

Správa o trvalej udržateľnosti za roky 2018 a 2019

NA CESTE K LEPŠIEMU ZAJTRAJŠKU

LIDL
SLOVENSKÁ REPUBLIKA



O TEJTO SPRÁVE

OBSAH SPRÁVY

Táto správa je druhou komplexnou správou o trvalej udržateľnosti spoločnosti Lidl Slovenská republika, v. o. s., a pokrýva obchodné roky 2018 (od 1. marca 2018 do 28. februára 2019) a 2019 (od 1. marca 2019 do 29. februára 2020).¹ 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 strategicky dôležitých témach sú rozdelené podľa hodnotového reťazca spoločnosti Lidl na štyri hlavné kapitoly – Suroviny, Dodávateľský reťazec, Prevádzky, Zákazník. Súčasťou tejto správy je aj špeciálna kapitola, ktorá sa venuje našim opatreniam pre zamestnancov a zákazníkov a filantropickým aktivitám spojeným s COVID-19.

CIEĽOVÁ SKUPINA

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

DÁTUM VYDANIA TEJTO SPRÁVY: **30. 8. 2020**

DÁTUM VYDANIA MEDZISPRÁVY „DOBRE SPRÁVY O TRVALEJ UDRŽATEĽNOSTI“: **31. 8. 2019**

DÁTUM VYDANIA POSLEDNEJ SPRÁVY: **30. 8. 2018²**

POUŽITÁ METODIKA REPORTOVANIA

Správa bola vyhotovená podľa medzinárodných štandardov organizácie Global Reporting Initiative (GRI). GRI Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) predstavujú prvý globálny štandard podávania správ o spoločensky zodpovednom podnikaní a trvalej udržateľnosti. Táto správa bola pripravená v súlade s GRI Standards: v základnej „core“ verzii.³ Na použité ukazovatele odkazuje Index obsahu GRI, ktorý sa nachádza na stranách 116 až 128.

CYKLUS REPORTOVANIA⁴

Spoločnosť Lidl Slovenská republika vydáva komplexnú správu o trvalej udržateľnosti každé dva roky s aktualizáciou vybraných informácií každý rok vo forme Dobrých správ o trvalej udržateľnosti.

EXTERNÉ OVERENIE⁵

Súlad správy s metodikou GRI Standards bol, rovnako ako pri našej prvej správe, na 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 129 až 131. Okrem súladu s metodikou spoločnosť Ernst & Young Slovakia, spol. s r. o., overovala i kvantitatívnu a kvalitatívnu správnosť vybraných ukazovateľov.

KONTAKTNÁ OSOBA PRE PRÍPADNÉ OTÁZKY O SPRÁVE ALEBO O JEJ OBSAHU:

Zuzana Sobotová
vedúca oddelenia CSR koordinácie
csr@lidl.sk⁶
Lidl Slovenská republika, v. o. s.
Ružinovská 1/E
821 02 Bratislava
Slovenská republika⁷

KONTAKT

OBSAH

1.	ÚVODNÉ SLOVO	4
2.	SPOLU TO ZVLÁDNEME	6
3.	NAŠE ZODPOVEDNÉ AKTIVITY V KOCKE	8
4.	PREDSTAVENIE SPOLOČNOSTI	11
4.1.	ZÁKLADNÉ INFORMÁCIE O NAŠOM PODNIKANÍ	12
4.2.	FIREMNÉ ZÁSADY A HODNOTY, NA KTORÝCH STAVIAME	16
4.3.	NAŠE OCENENIA ZA OBCHODNÉ ROKY 2018 A 2019	19
5.	NÁŠ POSTOJ K TRVALEJ UDRŽATEĽNOSTI	21
5.1.	AKO CHÁPEME SPOLOČENSKÚ ZODPOVEDNOSŤ	22
5.2.	MODEL ZODPOVEDNOSTI SPOLOČNOSTI LIDL	25
5.3.	NÁŠ CSR TÍM	30
5.4.	STAKEHOLDERSKÁ ANALÝZA A VÝBER RELEVANTNÝCH TÉM	33
6.	SUROVINY	37
6.1.	DOBRE ŽIVOTNÉ PODMIENKY PRE ZVIERATÁ	38
6.2.	SUROVINY & ŠKODLIVÉ LÁTKY	41
7.	DODÁVATEĽSKÝ REŤAZEC	44
7.1.	CIRKULÁRNA EKONOMIKA	45
7.2.	ZÁKAZ DISKRIMINÁCIE & FÉROVÉ OBCHODNÉ VZŤAHY	50
8.	PREVÁDZKY	54
8.1.	ŠETRENIE ZDROJMI	55
8.2.	DOPRAVA	57
8.3.	PLÁNOVANIE & VÝSTAVBA	59
8.4.	PLYTVANIE POTRAVINAMI	64
8.5.	BEZPEČNOSŤ A OCHRANA ZDRAVIA PRI PRÁCI	67
8.6.	ODMENA ZA PRÁCU	71
8.7.	ROZMANITOSŤ A INKLÚZIA	75
8.8.	ROVNOVÁHA V ŽIVOTE	77
8.9.	INTERNÉ MOŽNOSTI ROZVOJA	81
9.	ZÁKAZNÍK	85
9.1.	UDRŽATEĽNÉ PRODUKTY	86
9.2.	VYUŽÍVANIE LOKÁLNYCH ZDROJOV	90
9.3.	KVALITNÉ A BEZPEČNÉ PRODUKTY	93
9.4.	SPÄTNÁ DOSLEDOVATEĽNOSŤ PÔVODU	98
9.5.	COMPLIANCE	101
9.6.	FIREMNÉ OBČIANSTVO & MIESTNY ROZVOJ	105
9.7.	ZÁKAZNÍK V CENTRE ZÁUJMU	112
10.	INDEX OBSAHU GRI	116
11.	SPRÁVA NEZÁVISLÉHO AUDÍTORA	129

ÚVODNÉ SLOVO¹

Od marca 2020 stála spoločnosť Lidl spolu s ostatnými potravinovými reťazcami pred neľahkou úlohou. Mimoriadna situácia spojená s COVID-19 zmenila každodenné fungovanie ľudí po celom svete. U nás v Lidli sa spájala najmä s povinnosťou chrániť zdravie našich zamestnancov aj zákazníkov a so zabezpečením dostatku potravín pre obyvateľstvo. Práve našim zamestnancom patrí za ich obdivuhodné nasadenie a ochotu pomáhať v tomto náročnom období môj neskutočný obdiv a obrovské ĎAKUJEM. COVID-19 a opatrenia s ním spojené preverili fungovanie našej organizácie zo všetkých stránok a my môžeme povedať, že prvú vlnu sme úspešne zvládli a agilne reagovali na vzniknuté výzvy. Napriek tomu, že nás viac ako dva mesiace oddeľovali uzatvorené hranice, dvojmetrové rozstupy či práca z domu, pri dôležitých rozhodnutiach a podpore tých najzraniteľnejších sme vždy držali spolu. Navzájom sme spolupracovali, naši zamestnanci z administratívy pomáhali kolegom zvládnuť nápor v predajniach a skladoch, plynulo sme prešli na prácu z domu pri všetkých pozíciách, kde to bolo možné, a zároveň sme sa snažili pomáhať okolitej komunite. V duchu hesla SPOLU TO ZVLÁDNEME sme darovali dezinfekciu, rúška či vitamíny zdravotníkom v prvej línii, podporili sme aktivity Slovenského Červeného kríža a zabezpečili balíčky základných potravín pre ľudí bez domova či rómske komunity. Aby sme nad celou situáciou mali kontrolu, zriadili sme interný krízový štáb a mali pripravených viacero krízových scenárov. Toto je spoločenská zodpovednosť v praxi.



MATÚŠ GÁLA
generálny riaditeľ spoločnosti Lidl Slovenská republika



Práve čítate našu druhú komplexnú správu o trvalej udržateľnosti, ktorá pokrýva naše spoločensky zodpovedné aktivity v obchodných rokoch 2018 a 2019. Napriek tomu, že na jej stránkach nájdete mnoho nových aktivít, naše priority sa po dvoch rokoch nezmenili. Stále chceme svojim zákazníkom ponúkať kvalitné a bezpečné produkty, ktoré boli vyrobené za férových podmienok a s ohľadom na životné prostredie a zdravie spotrebiteľa. Na dosiahnutie tohto cieľa však potrebujeme motivovaných a angažovaných zamestnancov, ktorí chcú denne presadzovať svoje nápady. Aby sme ich v tom podporovali, ako TOP Employer 2020 a Najzamestnávateľ 2019 aktívne rozvíjame našich kolegov, a to nielen pestrou škálou rôznych vzdelávacích aktivít, ale aj možnosťou kariérne rásť a zapojiť sa do CSR projektov a tvorby inovácií. V rámci filantropických aktivít sme sa opäť orientovali na skvalitňovanie zdravotnej starostlivosti pre vážne chorých malých pacientov, podporu športu a zdravého životného štýlu detí aj lokálnych organizácií a škôl v mestách, kde pôsobíme. Strategickou témou je pre nás stále aj životné prostredie a boj proti klimatickým zmenám. Aby sme splnili svoj cieľ zredukovať množstvo plastov vo svojom podnikaní o 20 % do roka 2025, prijali sme viaceré opatrenia, vďaka ktorým sa nám ročne darí šetriť stovky ton plastu. Zároveň sme zrušili distribúciu svojich Lidl letákov do domácností vrátane týždenných letákov a vďaka šikovným kolegom z IT interne aplikovali mnoho „paperless“ riešení. Novinkou sú aj kamióny na CNG/LNG pohon v našej firemnej flotile či výmena starých svietidiel za ich LED alternatívy vo všetkých našich predajniach. To je však len zlomok aktivít, o ktorých sa v tejto správe dočítate.

V roku 2019 oslávil Lidl 15 rokov na Slovensku a našu Lidl rodinu dnes tvorí viac ako 5 000 kolegov, pričom viac ako 170 z nich je s nami od samého začiatku. Práve vďaka svojmu postaveniu na trhu a odhodlaným zamestnancom dokážeme realizovať dlhodobé spoločensky zodpovedné a trvalo udržateľné projekty, ktoré prinášajú pozitívnu zmenu nielen za bránami našej spoločnosti, ale aj v celej krajine. Aby ste sa v našich projektoch a aktivitách lepšie orientovali, rozdelili sme ich v tejto správe do 4 hlavných oblastí: SUROVINY, DODÁVATEĽSKÝ REŤAZEC, PREVÁDZKY, ZÁKAZNÍK. Vďaka tomuto rozdeleniu sa môžete vydať na dobrodružnú cestu celým naším hodnotovým reťazcom od pestovania plodín cez ich spracovanie až po predaj finálneho produktu zákazníkovi. Za spoločensky zodpovedné rozhodnutia v týchto štyroch strategických oblastiach zodpovedá priamo najvyšší manažment spoločnosti, ktorý je nositeľom jej CSR hodnôt.

Aby sme vám transparentne ukázali, že CSR máme v DNA, vydali sme po dvoch rokoch ďalšiu Správu o trvalej udržateľnosti podľa medzinárodnej metodiky GRI Standards, ktorá je svojou komplexnosťou v Slovenskej republike stále jedinečná. Verím, že na nasledujúcich stránkach opäť viac spoznáte, ako funguje zodpovedný život v Lidli, a budeme veľmi radi, ak nás aj naďalej budete podporovať a pomáhať nám „na ceste k lepšiemu zajtrajšku“.

