕňa zavedenie a udržiavanie vnútorných kontrol, vedenie adekvátnych záznamov a vykonávanie odhadov, ktoré sú relevantné pre prípravu Predmetu zákazky tak, aby v ňom nedochádzalo k významnej chybe, či už v dôsledku podvodu alebo chyby.

### Zodpovednosť EY

Našu zodpovednosťou je vyložiť záver k prezentácii Predmetu zákazky na základe dôkazov, ktoré sme získali.

Našu Zákazku sme vykonali v súlade s ISAE 3000 a zadávacím listom pre túto zákazku, ako bolo dohodnuté so Spoločnosťou dňa 5. júla 2024. Tieto štandardy požadujú, aby sme naplánovali a vykonali našu Zákazku tak, aby sme získali limitované uistenie, že Predmet zákazky je vo všetkých významných ohľadoch Spoločnosťou prezentovaný v súlade s Kritériami, a vydali správu. Povah, načasovanie a rozsah zvolených postupov závisí na našom úsudku, včítane posúdenia rizika významnej nesprávnosti spôsobenej podvodom alebo chybou

Máme za to, že získané dôkazy sú dostatočné a primerané k tomu, aby poskytli základ pre naše závery o limitovanom uistení.

#### *Naša nezávislosť a kontrola kvality*

Zachovali sme si svoju nezávislosť a potvrdzujeme, že sme splnili požiadavky Etického kódexu pre účtovných odborníkov vydaných Radou pre medzinárodné etické štandardy účtovníkov a že máme požadovanú spôsobilosť a skúsenosti k vykonaniu uistovacej Zákazky.

EY uplatňuje aj Medzinárodný štandard pre kontrolu kvality 1, *Kontrola kvality pre firmy, ktoré vykonávajú audity a previerky účtovných zväzkov a iné zákazky na uistenie a súvisiace služby*, a v súlade s tým udržiava komplexný systém kontroly kvality vrátane zdokumentovaných politik a postupov týkajúcich sa dodržiavania etických požiadaviek, profesionálnych štandardov a platných právnych a regulačných požiadaviek.

#### *Opis vykonaných postupov*

Postupy vykonávané v rámci Zákazky na limitované uistenie sa líšia povahou a načasovaním od postupov vykonávaných v rámci zákazok na poskytnutie primeraného uistenia a sú menšieho rozsahu ako v prípade primeraného uistenia. V dôsledku toho je úroveň uistenia získaná v limitovanom uistení podstatne nižšia ako uistenie, ktoré by sa získalo, keby sa vykonala zákazka na primerané uistenie. Naše postupy boli navrhnuté tak, aby sme získali limitovanú úroveň uistenia, na ktorej by sme mohli založiť náš záver, a neposkytujú všetky dôkazné informácie, ktoré by boli potrebné na poskytnutie primeranej úrovne uistenia.

Hoci sme pri určovaní povahy a rozsahu našich postupov zohľadňovali účinnosť vnútorných kontrol vedenia, naša uistovacia povinnosť nebola navrhnutá tak, aby poskytovala uistenie o vnútorných kontrolách. Naše postupy nezahŕňali testovanie kontrol ani vykonávanie postupov týkajúcich sa kontroly agregácie alebo výpočtu údajov v rámci IT systémov.

Zákazka limitovaného uistenia pozostáva najmä z dotazovania osôb, ktoré sú poverené vytvorením Predmetu zákazky a použitím analytických a iných vhodných postupov.

Vo vzťahu k Predmetu zákazky sme vykonali hlavne tieto procedúry:

- Rozhovory s vybraným personálom spoločnosti, zodpovedným za konkrétne vybrané oblasti, pre pochopenie procesu zberu a kompilácie vybraných informácií, ktoré boli použité v reporte,
- Previerku vybraných informácií z hľadiska detailného posúdenia a odsúhlasenia na zdrojovú podkladovú dokumentáciu na báze vybraných vzoriek,
- Analytickú previerku vybraných informácií a ich súladu s našimi očakávaniami a posúdenie ich celkovej primeranosti,
- Prepočítanie vybraných informácií na báze vybranej vzorky,
- Posúdenie prezentácie a zverejnenia vybraných informácií v rámci Správy o udržateľnosti.

Vykonali sme aj také ďalšie procedúry, ktoré sme považovali za daných okolností za nevyhnutné.



#### Záver

Na základe vykonaných procedúr a získaných dôkazov si nie sme vedomí žiadnych významných úprav, ktoré by mali byť zapracované do Predmetu Zákazky za roky končiace 28. februára 2023 a 29. februára 2024, aby boli v súlade so štandardami GRI.

#### Obmedzenie použitia

Táto správa je určená výhradne pre informáciu a potreby spoločnosti Lidl Slovenská republika, s.r.o. a na účely zverejnenia Správy o udržateľnosti za rok 2022 a 2023 a nie je určená na použitie inými ako uvedenými stranami.

4. októbra 2024  
Bratislava, Slovenská republika

Ernst & Young Slovakia, spol s r.o.  
Licencia SKAU č. 257



Ing. Marek Mikolaj  
Licencia UDVA č. 1038

NA CESTE  
K LEPŠIEMU  
ZAJTRAJŠKU



[www.spolocenskazodpovednost.sk](http://www.spolocenskazodpovednost.sk)