Prajem vám príjemné a inšpiratívne čítanie.

SPOLU TO ZVLÁDNEME

V rámci tejto špeciálnej kapitoly v našej CSR správe vám predstavujeme sumár opatrení a CSR aktivít, ktorými sme reagovali na mimoriadnu situáciu spojenú s COVID-19.

VYBRANÉ OPATRENIA PRE NAŠICH ZAMESTNANCOV

- Zvýšená frekvencia dezinfekčných činností všetkých priestorov spoločnosti
- Ochranné rúška a dezinfekcia pre všetkých zamestnancov, pre predavačov/pokladníkov navyše aj rukavice a dezinfekčné gély
- Mobilné dávkovače na dezinfekciu pri všetkých dôležitých vstupoch do priestorov spoločnosti Lidl
- Inštalácia ochranných plexiskiel pri pokladniciach
- Jednorazový bonus pre všetkých našich zamestnancov v predajniach a skladoch v celkovej výške takmer 1 000 000 eur
- Čerstvé ovocie a vitamínové balíčky pre zamestnancov
- Špeciálna hotlinka pre zamestnancov & psychológ na telefóne
- Obmedzenie počtu stolov a stoličiek v kuchynkách, kaskádové plánovanie obedňajších prestávok, informačné letáky o nezhromažďovaní sa
- Ochranné pomôcky pre interných aj externých vodičov dodávajúcich tovar
- Technické vybavenie pre všetkých zamestnancov administratívy na realizáciu práce z domu
- Inštalácia vonkajšieho sedenia (stanov) pre zamestnancov centrály Lidl
- Aktívna komunikácia o všetkých opatreniach na dennej báze a praktické návody, ako fungovať doma aj v práci počas šírenia ochorenia COVID-19
- Všetci zamestnanci vo veku 65 rokov a viac mohli zostať doma s náhradou mzdy vo výške 100% ich priemerného zárobku

VYBRANÉ OPATRENIA PRE NAŠICH ZÁKAZNÍKOV

- Inštalácia mobilných stojanov s dezinfekciou v každej predajni Lidl na Slovensku
- Dezinfekcia predajní na dennej báze (nákupné vozíky, pokladnice, nákupné pásy a ostatné dotykové plochy)
- Vstup do predajne možný iba s ochranou tváre (prekrytie nosa a úst)
- Obmedzenie počtu zákazníkov na predajnej ploche na základe prijatých opatrení krízového štábu SR a prednostné hodiny pre seniorov (65+)
- Dezinfekcia predajní na dennej báze

CSR AKTIVITY NA POMOC NEMOCNICIAM A NAJVIAC POSTIHNUTEJ KOMUNITE

2 život zachraňujúce prístroje ECMO (CARDIOHELP) pre Univerzitnú nemocnicu v Bratislave

Spoločnosť Lidl sa spolu so spoločnosťou Kaufland rozhodla pojiť sily a najväčšiemu zdravotníckemu zariadeniu na Slovensku, Univerzitnej nemocnici v Bratislave, venovať dva život zachraňujúce prístroje určené na boj s ochorením COVID-19. Hodnota dvoch systémov CARDIOHELP je viac ako 140 000 eur. Tieto prístroje nahrádzajú činnosti srdca a pľúc.



100 000 chirurgických rúšok pre detských onkologických pacientov

V náročných časoch potrebujú pomoc tí najohrozenejší, medzi ktorých jednoznačne patria aj detskí onkologickí pacienti. Spolu so spoločnosťou Kaufland a na odporúčanie Ministerstva zdravotníctva SR sme venovali 100 000 jednorazových rúšok týmto nemocniciam: Národný ústav detských chorôb, Detská fakultná nemocnica s poliklinikou Banská Bystrica, Detská fakultná nemocnica Košice.

56 000 veľkonočných balíčkov pre policajtov a vojakov

Veľmi si vážime prácu policajtov a vojakov, ktorí pre situáciu spojenú s ochorením COVID-19 trávili veľkonočné sviatky v práci a nie doma so svojimi rodinami. Preto sme sa všetkým krajským riaditeľstvám Policajného zboru rozhodli venovať veľkonočné balíčky tým, ktorí kvôli nám všetkým nemôžu byť doma.

3 000 kilogramov ovocia a 3 000 litrov ovocných štiav pre 11 onkologických pracovísk

Onkologickí pacienti, hlavne tí, ktorí majú aktívne ochorenie alebo podstupujú onkologickú liečbu, majú všeobecne slabší imunitný systém. O to významnejšia je ich aktívna ochrana aj ochrana zdravotníkov a personálu nemocníc, ktorí sú s nimi v každodennom v kontakte a starajú sa o nich 24 hodín denne. Pre zdravotníkov znamená toto obdobie obrovský fyzický aj psychický nápor. Preto sa spoločnosť Lidl rozhodla podporiť najväčšie onkologické pracoviská na Slovensku vitamínmi (banánmi, jablkami, citrónmi, pomarančmi) a pitným režimom (ovocnými džúsmi, smoothie).

Potravinové balíčky pre predajcov NOTABENE

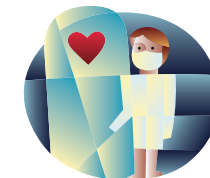
Časopis NOTABENE, ktorý vydáva OZ Proti prúdu, pomáha svojim predajcom – ľuďom bez domova integrovať sa naspäť do spoločnosti. Práve týmto predajcom sme venovali balíčky základných potravín v období, keď ich najviac potrebovali.

Finančná podpora vo výške 60 000 eur pre Slovenský Červený kríž

Spoločnosti Lidl a Kaufland dlhodobo spolupracujú so Slovenským Červeným krížom (SČK) na jednorazových i dlhoročných filantropických projektoch. Ako zodpovední partneri sme sa rozhodli podporiť prácu SČK aj počas mimoriadnej situácie spojennej s COVID-19 a spolu sme im venovali finančnú podporu vo výške 60 000 eur. Darované prostriedky použil SČK na zabezpečenie poskytovania pomoci seniorom, osamelým a chorým prostredníctvom svojich dobrovoľníkov a zamestnancov, na vybavenie dobrovoľníkov ochrannými prostriedkami či na zakúpenie dezinfekčných prostriedkov.

1 000 litrov dezinfekcie pre Univerzitnú nemocnicu v Bratislave

Lekári, sestričky, ošetrovatelia a celý zdravotnícky personál sú tí, ku ktorým sa upínajú nádeje nás všetkých. ĎAKUJEME im za to, že sú tu s vypätím všetkých síl pre nás. Aj oni však potrebujú našu pomoc, preto sme Univerzitnej nemocnici v Bratislave venovali 1 000 litrov dezinfekcie.



NAŠE ZODPOVEDNÉ AKTIVITY V KOCKE

Koniec roka je vždy obdobím bilancovania a my sme sa rozhodli pre vás zhrnúť, kam sme sa počas svojho 15-ročného pôsobenia na Slovensku v spoločensko-zodpovedných aktivitách posunuli. V rámci kľúčových čísel je vždy uvedený stav ku koncu obchodného roka 2019 (29. 2. 2020). V opise dosiahnutých výsledkov zároveň uvádzame, tam, kde je to možné, svoj príspevok k dosiahnutiu týchto míľnikov za obchodné roky 2018 a 2019.

10 000 000+ EUR

je hodnota spoločensky zodpovedných projektov, ktoré sme od začiatku svojho pôsobenia na Slovensku realizovali spolu so zákazníkmi.
Obchodný rok 2018: 2 000 000+ eur
Obchodný rok 2019: 2 000 000+ eur

1 000 000+

stromčekov sa vďaka Lidlu vysadilo v tatranských lesoch postihnutých kalamitou.
Obchodný rok 2018: 185 000 sadeničiek, z toho 8 000 vysadili Lidl dobrovoľníci
Obchodný rok 2019: 185 000 sadeničiek, z toho 8 500 vysadili Lidl dobrovoľníci

50

moderných a bezpečných ihrísk Žihadielok v hodnote 4 350 000 eur vybudovaných v slovenských mestách a obciach.
Obchodný rok 2018: 10 ihrísk, viac ako 4 500 000 odovzdaných hlasov na webe zihadielko.sk
Obchodný rok 2019: 10 ihrísk (pre mimoriadnu situáciu spojenú s pandémiou COVID-19 je ich výstavba pozastavená), viac ako 9 000 000 odovzdaných hlasov na webe zihadielko.sk

4 500 000 EUR

je hodnota život zachraňujúcich prístrojov, ktoré sme za 5 ročníkov projektu Dobré rozprávky odovzdali vďaka svojim zákazníkom všetkým novorodeneckým pracoviskám na Slovensku, ktoré umožňujú bezplatný pôrod.
Obchodný rok 2018: 52 pracovísk, zostavy prístrojov v hodnote takmer 900 000 eur
Obchodný rok 2019: 52 pracovísk, zostavy prístrojov v hodnote takmer 1 000 000 eur

90

rodinám s deťmi od 0 do 3 rokov sme vďaka projektu Od začiatku v dobrých rukách pomohli v ťažkej životnej situácii.
Obchodný rok 2018: 42 podporených príbehov, celková výška podpory 105 000 eur
Obchodný rok 2019: 48 podporených príbehov, celková výška podpory 120 000 eur

100 %

našich zamestnancov získalo v obchodnom roku 2018 a 2019 spätnú väzbu na svoj pracovný výkon

73,8 %

je nárast hodnoty tovaru od dodávateľov so sídlom v Slovenskej republike v nákupných cenách pri porovnaní obchodných rokov 2015 a 2019.
Obchodný rok 2018: 232 311 047,87 eura hodnota tovaru od slovenských dodávateľov v nákupných cenách, 892 slovenských produktov v našom stálom sortimente
Obchodný rok 2019: 266 563 910,95 eura hodnota tovaru od slovenských dodávateľov v nákupných cenách, 902 slovenských produktov v našom stálom sortimente

100 %

nami ponúkaných morských rýb a rybích výrobkov vlastných značiek spĺňa od septembra 2019 štandardy MSC/ASC.

100 %

našich predajní má nainštalované najmodernejšie LED technológie.
Obchodný rok 2018 (stav ku koncu roka): 64 predajní s LED osvetlením
Obchodný rok 2019 (stav ku koncu roka): 142 predajní s LED osvetlením

100 %

našich dodávateľov sa zaviazalo dodržiavať náš etický kódex. S dodávateľmi, ktorí ho neakceptujú, nerokujeme.

57

zástupcov štátneho a neziskového sektora, médií a dodávateľov nám poskytlo svoje cenné rady a spätnú väzbu na naše CSR aktivity v rámci 3 stakeholderských dialógov, ktoré sme realizovali od roku 2018.

560 000+

našich fanúšikov na Facebooku a Instagrame pravidelne dostáva informácie o našich zodpovedných aktivitách.
Obchodný rok 2018: FB – 455 044, IG – 55 328
Obchodný rok 2019: FB – 478 968, IG – 83 715

194 000+

kilometrov najazdili naše tri nové kamióny na kombinovaný CNG/LNG pohon využívané v logistike nášho tovaru od obchodného roka 2019. Tieto kamióny prednostne vozia tovar do predajní v husto obývaných zónach.

24 000+

hodín absolvovali naši zamestnanci za obchodné roky 2018 a 2019 na školeniach na mieru.
Obchodný rok 2018: 6 761 hodín
Obchodný rok 2019: 17 645 hodín



PREDSTAVENIE SPOLOČNOSTI

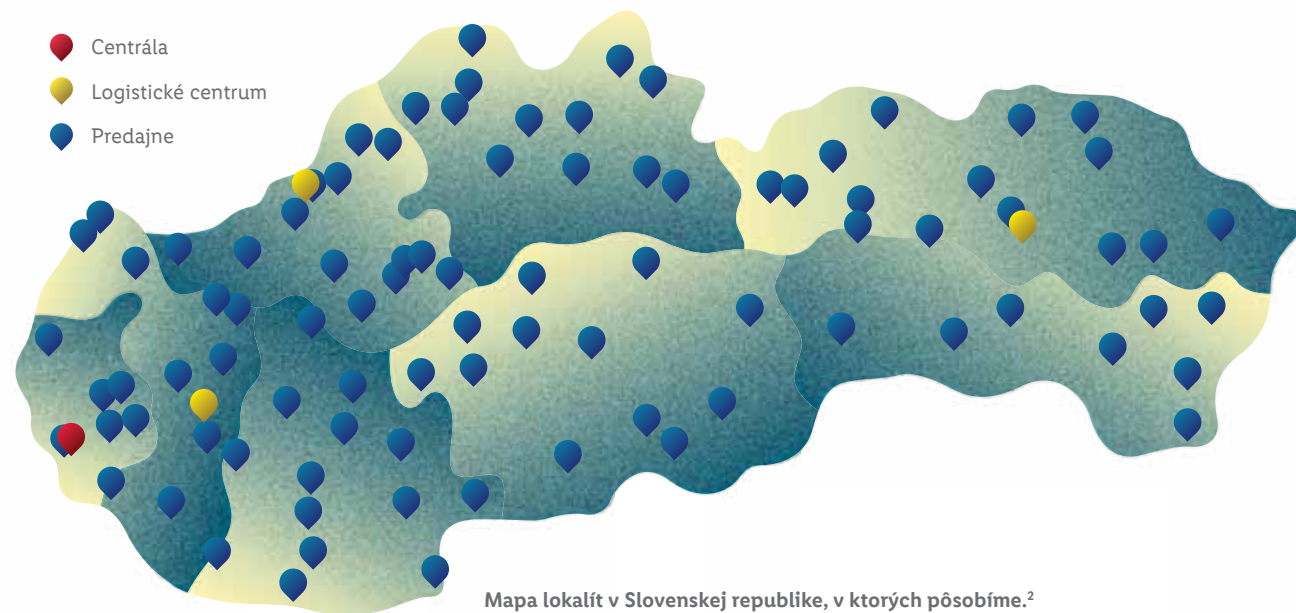
*„Kto sa prestáva zlepšovať,
prestáva byť dobrý.“*



ZÁKLADNÉ INFORMÁCIE O NAŠOM PODNIKANÍ

LIDL NA SLOVENSKU

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 roku 2019 tvorilo obchodnú sieť Lidl 142 predajní v 92 mestách na Slovensku. **V rovnakom obchodnom roku sme oslávili 15. výročie pôsobenia spoločnosti Lidl na Slovensku.** Tieto predajne sú zásobované tromi logistickými centrami – v Nemšovej, Seredi a Prešove.¹



Mapa lokalít v Slovenskej republike, v ktorých pôsobíme.²

Hlavným predmetom činnosti našej spoločnosti je maloobchodný predaj potravín a spotrebného tovaru prostredníctvom siete predajní Lidl. Okrem potravín zákazníkom ponúkame aj zaujímavý nepotravinový sortiment, ktorý tvorí napríklad kozmetika, oblečenie, hračky, náradie či menšie elektrické spotrebiče.

Tento sortiment ponúkame aj prostredníctvom nášho nového e-shopu. 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. Registrujeme aj rastúci záujem o produkty predávané pod našimi vlastnými značkami.

Práve prostredníctvom konceptu vlastných značiek, na ktorých výrobu máme priamy vplyv, dokážeme svojim zákazníkom poskytnúť produkty vysokej kvality za výhodnú cenu. Produkty vlastných značiek tvoria väčšinový podiel v našom sortimente.³ Našími zákazníkmi sú koncoví spotrebitelia produktov a služieb (B2C trh).⁴

V októbri 2019 sme spustili vlastný e-shop „**Lidl-shop.sk**“, prostredníctvom ktorého ponúkame svoj spotrebný tovar vrátane exkluzívneho sortimentu, ktorý sa do klasického predaja nedostane. Začiatkom roka 2020 sme navyše spustili digitálny vernostný program **Lidl Plus**, ktorý našim zákazníkom ponúka výhodné ponuky, akcie či kupóny.

Konsolidovaná finančná závierka sa pripravuje na úrovni skupiny⁵

Lidl Slovenská republika je verejná obchodná spoločnosť. Spoločnosť je súčasťou konsolidačného celku nemeckej podnikateľskej skupiny Lidl Stiftung & Co. KG ako jej nepriama dcérska spoločnosť. Konsolidáciu na úrovni skupiny pripravuje spoločnosť Lidl Stiftung & Co. KG so sídlom Stiftsbergstr. 1, Neckarsulm, Baden-Württemberg 74172, Nemecká spolková republika. Spoločnosť je súčasťou podnikateľskej skupiny Schwarz.

Spoločnosť C E Beteiligungs-GmbH mala k 28. februáru 2019 aj 29. 2. 2020 100 % podiel na vkladoch spoločníkov, t. j. 88 867 eur. Spoločnosť Lidl Holding Slovenská republika, s. r. o., mala k vyššie uvedeným dátumom 0 % podiel na vkladoch spoločníkov, t. j. 0 tis. eur. Spoločnosť C E Beteiligungs-GmbH mala k 28. februáru 2019 aj 29. 2. 2020 88 866 hlasov pri rozhodovaní spoločníkov. Spoločnosť Lidl Holding Slovenská republika, s. r. o., mala k vyššie uvedenému dátumu 1 hlas.

Členstvo v priemyselných združeniach a CSR iniciatívach v rámci Slovenska

Priemyselné združenia a organizácie:⁶

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

CSR iniciatívy:⁷



(od marca 2017)



(od mája 2019)



Členstvo v medzinárodných asociáciách a združeniach⁸

Prostredníctvom Lidl Stiftung máme zastúpenie aj v týchto organizáciách:

Supply Chain Initiative, Ellen MacArthur, amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI), Partner for Sustainable Textiles, Supply Chain Initiative, ACT – Action, Collaboration, Transformation, Leather Working Group, ACCORD German Initiative on Sustainable Cocoa, Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO), Round Table on Responsible Soy (RTRS) Donau Soja, World Banana Forum, Forest Stewardship Council (FSC), Fruit Juice Platform, Sustainable Agricultural Supply Chain Initiative (INA), Global G.A.P. and GlobalG.A.P. GRASP, Alliance for Water Stewardship, Charta der Vielfalt e.V., International Network Leading Executives Advance Diversity (LEAD),

Prostredníctvom Skupiny Schwarz sme tiež členom týchto inštitúcií:

Ellen MacArthur, UN Global Compact

Významné čísla za obchodný rok 2018¹

SORTIMENT

Počet produktov v našom stálom sortimente: **4 068**

Počet produktov vlastných značiek
v našom stálom sortimente (vrátane sortovania): **3 256**

80 % z celkového množstva produktov v našom stálom sortimente

Počet produktov od slovenských dodávateľov v našom stálom sortimente: **892**
21,9 % z celkového množstva produktov v našom stálom sortimente



VŠEOBECNE

Počet predajní: **134 (+3)**

Čisté tržby: **1 233 622 000 €**

ZAMESTNANCI

Celkový počet zamestnancov (počítaný na hlavu): **4 713**

Podľa pohlavia:

- Ženy: **3 762 (79,82 %)**
- Muži: **951 (20,18 %)**

Podľa vekových skupín:

- < 30: **1 204 (25,55 %)**
- ≥ 30 < 50: **2 992 (63,48 %)**
- ≥ 50: **517 (10,97 %)**

Podľa typu pracovnej zmluvy:

- Trvalý pracovný pomer: **4 209 (89,30 %)**
- Dočasný pracovný pomer: **504 (10,70 %)**

Podľa typu pracovného úväzku:

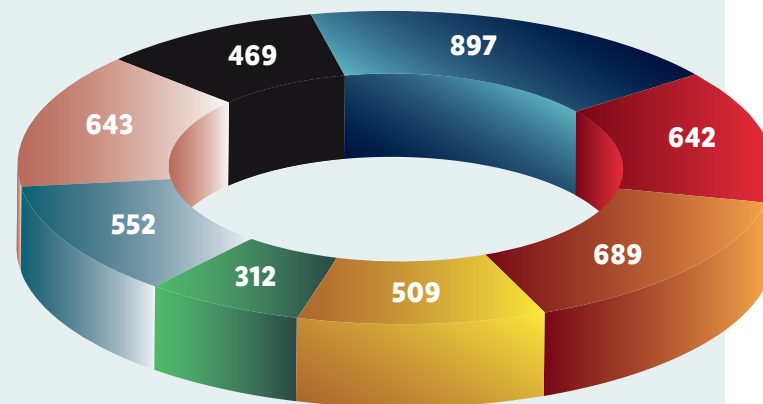
- Plný úväzok: **2 488 zamestnancov**
z toho ženy: **1 756**
z toho muži: **732**
- Čiastočný úväzok: **2 225 zamestnancov**
z toho ženy: **1 812**
z toho muži: **413**

Počet národností zastúpených v pracovnej sile: **13**

Priemerný vek zamestnancov: **36**

Podľa krajov na Slovensku:

- | | |
|---------------------|------------------------|
| ■ Bratislavský kraj | ■ Banskobystrický kraj |
| ■ Trnavský kraj | ■ Nitriansky kraj |
| ■ Trenčiansky kraj | ■ Prešovský kraj |
| ■ Žilinský kraj | ■ Košický kraj |



Významné čísla za obchodný rok 2019²

SORTIMENT

Počet produktov v našom stálom sortimente: **4 424**

Počet produktov vlastných značiek
v našom stálom sortimente (vrátane sortovania): **3 547**

80 % z celkového množstva produktov v našom stálom sortimente

Počet produktov od slovenských dodávateľov v našom stálom sortimente: **902**
20,4 % z celkového množstva produktov v našom stálom sortimente

VŠEOBECNE

Počet predajní: **142 (+8)**

Čisté tržby: **1 368 521 000 €**

ZAMESTNANCI

Celkový počet zamestnancov (počítaný na hlavu): **5 136**

Podľa pohlavia:

- Ženy: **3 869 (75,33 %)**
- Muži: **1 267 (23,67 %)**

Podľa vekových skupín:

- < 30: **1 303 (25,37 %)**
- ≥ 30 < 50: **3 283 (63,92 %)**
- ≥ 50: **550 (10,71 %)**

Podľa typu pracovnej zmluvy:

- Trvalý pracovný pomer: **4 992 (97,20 %)**
z toho ženy: **3 767 (75,46 %)**
z toho muži: **1 225 (24,54 %)**
- Dočasný pracovný pomer: **144 (2,80 %)**
z toho ženy: **102 (70,83 %)**
z toho muži: **42 (29,17 %)**

Podľa typu pracovného úväzku:

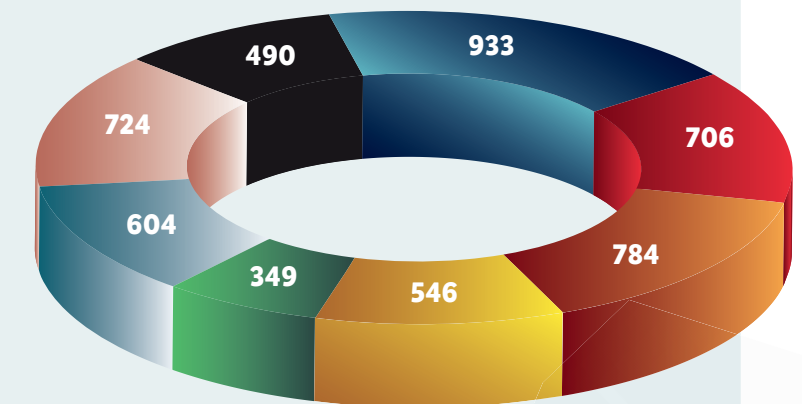
- Plný úväzok: **2 678 zamestnancov**
z toho ženy: **1 886**
z toho muži: **792**
- Čiastočný úväzok: **2 458 zamestnancov**
z toho ženy: **1 988**
z toho muži: **470**

Počet národností zastúpených v pracovnej sile: **13**

Priemerný vek zamestnancov: **37**

Podľa krajov na Slovensku:

- | | |
|---------------------|------------------------|
| ■ Bratislavský kraj | ■ Banskobystrický kraj |
| ■ Trnavský kraj | ■ Nitriansky kraj |
| ■ Trenčiansky kraj | ■ Prešovský kraj |
| ■ Žilinský kraj | ■ Košický kraj |



LIDL VO SVETE¹

Lidl Stiftung & Co. KG

Obchodná spoločnosť Lidl, ako súčasť podnikateľskej skupiny Schwarz so sídlom v Neckarsulme v Nemecku, patrí medzi lídrov v európskom maloobchodnom sektore. Lidl má svoje zastúpenie v 32 krajinách po celom svete a v súčasnosti prevádzkuje okolo 11 200 predajní a viac ako 160 logistických centier v 32 krajinách. Lidl celosvetovo zamestnáva viac ako 310 000 zamestnancov a vo finančnom roku 2019 spoločnosť dosiahla celkové tržby z predaja v hodnote 89 miliárd eur.

Spoločnosť Lidl ako diskontný reťazec pripisuje veľký význam optimálnemu pomeru ceny a výkonu pre svojich zákazníkov. Jednoduchosť a orientácia na procesy sú kľúčové pre riadenie každodenných činností v našich prevádzkach v rámci regionálnych i národných spoločností. Lidl každý deň preberá zodpovednosť za ľudí, spoločnosť a životné prostredie.

Lidl Stiftung so sídlom v Neckarsulme funguje ako sídlo spoločnosti a spoločne s národnými spoločnosťami poskytuje strategický rámec na operatívne podnikanie. Ako poskytovateľ systému je zodpovedný za koncepciu a návrh jednotlivých procesov na celom svete.

Skupina Schwarz

Skupina Schwarz je vedúcou medzinárodnou obchodnou spoločnosťou. Jej jadro tvoria dve obchodné divízie – Lidl a Kaufland, ktoré sídlia v Neckarsulme, rovnako ako spoločnosti Schwarz Production, GreenCycle/PreZero, a Centrálné služby. Skupina Schwarz zamestnáva 458 000 zamestnancov po celom svete a prevádzkuje viac ako 12 500 predajní a špecializovaných prevádzok v 33 krajinách.

Dnes Skupina Schwarz pokrýva veľkú časť hodnotového reťazca v maloobchode s potravinami od výroby a predaja po recykláciu. Spoločnosť Schwarz Production vyrába svoje vlastné značky v segmentoch nápojov, pečiva, zmrzliny, ako aj čokolády a sušeného ovocia. Ďalším krokom je výstavba pražiarne kávy. Skupina Schwarz sa tiež mnoho rokov podieľa na zbere, triedení a recyklácii recyklovateľných materiálov. Poskytovateľom služieb v oblasti zneškodňovania odpadov a recyklácie je v rámci celej skupiny spoločnosť PreZero.

NAŠE HODNOTY A FIREMNÉ ZÁSADY, NA KTORÝCH STAVIAME²

Dynamický tím, ktorý dáva tímovým hráčom stabilitu a zároveň priestor na osobný rozvoj. To sú hodnoty, ktorými žijeme v Lidli každý deň. Aby ste ich lepšie pochopili aj vy, rozhodli sme sa vám ich priblížiť prostredníctvom tvárí našich hodnôt. Sú nimi vybraní kolegovia z administratívy, predajní a logistických centier, ktorých v roku 2019 v rámci celofiremnej súťaže Ľudia Lidla nominovali a zvolili priamo naši zamestnanci.

Proces definovania hodnôt u nás v Lidli na Slovensku prebiehal zdola na nahor; vedenie spoločnosti bolo iba účastníkom procesu, nie určujúcim činiteľom.



FÉROVOSŤ

„V Lidli vnímam férovosť na troch úrovniach. Smerom k našim zamestnancom sa prejavuje v rovnakom prístupe ku každému bez rozdielu. Či je to muž, žena, absolvent, alebo dlhoročný pracovník, predavač, či manažér v administratíve. Všetci sme si rovní. Smerom k zákazníkom, ktorí u nás nakúpia kvalitné potraviny za rozumné ceny. A v neposlednom rade vo vzťahu manažéra k svojmu tímu. V rámci vedenia ľudí je pre mňa férový prístup alfou a omegou.“

DYNAMIKA

„Dynamiku máme my Lidláci v krvi. Nebojíme sa nových výziev, sme pozitívne nastavení a odhodlaní. Rýchlo reagujeme na zmeny, ktoré nám život v diskonte prináša. Dôkazom sú naši kolegovia a kolegyně v predajniach a v skladoch, ktorí rýchlosťou blesku blokujú tovar pre zákazníkov či kompletujú objednané palety. Nezaostávame ani v administratíve. Vďaka množstvu národných či medzinárodných projektov sme stále v strehu.“

VÝSLEDKY

„Našou prioritou v Lidli sú skvelé výsledky. Aby sme ich dosiahli, ťaháme všetci za jeden povraz. Nezáleží na tom, či pracujeme v predajni, v sklade alebo v administratíve. Cieľ je jasný. Spokojný zákazník. Preto sa všetci snažíme vydať zo seba maximum. Čerešničkou na torte je pocit zadosťučinenia z dobre vykonanej práce.“

OSOBNÝ ROZVOJ

„Nové výzvy sú súčasťou našej každodennej práce v Lidli. Vylepšujú sa pracovné postupy, menia sa procesy či zavádzajú technické novinky. Práve preto sa musíme stále vzdelávať a posúvať svoje vedomosti ďalej. Som rád, že veľkú podporu v osobnom rozvoji nám poskytuje náš zamestnávateľ. Zlepšovanie v odborných zručnostiach a vo vzájomnom prístupe je totiž u nás samozrejmosťou.“



MATÚŠ MAJERČÍK
manažér predajne



EMA BOLEHRADSKÁ
junior konzultantka



ALICA BÁTOROVÁ
zástupkyňa manažéra predajne



PETER ČÍK
technik v logistickom centre

STABILITA

„Po stabilnom zamestnávateľovi túži každý zamestnanec. Som veľmi rada, že Lidl je presne taký. Môžeme sa spoľahnúť, že svoje záväzky voči nám dodržiava na sto percent. Odmenou sú verní zamestnanci, ktorí svoju prácu vykonávajú naplno a s nadšením. Pretože stabilnú spoločnosť tvoria stabilní ľudia. Len vďaka pevným základom môžeme dosahovať úspechy, ktoré sú nám v Lidli vlastné.“



ZUZANA SOBOTOVÁ
vedúca oddelenia

Ako popredný predajca potravín na Slovensku sme si vedomí toho, že sa nachádzame v centre verejnej pozornosti a máme možnosť meniť veci k lepšiemu a inšpirovať aj svojich zákazníkov, aby sa k nám pridali. Zodpovedne pristupujeme k ľuďom a prírode, chránime ľudskú dôstojnosť a odmietame diskrimináciu v akejkoľvek forme. Zasadzuje sa za zlepšenie životného prostredia, sme dobrým susedom v lokalitách, kde pôsobíme, a svojim kolegom poskytujeme spravodlivú odmenu a bezpečné pracovné podmienky. Všetky tieto pravidlá a mnohé ďalšie sú zakotvené v našom etickom kódexe, ktorým dbáme na dodržiavanie sociálnych štandardov u všetkých našich partnerov. Aj preto je etický kódex súčasťou našich zmlúv a od dodávateľov, ktorí s ním nesúhlasia, sa dištancujeme.



NAŠE FIREMNÉ ZÁSADY:

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

NAŠE OCENENIA ZA OBCHODNÉ ROKY 2018 A 2019

Sme hrdí na to, že aktivity spoločnosti Lidl pozitívne hodnotia nielen naši zákazníci, ale aj odborná porota. Dôkazom sú získané ocenenia v prestížnych súťažiach, na ktorých sa zúčastňujeme už niekoľko rokov. Uvedomujeme si, že bez svojich zákazníkov a zamestnancov by sme ani jedno z nich nezískali, preto si vážime priazeň a podporu každého jedného z vás a všetky získané ocenenia berieme ako veľký záväzok do budúcnosti.

MASTERCARD OBCHODNÍK ROKA

Je to ocenenie najlepších obchodníkov v jednotlivých kategóriách maloobchodu. V rokoch 2018 a 2019 sme opäť obhájili viacero prvenstiev:

- 1. miesto** — Mastercard Obchodník roka s potravinami 2019
- 1. miesto** — Mastercard Obchodník roka – Cena verejnosti 2019 (získali sme 27 786 hlasov zo 44 864)
- 1. miesto** — Mastercard Obchodník roka s potravinami 2018
- 1. miesto** — Mastercard Obchodník roka – Cena verejnosti 2018 (získali sme 35 193 hlasov z 58 209)

NAJZAMESTNÁVATEĽ ROKA

Ide o prestížnu súťaž, ktorú vyhlasuje najznámejší portál na hľadanie práce na Slovensku Profesia.sk. Tešíme sa, že široká verejnosť nás stále vníma ako atraktívneho zamestnávateľa, o čom svedčia aj naše ocenenia:

- 1. miesto** — Najzamestnávateľ 2019 v kategórii Obchod a služby
- 2. miesto** — Najzamestnávateľ 2018 v kategórii Obchod a služby

TOP EMPLOYER

Top Employer Institute je globálna certifikačná spoločnosť vyzdvihujúca zamestnávateľov, ktorí vynikajú vo výkonnostnom manažmente, orientácii na zamestnancov a možnostiach ich rozvoja. Lidl bol historicky prvým obchodným reťazcom na Slovensku, ktorý získal toto ocenenie.

V obchodných rokoch 2018 i 2019 sme obhájili certifikácie TOP EMPLOYER SLOVAKIA a TOP EMPLOYER EUROPE.



HERMES KOMUNIKÁTOR ROKA

Je to jediné ocenenie v Slovenskej republike pre inštitúciu, ktorá najlepšie komunikuje so zákazníkmi. V rámci tohto ocenenia sme získali už 24 prvenstiev, z ktorých za posledné dva roky pribudli tieto:

- 1. miesto** — ABSOLÚTNA CENA VEREJNOSTI 2019
- 1. miesto** — Cena verejnosti 2019 v kategórii OBCHODNÉ REŤAZCE
- 1. miesto** — Najlepšie komunikujúca inštitúcia 2019 v kategórii OBCHODNÉ REŤAZCE
- 1. miesto** — Cena agentúry 2019 v kategórii Inovatívny marketingový prístup
- 1. miesto** — ABSOLÚTNA CENA VEREJNOSTI 2018
- 1. miesto** — Cena verejnosti 2018 v kategórii OBCHODNÉ REŤAZCE
- 1. miesto** — Najlepšie komunikujúca inštitúcia 2018 v kategórii OBCHODNÉ REŤAZCE
- 1. miesto** — Cena agentúry 2018 v kategórii Najefektívnejšie využitie nových médií

MÚZA MERKÚRA 2018

Ide o ocenenie najkreatívnejších marketingových a komunikačných projektov v oblasti retailu realizovaných na Slovensku. Svojimi aktivitami v roku 2018 sme zabodovali v nasledujúcich kategóriách:

- 1. miesto** — kategória Aktivity z oblasti spoločenskej zodpovednosti
- 2. miesto** — kategória Promo aktivity a eventy
- 3. miesto** — kategória Promo aktivity a eventy
- 3. miesto** — kategória Top značka v obchode

PODNIKOVÉ MÉDIUM ROKA 2018

V rámci tejto súťaže Klub podnikových médií a Slovak Business Agency vyhľadáva a vo viacerých kategóriách oceňuje najlepšie formy internej a externej podnikovej komunikácie. Naša prvá správa o trvalej udržateľnosti bola v rámci tejto súťaže, ktorá hodnotila aktivity firiem za rok 2018, ocenená najvyššou cenou:

- 1. miesto** — kategória Výročné správy
 - 3. miesto** — kategória Podnikový kalendár
- CENA SITA ZA NAJLEPŠIE KOMUNIKUJÚCU SPOLOČNOSŤ**

MERKÚR – DAŇOVNÍK ROKA

Toto ocenenie najlepších platiteľov dane z príjmu každoročne udeľuje Finančná správa Slovenskej republiky. Aj v posledných dvoch rokoch sme potvrdili svoj dlhoročný status daňovníka roka ziskom ocenení Merkúr 2018 a Merkúr 2019. Môžeme sa tak pýšiť už piatimi Merkúrmí.

DESIATKY OCENENÍ QUADAL A BEST BUY PRE NAŠE PRODUKTY



NÁŠ POSTOJ K TRVALEJ UDRŽATEĽNOSTI



AKO CHÁPEME SPOLOČENSKÚ ZODPOVEDNOSŤ



„V Lidli si uvedomujeme, že zdroje našej planéty sú obmedzené a klimatická zmena sa dotkne každého z nás. Vieme, že našou výsadou sú kvalitní zamestnanci a dlhodobé a transparentné vzťahy s dodávateľmi. Vďaka nim sme silní a vieme realizovať trvalo udržateľné projekty nielen vnútorne, ale aj za hranicami svojho predmetu podnikania. Spoločenská zodpovednosť je jednoducho v našej DNA a zohľadňujeme ju pri všetkých dôležitých rozhodnutiach. Sledujeme spoločenské problémy, ktoré aktuálne otriasajú svetom i našou krajinou, a nechceme stáť bokom. Neurobili sme to počas krízy COVID-19 a neurobíme to ani v budúcnosti. Vieme, že očakávania našich partnerov sú vysoké, preto sme sa zaviazali, že využijeme svoje finančné zdroje, postavenie na trhu, inovácie, talent a odhodlanosť kolegov na to, aby sme priniesli pozitívnu zmenu. A budeme veľmi radi, ak sa k nám na našej ceste k lepšiemu zajtrajšku pridáte aj vy.“



MATÚŠ GÁLA
generálny riaditeľ spoločnosti

Základom nášho podnikania aj našich trvalo udržateľných projektov je jednoduchosť, dostupnosť pre všetkých a celoslovenský vplyv. To všetko s dôrazom na najvyššiu kvalitu nami ponúkaných produktov a služieb aj na efektívnosť všetkých procesov. Aby ste lepšie pochopili, ako funguje náš Lidl CSR svet, rozdelili sme ho do piatich strategických oblastí:

Budujeme kvalitný a bezpečný SORTIMENT

Aký máme cieľ v tejto oblasti?

Ponúkať zákazníkom bezpečné, kvalitné a nutrične hodnotné produkty, ktoré boli vyprodukované s ohľadom na trvalú udržateľnosť.

Ako postupujeme?

Kontinuálne zdokonaľovanie našich kvalitatívnych štandardov, medzinárodná certifikácia dodávateľov a preferencia produktov vyrobených za férových podmienok a s ohľadom na životné prostredie.

Čo konkrétne robíme?

- Nárast počtu produktov s certifikáciou trvalej udržateľnosti
- Produktové analýzy a audity u dodávateľov
- Produkty so zníženým obsahom soli a cukru

Spolupracujeme s DODÁVATEĽMI

Aký máme cieľ v tejto oblasti?

Posilňovať vzťahy s dodávateľmi, podporovať lokálnu produkciu a hľadať spoločné riešenia, ktoré sú ohľaduplné k ľuďom aj k prírode.

Ako postupujeme?

Každodenná komunikácia s dodávateľmi a rozvíjanie vzťahov, vytvorenie pozície CSR manažéra pre oblasť nákupu a realizácia záväzkov vyplývajúcich z našich stanovísk v rámci zodpovedného nákupu.

Čo konkrétne robíme?

- Etický kódex naďalej súčasťou všetkých zmlúv o spolupráci
- Podpora slovenských dodávateľov
- Férové obchodné podmienky
- Verejné stanoviská k zodpovednému nákupu

Chráňme ŽIVOTNÉ PROSTREDIE

Aký máme cieľ v tejto oblasti?

Využívať najmodernejšie technológie a postupy šetrné k životnému prostrediu. Ustavične hľadať zlepšenia a vzdelávať v tomto smere aj našich zamestnancov a partnerov.

Ako postupujeme?

Výmena starých technológií za ich ekologickejšie a efektívnejšie alternatívy, výstavba s ohľadom na prírodu a okolitú komunitu, recyklácia odpadov, prechod na cirkulárnu ekonomiku a zelené logistické riešenia.

Čo konkrétne robíme?

- LED technológie vo všetkých nových predajniach
- Kamióny na CNG/LNG pohon
- Redukcia plastov a optimalizácia ich recyklovateľnosti
- „Paperless“ politika
- ISO 50001

Podporujeme ZAMESTNANCOV

Aký máme cieľ v tejto oblasti?

Byť TOP zamestnávateľom na trhu a rozvíjať potenciál a angažovanosť zamestnancov. Oceňovať inovácie, motivovať na výkon a otvárať dvere novým myšlienkam. Sústreďiť sa na podporu zdravia zamestnancov a poskytovanie (nielen) CSR noviniek formou moderných digitálnych technológií.

Ako postupujeme?

Pravidelný prieskum spokojnosti zamestnancov a poskytovanie spätnej väzby každému. K svojim kolegom pristupujeme rovnocenne a ponúkame im každý rok nové možnosti na rozvoj a kariérny rast. Samozrejmosťou sú zdravé a bezpečné podmienky na pracovisku a projekty zvyšovania angažovanosti.

Čo konkrétne robíme?

- Široká škála benefitov
- Vzdelávanie na mieru
- Charta diverzity
- Rovnováha v živote
- Program Na zdraví záleží
- Aplikácia We are Lidl
- Lidl srdcom

Pomáhame SPOLOČNOSTI

Aký máme cieľ v tejto oblasti?

Byť dobrým susedom všade, kde pôsobíme. Reagovať na najväčšie spoločenské výzvy celoslovenskými projektmi.

Ako postupujeme?

Sledovanie aktuálnej situácie na trhu a organizovanie pravidelných stakeholderských dialógov. Realizácia dlhodobých CSR projektov a otváranie nových tém. Inšpirácia pre ostatných partnerov.

Čo konkrétne robíme?

- Žihadielko
- Dobré rozprávky
- Od začiatku v dobrých rukách
- Voda pre stromy
- Váš nákup = Veľká pomoc
- Hrášková polievka/Rok prevencie

NEPOZERÁME SA IBA NA ÚSPECHY, ALE AJ NA RIZIKÁ

Na Slovensku sme už zrealizovali mnoho veľkých projektov s pozitívnym vplyvom, no uvedomujeme si, že s našou expanziou 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 o životnom prostredí a rozvoji“, je obsiahnutá vo firemných zásadách spoločnosti Lidl a je teda neoddeliteľnou súčasťou firemnej kultúry.¹

V rámci svojho hodnotového reťazca ustavične 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 COVID-19 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.²

Podľa prieskumu agentúry FOCUS pre združenie Business Leaders Forum, ktorý prebehol na Slovensku koncom roka 2019, si až 94 % opýtaných myslí, že firmy by mali mať popri tvorbe zisku aj ciele v oblasti zodpovedného podnikania – teda chrániť životné prostredie, starať sa o zamestnancov, podporovať okolitú komunitu a transparentne a otvorene komunikovať o svojich aktivitách. Na tomto reprezentatívnom prieskume, ktorý prebieha každé dva roky, sa zúčastnilo 1 021 respondentov. Podľa jeho výsledkov verejnosť považuje za najdôležitejšiu podporu ochrany životného prostredia a zmierňovania vplyvov klimatickej zmeny (53 %). Dôležitosť témy oproti roku 2017 vzrástla až o 12 %. Ďalej sa za dôležité považujú témy ako podpora sociálne či zdravotne znevýhodnených skupín obyvateľov a snaha o ich začlenenie (42 %), podpora vzdelávania mladej generácie (42 %) či boj proti korupcii (37 %).

Veľmi nás teší, že spoločnosťou, ktorú respondenti spontánne vnímajú ako najzodpovednejšiu na Slovensku, je už po druhý raz v tomto prieskume práve spoločnosť Lidl Slovenská republika.

2017: spontánna znalosť 10,7 %, podporená znalosť 21 %

2019: spontánna znalosť 13 %, podporená znalosť 27 %

ZODPOVEDNÝ DODÁVATEĽSKÝ REŤAZEC³

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. Preto sme vo všetkých našich predajniach (2018: 134, 2019: 142) aj v rokoch 2018 a 2019 ponúkali rovnaký tovar za rovnakú cenu. V rámci svojho logistického nastavenia navyše distribuujeme tovar do predajní prostredníctvom svojich logistických centier, ktoré máme v Sereďi, Nemšovej a Prešove, čo nám umožňuje centrálnu kontrolu kvality tovaru pri jeho prijímaní i expedícii.

Slovenských dodávateľov pritom máme v bežnom a akčnom sortimente, ovocí a zelenine, ako aj v spotrebnom tovare. V potravinách sú slovenskí dodávatelia zastúpení prevažne **pri chladených výrobkoch ako syry či jogurty, alkoholických i nealkoholických nápojoch, čerstvom pečive, hydine, mede a pri dodávaní zeleniny z mierneho pásma**. 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 rýchloobrátkovosti nášho tovaru.

Viac než tri štvrtiny nášho sortimentu tvorili v obchodných rokoch 2018 a 2019 vlastné značky, pričom medzi najvýznamnejších dodávateľov v tomto smere patria OWIM GmbH & Co. KG, OGL – Food Trade, Juan Garcia Lax GmbH, Anecoop Sociedad Cooperativa, Solent GmbH & Co. KG či VITA - ZEL. Naše najvýznamnejšie vlastné značky sú: Pikok, Pilos, Dulano, Mäsiarova čerstvá porcia, Alesto, Lupilu a Esmara.

MODEL ZODPOVEDNOSTI SPOLOČNOSTI LIDL

Model zodpovednosti spoločnosti Lidl sa zameriava na priame aj nepriame účinky nášho podnikania v celom hodnotovom reťazci. Je zosobením postupného vytvárania hodnôt v spoločnosti Lidl a tvorí základ našej stratégie trvalo udržateľného rozvoja a riadenia udržateľnosti v našej spoločnosti. Lidl CSR model je súčasťou globálneho programu CSR 2020 a poskytuje aj našej spoločnosti základ na profesionálne a jednotné vykazovanie informácií o našich aktivitách v oblasti trvalej udržateľnosti. Tento model sa pravidelne prehodnocuje, aby odzrkadľoval aktuálne požiadavky v maloobchodnom sektore, platné legislatívne rámce, Lidl hodnoty aj trendy v rámci reportingu o spoločenskej zodpovednosti. Zároveň nám ponúka možnosť pravidelne vyhodnotiť pozitívne a negatívne vplyvy našej spoločnosti v rámci trvalo udržateľného rozvoja.⁴

Aktualizovaný Model zodpovednosti spoločnosti Lidl sa skladá zo 4 hlavných článkov hodnotového reťazca, ktoré sú rozdelené do 11 oblastí zodpovednosti a 41 potenciálne strategicky dôležitých tém. V rámci týchto štyroch článkov analyzujeme riziká v rámci trvalej udržateľnosti, hľadáme riešenia a nové prístupy integrujeme do svojich obchodných procesov. Je našou každodennou praxou vymieňať si nápady s odborníkmi a čerpať spätnú väzbu od interných aj externých zainteresovaných strán spoločnosti Lidl.

Do strategickej orientácie našich projektov pritom zaraďujeme nielen návrhy, ale aj konštruktívnu kritiku. Naše priority potvrdzujeme aj v rámci analýzy významnosti (materiality analysis), ktorá zahŕňa pravidelné prieskumy zainteresovaných strán.

Lidl CSR model je základným stavebným kameňom na tvorbu našej správy o trvalej udržateľnosti za obchodné roky 2018 a 2019.

Témy, o ktorých píšeme v tejto správe, sú označené farebne:

*** Témy, ktoré vyšli zo stakeholderskej analýzy ako najrelevantnejšie, sú označené hviezdíčkou.**

♥ V našej správe sa okrem nich venujeme aj ďalším témam, ktoré sú dôležité pre našu spoločnosť a ktoré vykazujeme aj z hľadiska väčšej transparentnosti. Tieto témy sú označené srdiečkom.



SUROVINY

Poľnohospodárske vstupy

Pestovanie & plodiny

OCHRANA EKOSYSTÉMOV

- Druhovú rozmanitosť
- * **Suroviny**
- * **Škodlivé látky**
- Sladká voda

ŠTANDARDY CHOVU ZVIERAT

- * **Dobré životné podmienky pre zvieratá**



DODÁVATEĽSKÝ REŤAZEC

Produkcia

Spracovanie

Doprava

OCHRANA ŽIVOTNÉHO PROSTREDIA V DODÁVATEĽSKOM REŤAZCI

- Klíma (v dodávateľskom reťazci)
- Šetrenie zdrojmi (v dodávateľskom reťazci)
- Doprava (v dodávateľskom reťazci)
- * **Cirkulárna ekonomika**

OCHRANA ĽUDSKÝCH PRÁV SÚVISIACICH SO ZAMESTNÁVANÍM

- Ochrana zdravia pri práci (v dodávateľskom reťazci)
- Sloboda združovania
- * **Zákaz diskriminácie**
- Spravodlivé odmeňovanie (v dodávateľskom reťazci)
- Detská práca
- Nútená práca

ROZVOJ DODÁVATEĽOV A TRHU

- Hodnotenie dodávateľov
- Ohľad na dodávateľa a jeho rozvoj
- * **Férové obchodné vzťahy**

PREVÁDZKY

Logistické centrum

Doprava

Predajne a centrála

PREVÁDZKOVÝ MANAŽMENT ŽIVOTNÉHO PROSTREDIA

- Klíma (v prevádzkach)
- * **Šetrenie zdrojmi (v prevádzkach)**
- ♥ **Doprava (v prevádzkach)**
- ♥ **Plánovanie & výstavba**
- ♥ **Plytvanie potravinami**

ZAMESTNANECKÁ ZODPOVEDNOSŤ

- ♥ **Bezpečnosť a ochrana zdravia pri práci (v prevádzkach)**
- Práva zamestnancov
- * **Odmena za prácu**
- ♥ **Rozmanitosť a inklúzia**
- ♥ **Rovnováha v živote**
- * **Interné možnosti rozvoja**

ZÁKAZNÍK

Nákup

Spotreba

Odstránenie odpadu

ZODPOVEDNÉ PRODUKTY

- ♥ **Udržateľné produkty**
- * **Využívanie lokálnych zdrojov**
- * **Kvalitné a bezpečné produkty**

TRANSPARENTNOSŤ V MIESTE PREDAJA

- * **Spätná dosledovateľnosť pôvodu**
- Údaje o zložení a výživových hodnotách
- Označovanie produktov

SPOLOČENSKÁ PRIDANÁ HODNOTA

- * **Firemné občianstvo**
- * **Compliance**
- * **Miestny rozvoj**
- Spolupráca

ZODPOVEDNÁ KOMUNIKÁCIA

- Rozhovor s partnermi v podnikaní
- ♥ **Zákazník v centre záujmu**



SUROVINY: Ochrana ekosystémov – zlepšenie životných podmienok zvierat

Pri výrobe našich produktov sme závislí od pestovania a zberu poľnohospodárskych vstupov, chovu hospodárskych zvierat a rybolovu. Tieto činnosti majú vplyv na prírodné ekosystémy a vyvolávajú otázky týkajúce sa dobrých životných podmienok pre zvieratá. Preto spoločnosť Lidl Slovenská republika preberá zodpovednosť na samom začiatku svojho hodnotového reťazca. Aktívne chceme prispievať k zlepšovaniu blahobytu hospodárskych zvierat a spolu so svojimi dodávateľmi a partnermi sme sa zaviazali chrániť prírodné biotopy a biodiverzitu.

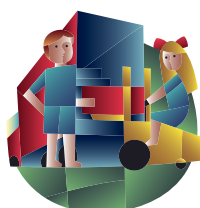
Pre jednoduchšie pochopenie tieto témy komunikujeme našim partnerom v rámci oblasti SORTIMENT



DODÁVATEĽSKÝ REŤAZEC: Ochrana životného prostredia – zabezpečenie spravodlivých pracovných podmienok

Spracovanie poľnohospodárskych primárnych produktov a následné výrobné a dopravné procesy majú ekologické i sociálne vplyvy. Je našou úlohou zabezpečiť, aby sa environmentálne a sociálne štandardy spojené s tými procesmi postupne zlepšovali. Za týmto účelom spolupracujeme s dodávateľmi a kde je to možné, tam znižujeme použitie surovín a do našich výrobných procesov začleňujeme koncept recyklácie a cirkulárnej ekonomiky. Prostredníctvom týchto záväzkov sa spoločnosť Lidl Slovenská republika usiluje o zlepšenie životných a pracovných podmienok ľudí v rozvojových krajinách, čo je ešte posilnené našim členstvom v UN Global Compact.

Pre jednoduchšie pochopenie tieto témy komunikujeme našim partnerom v rámci oblasti DODÁVATEĽSKÝ REŤAZEC



PREVÁDZKY: Zvyšovanie efektívnosti – podpora zamestnancov

Efektívne nastavené procesy v našich logistických centrách a v predajniach sú našou cestou, ako prispieť k ochrane klímy, šetreniu zdrojov a zníženiu plytvania s potravinami. Zaviazali sme sa tiež zabezpečiť pohodlie a chrániť zdravie našich zamestnancov. Vytvárame dobré pracovné prostredie a podporujeme rovnováhu medzi rodinným a pracovným životom.

Pre jednoduchšie pochopenie tieto témy komunikujeme našim partnerom v rámci oblastí ZAMESTNANCI a ŽIVOTNÉ PROSTREDIE



ZÁKAZNÍK: Podporujeme udržateľnú spotrebu – vytvárame transparentnosť

Sme veľká obchodná spoločnosť, ktorá má moc ovplyvniť spotrebiteľské správanie svojich zákazníkov a pomôcť im robiť udržateľné a informované rozhodnutia o kúpe. Chceme našim zákazníkom umožniť zdravé stravovanie prostredníctvom nášho sortimentu výrobkov. Neustále skúmame naše produkty, aby sme zistili, či by mohli byť udržateľnejšie, a transparentne o tom informujeme zákazníkov. Spoločnosť Lidl Slovenská republika tiež vytvára pridanú sociálnu hodnotu podporou mnohých organizácií, ktoré sa zasuďujú za trvalú udržateľnosť a spoločenskú zodpovednosť.

Pre jednoduchšie pochopenie tieto témy komunikujeme našim partnerom v rámci oblastí SORTIMENT a SPOLOČNOSŤ



CESTA SLOVENSKEHO JABLKA NAŠIM HODNOTOVÝM REŤAZCOM

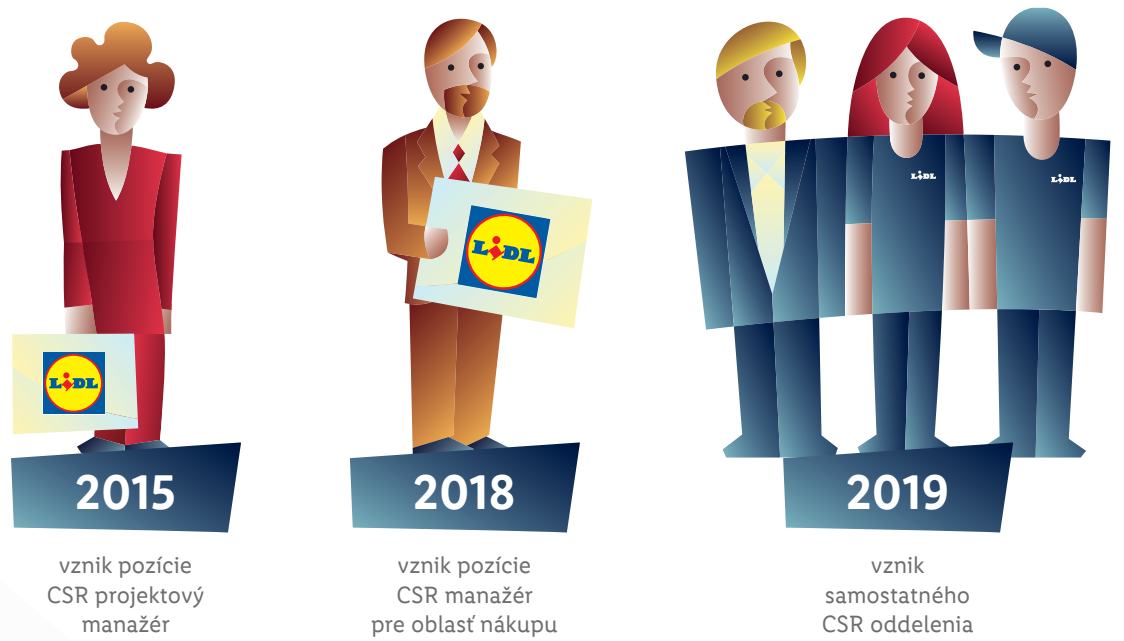


NÁŠ CSR TÍM

Za hodnoty trvalej udržateľnosti sa zasadzuje priamo najvyšší manažment spoločnosti Lidl Slovenská republika. Celkovú zodpovednosť za nastavenie CSR procesov, cieľov a aktivít nesie generálny riaditeľ spoločnosti Matúš Gála. Za implementáciu našej CSR stratégie, ako aj za komunikáciu so zainteresovanými stranami zodpovedá úsek komunikácie. V rámci neho vzniklo v marci 2019 samostatné CSR oddelenie, ktoré tvoria dvaja zamestnanci. 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 rámci tímu 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 každodennej práci. Za organizáciu stretnutí a komunikáciu CSR tém je zodpovedné CSR oddelenie.

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.¹



CSR TÍM SPOLOČNOSTI LIDL SLOVENSKÁ REPUBLIKA²



DIALÓGY S PARTNERMI V PODNIKANÍ¹

V Lidlí sa držíme hesla, že otvorené dialógy a medzisektorové partnerstvá nás posúvajú vpred.

„So svojimi partnermi pravidelne diskutujeme na rozličné témy, snažíme sa porozumieť ich potrebám a problémom a na otázky týkajúce sa nášho podnikania vždy odpovedáme transparentne. Integrita a zapojenie všetkých zainteresovaných strán sú kľúčové pre úspech našej spoločnosti a obhajobu jej záväzkov a dosiahnutých výsledkov. Veríme, že práve aktívna spolupráca a konštruktívne dialógy sú kľúčové pre realizáciu inovatívnych systémových riešení, ktoré vedú k pozitívnej zmene v našej krajine.“



TOMÁŠ BEZÁK
vedúci úseku komunikácie

Od roka 2018 pravidelne organizujeme stakeholderské dialógy, na ktoré pozývame zástupcov našich dodávateľov, médií, neziskoviek, verejného a štátneho sektora. Tieto dialógy prebiehajú dvakrát ročne formou okrúhleho stola. Zúčastňuje sa na nich náš generálny riaditeľ Matúš Gála, ktorý spoločne s obchodným riaditeľom spoločnosti Lidl pre oblasť nákupu a jej CSR manažérmi otvorene reaguje na všetky otázky, ktoré našich partnerov zaujímajú.

S našimi partnermi však nekomunikujeme iba prostredníctvom špeciálnych podujatí, ale obojsmerná komunikácia prebieha počas celého roku. Všetky komunikačné kanály, ktoré v tomto smere využívame, sú zhrnuté v tabuľke na nasledujúcej strane.

V obchodných rokoch 2018 a 2019 sme zorganizovali tri stakeholderské dialógy:



12 účastníkov

Október 2018

TÉMA

Predstavenie našej CSR stratégie a prvej Správy o trvalej udržateľnosti



18 účastníkov

Máj 2019

TÉMA

Plasty a zdravá výživa



27 účastníkov

November 2019

TÉMA

Naša 15-ročná cesta k lepšiemu zajtrajšku a predstavenie našich Dobrých správ o trvalej udržateľnosti

Naši najdôležitejší partneri v podnikaní a nástroje, ktoré využívame pri komunikácii s nimi:²



Externí stakeholderi:

- Zákazníci
- Dodávatelia
- Neziskový sektor
- Média
- Verejnosť
- Štátny sektor

Komunikačné nástroje a kanály:

- Lidl leták, newsletter a ďalšie reklamné materiály
- Aplikácie Lidl App, Lidl Plus a Lidl Bot
- Webové stránky www.lidl.sk a www.spolocenskazodpovednost.sk
- Vizuality v predajniach
- Sociálne médiá (Facebook, Instagram, LinkedIn a Youtube)
- Tlačové správy pre novinárov
- Zákaznícka linka a CSR schránka csr@lidl.sk
- Záujmové združenia a skupiny, ktorých sme členmi
- Stakeholderské dialógy
- Osobné stretnutia a rozhovory



Interní stakeholderi:

- Zamestnanci

Komunikačné nástroje a kanály:

- Intranet LidlNet
- Aplikácia We Are Lidl
- Časopis Medzi nami
- CSR kalendár
- Nástenky, stojany, vizuály
- CSR tím
- Školenia pre nových zamestnancov
- Interné newslettery
- CSR workshopy a small talky
- CSR vesmír (nový koncept internej komunikácie CSR aktivít)

- Celoročná komunikácia CSR tém
- Viackrát za rok
- Raz až dvakrát ročne

STAKEHOLDERSKÁ ANALÝZA A VÝBER RELEVANTNÝCH TÉM

Na konci obchodného roku 2019 sme zrealizovali svoju druhú komplexnú stakeholderskú analýzu, aby sme sa uistili, že naša CSR stratégia je i naďalej v súlade s očakávaniami našich zainteresovaných strán a odráža aktuálne požiadavky trhu. S jej priebehom a výsledkami sa môžete oboznámiť na nasledujúcich stranách.

„Absolvovali sme štyri plodné mesiace plné interných diskusií, inšpiratívnych stretnutí a dotazníkových prieskumov. Podarilo sa nám zozbierať viac ako 600 hodnotných názorov a pripomienok, za ktoré našim partnerom veľmi ďakujeme. Ich výsledkom je 23 podrobne spracovaných tém v tomto CSR reporte, ktoré náš manažment aj naši stakeholderi označili za najdôležitejšie z hľadiska trvalej udržateľnosti a nášho podnikania na Slovensku. Veríme, že v nich nájdete odpovede aj na vaše otázky.“



ZUZANA SOBOTOVÁ
vedúca oddelenia CSR koordinácie

KTORÝCH PARTNEROV SME OSLOVILI V RÁMCI STAKEHOLDERSKEJ ANALÝZY?¹

V Lidlí sme si zadefinovali 6 základných skupín partnerov, ktorých názory sa musia zohľadniť pri tvorbe správ o trvalej udržateľnosti v každej krajine. Ide o zákazníkov, zamestnancov, dodávateľov, médiá, neziskový sektor, štátny/verejný sektor. Pre spoločnosť Lidl sú najdôležitejší jej zákazníci, preto mala táto zainteresovaná strana počas celej analýzy váhu 50 %, ostatné skupiny sú rovnocenné a majú dohromady váhu 50 %. Ide teda o rovnaké nastavenie, aké sme použili v našej Správe o trvalej udržateľnosti za obchodný rok 2017.

PROCES VÝBERU RELEVANTNÝCH TÉM²

MATICA RELEVANTNOSTI 1.0

1. Predstavenie aktualizovaného CSR modelu spoločnosti Lidl členom nášho CSR tímu

2. Posúdenie vplyvu spoločnosti Lidl SR v jednotlivých CSR témach z hľadiska trvalej udržateľnosti

- CSR workshop pre členov CSR oddelenia – 4. november 2019 (3 účastníci)

3. Zhodnotenie vplyvu spoločnosti Lidl SR v jednotlivých CSR témach z hľadiska trvalej udržateľnosti a interná stakeholderská analýza

- CSR workshop pre členov širšieho CSR tímu – 6. november 2019 (9 účastníkov)
- Pri všetkých 41 témach bol zhodnotený ich pozitívny aj negatívny vplyv v rámci stanovených koridorov vplyvu zo strany materskej spoločnosti Lidl. CSR tím zhodnotil aj relevantnosť daných tém pre všetkých 6 skupín stakeholderov.
- Vylúčenie 8 najmenej relevantných tém

MATICA RELEVANTNOSTI 2.0

4. Externá stakeholderská analýza

- november 2019 – január 2020
- 6 skupín stakeholderov:
 - zákazníci – kvantitatívny reprezentatívny prieskum, 400 respondentov
 - zamestnanci – intranetový prieskum, 189 respondentov
 - dodávatelia – kvantitatívny dotazník v rámci stakehodlerského dialógu, 8 respondentov
 - médiá – kvantitatívny dotazník v rámci stakeholderského dialógu + mailom, 8 respondentov
 - neziskový sektor – kvantitatívny dotazník v rámci stakeholderského dialógu, 8 respondentov
 - štátny a verejný sektor – kvantitatívny dotazník v rámci stakeholderského dialógu, 5 respondentov

MATICA RELEVANTNOSTI 3.0

5. Schválenie matice relevantnosti generálnym riaditeľom spoločnosti Lidl SR Matúšom Gálom

- Management Board Workshop – 26. február 2020
- Výsledkom bola finálna matica relevantnosti (3.0) a 15 relevantných tém + 8 špeciálnych tém, ktoré síce nevyšli ako materiálne, ale rozhodli sme sa ich dobrovoľne reportovať, keďže sú dôležité pre naše podnikanie na Slovensku.

Najrelevantnejšie Lidl témy pre stakeholderov z hľadiska trvalej udržateľnosti:³

Zákazníci (400 osôb, váha 50 %)

- Kvalitné a bezpečné produkty
- Plytvanie potravinami
- Škodlivé látky
- Regionálne produkty

Médiá (8 zástupcov)

- Kvalitné a bezpečné potraviny
- Rozmanitosť a inklúzia
- Odmena za prácu
- Škodlivé látky

Zamestnanci (189 osôb)

- Rozmanitosť a inklúzia
- Interné možnosti rozvoja
- Práva zamestnancov
- Škodlivé látky

Neziskové organizácie (8 zástupcov)

- Plytvanie potravinami
- Udržateľné produkty
- Dobré podmienky pre zvieratá
- Škodlivé látky

Dodávatelia (8 firiem)

- Férové obchodné vzťahy
- Suroviny
- Compliance
- Škodlivé látky

Štátny a verejný sektor (5 zástupcov)

- Regionálne produkty
- Compliance
- Spätná dosledovateľnosť pôvodu produktov
- Označovanie produktov
- Biodiverzita
- Škodlivé látky

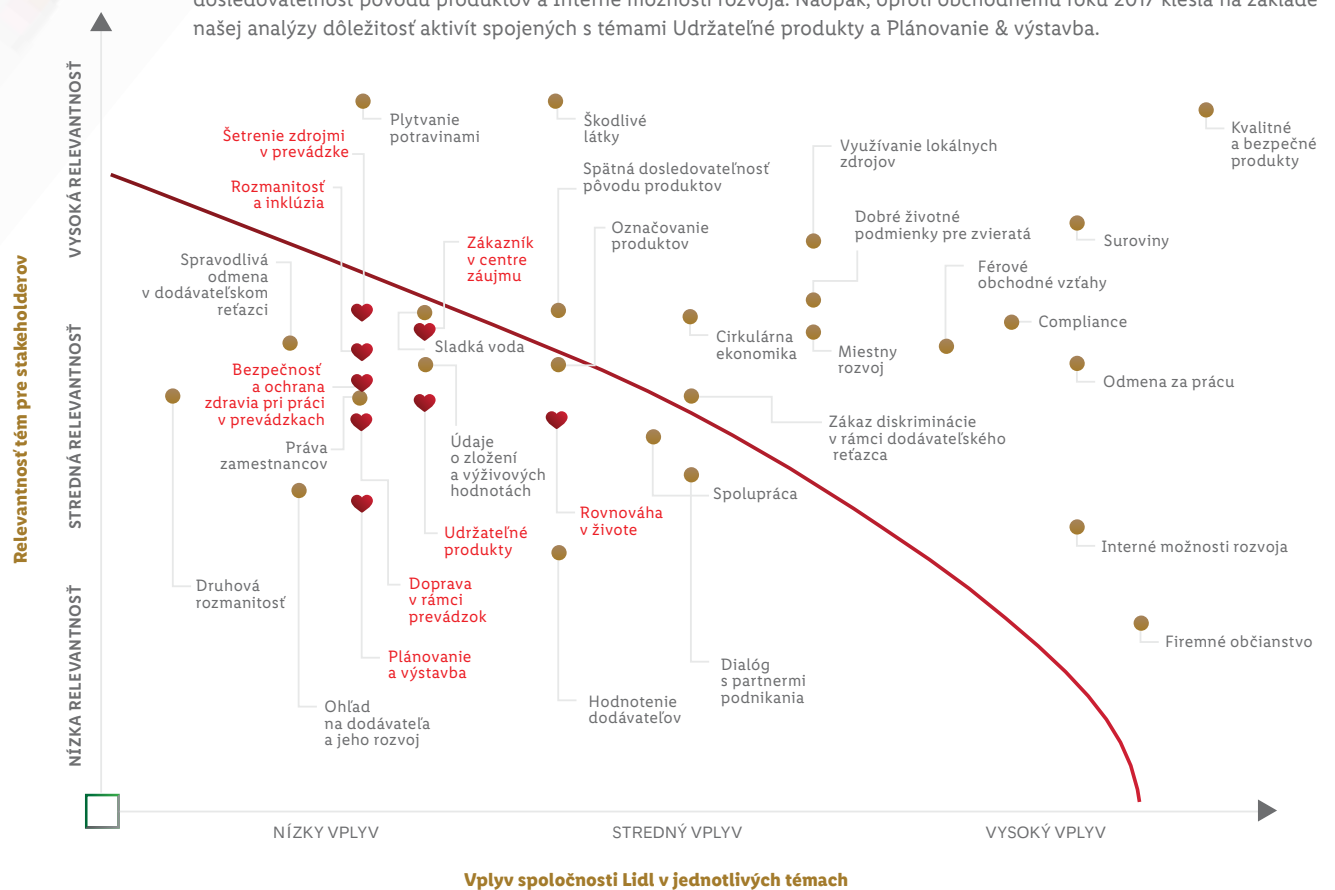
Výsledky prieskumov ukazujú, že naši partneri za najdôležitejšie považujú najmä aktivity spojené s prevenciou znečisťovania pôdy, vody a vzduchu, ktoré môže vzniknúť pri získavaní prírodných zdrojov. Táto téma je dôležitá pre všetkých šesť skupín stakeholderov. Stále rezonujúca je aj téma podpory slovenských dodávateľov, a to najmä pre našich zákazníkov a štátny sektor. Rovnako ako pred dvomi rokmi sa medzi najrelevantnejšími témami objavili aj dostupnosť kvalitných a bezpečných potravín, predchádzanie plytvaniu potravinami a dodržiavanie platných zákonov. Zo zoznamu najrelevantnejších tém vypadli, v porovnaní s obchodným rokom 2017, témy ako firemné občianstvo a miestny rozvoj.



FINÁLNA MATICA RELEVANTNOSTI¹

Výsledkom stakeholderskej analýzy bolo vytvorenie finálnej matice relevantnosti, ktorú môžete vidieť na obrázku. Os x zobrazuje v matici spoločenský, environmentálny a ekonomický vplyv spoločnosti Lidl v jednotlivých témach. Os y vyjadruje relevantnosť tém pre našich najdôležitejších stakeholderov. Témy, ktoré sa nachádzajú nad nakreslenou líniou (15), sú z pohľadu analýzy významnosti najdôležitejšie a budeme sa im podrobne venovať v tejto správe o trvalej udržateľnosti. ♥ **Témy označené srdiečkom a červenou farbou (8)** síce nevyšli z našej stakeholderskej 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 2018 a 2019 systematicky rozvíjali, preto budeme naše ciele a dosiahnuté výsledky v týchto oblastiach reportovať dobrovoľne.

Pri porovnaní s našou poslednou správou o trvalej udržateľnosti vzrástla významnosť tém Kvalitné a bezpečné produkty, Suroviny či Odmena za prácu. Veľmi podobné hodnotenie získali témy Dobré životné podmienky pre zvieratá, Spätná dosledovateľnosť pôvodu produktov a Interné možnosti rozvoja. Naopak, oproti obchodnému roku 2017 klesla na základe našej analýzy dôležitosť aktivít spojených s témami Udržateľné produkty a Plánovanie & výstavba.



SUROVINY

DOBRÉ ŽIVOTNÉ PODMIENKY PRE ZVIERATÁ



NAŠE DLHODOBÉ CIELE V TEJTO TÉME:

- **Najneskôr do konca roka 2025 vylúčiť zo sortimentu vajcia z klieťkového chovu a predávať výlučne vajcia z podstielkového chovu a z chovu s voľným výbehom. Platí to pre čerstvé vajcia, ako aj pre potraviny vlastných značiek obsahujúce spracované vajcia.**
- **Kontinuálne hľadanie nových riešení spolu s dodávateľmi na zlepšenie podmienok pre zvieratá.**

NÁŠ MANAŽÉRSKY PRÍSTUP

Ako predajca živočíšnych produktov preberáme zodpovednosť aj za dobré životné podmienky pre zvieratá. Podporujeme aspekty ochrany zvierat, ktoré presahujú rámec minimálnych zákonných požiadaviek, a to napríklad prostredníctvom opatrení na zlepšenie podmienok chovu. Pri každodennej komunikácii s dodávateľmi a pri uzatváraní obchodných dohôd kladíme dôraz na dodržiavanie platnej legislatívy, interných zásad, ako aj vzájomných „džentlenských“ dohôd. Spolupracujeme s certifikovanými dodávateľmi, ktorí spĺňajú štandardy vyplývajúce z platnej legislatívy. Okrem toho dodávateľia produktov našich vlastných značiek musia byť držiteľmi certifikátov International Featured Standards alebo British Retail Consortium. Štúdie tiež ukazujú, že chuť a kvalita mäsa a vajec sú lepšie, ak sú splnené štandardy a zaručené lepšie podmienky na chov zvierat.

„Naším medzinárodným cieľom je do roka 2025 vylúčiť zo sortimentu vajcia z klieťkového chovu. To platí pre čerstvé vajcia aj pre potraviny našich vlastných značiek, ktoré vajcia obsahujú. Aby sme tento cieľ dosiahli, aktívne diskutujeme s našimi dodávateľmi a hľadáme spoločné riešenia, ako zvýšiť podiel vajec z podstielkového alebo voľného chovu. Prechod na iný systém si však vyžaduje pomerne vysoké investície zo strany našich dodávateľov, preto je vylúčenie vajec z klieťkového chovu dlhodobý proces.“



ROMANA PATRÁŠOVÁ
CSR manažérka pre oblasť nákupu

Za riadenie procesov súvisiacich s dobrými životnými podmienkami pre zvieratá je zodpovedná naša **CSR manažérka pre oblasť nákupu**. Jej hlavnou zodpovednosťou je zmapovanie aktuálneho stavu v dodávateľskom reťazci a hľadanie odpovedí na nové CSR výzvy spolu s našimi dodávateľmi, ako aj ciest, ako dosiahnuť naše ciele, ktoré sme si stanovili. Samotnú diskusiu o konkrétnych opatreniach potom vedú príslušní nákupcovia.

Čo sa týka kvality mäsa a mäsových produktov, medzi naše najdôležitejšie iniciatívy v tomto smere patrí podpora programu chovu hydiny „Welfare“. Tento program zabezpečuje uvedomelý chov zvierat s ohľadom na čo najlepšie životné podmienky zvierat. Medzi opatrenia v tomto smere patrí celodenný prísun vody a krmiva s vyváženým zložením, predĺžený čas výkrmu a minimálne 10 cm hlboká podstielka.

Dôkazom kvality našich mäsových produktov je aj vlastná značka Mäsiarova čerstvá porcia. Pod ňou nájdete kvalitné a 100 % čerstvé mäso dovážané do našich predajní každý deň. Pri jeho transporte i manipulácii sú dodržiavané prísne hygienické predpisy. Hygienické balenie a ochranná atmosféra zabezpečujú optimálne podmienky skladovania z pohľadu mikrobiológie a transportu od dodávateľa až k zákazníkovi.



Náš manažérsky prístup v tejto téme prehodnocujeme pri každodennom rokovaní a vývoji nových produktov. Chceme ustavične napredovať a zostať proaktívnym inovátorom priorít pri svojom poslaní zabezpečiť dobré životné podmienky pre zvieratá.

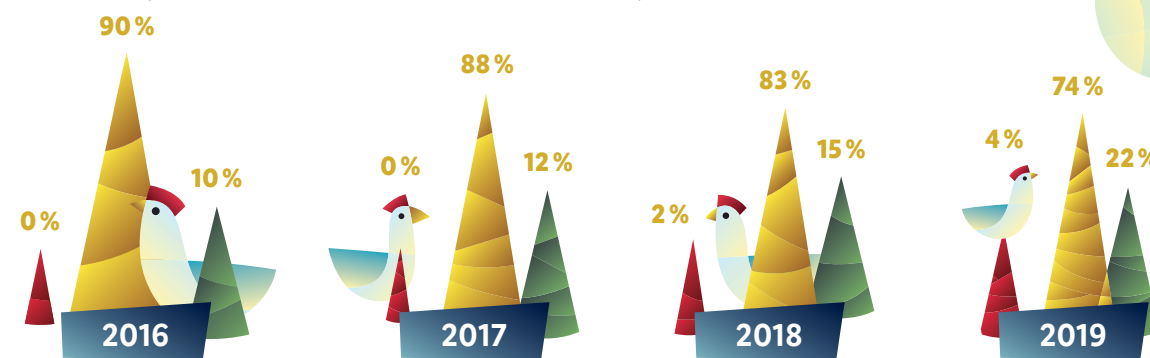
Podnety týkajúce sa mäsa, mäsových produktov či vajec môžu zákazníci smerovať na našu zákaznícku linku. Aby sme však týmto pripomienkam predchádzali, spolupracujeme s certifikovanými dodávateľmi, pravidelne vykonávame náhodné senzorické skúšky kvality svojich výrobkov, vyhodnocované oddelením kvality a zodpovedným nákupcom, a pravidelné laboratórne analýzy. Rovnako kontrolujeme kvalitatívne parametre tovaru ešte pred jeho príjmom do svojich skladov a dodávateľov pravidelne preverujeme neohlásenými auditmi. To všetko sú opatrenia, ktorými zabezpečujeme najvyššiu kvalitu výrobkov.¹



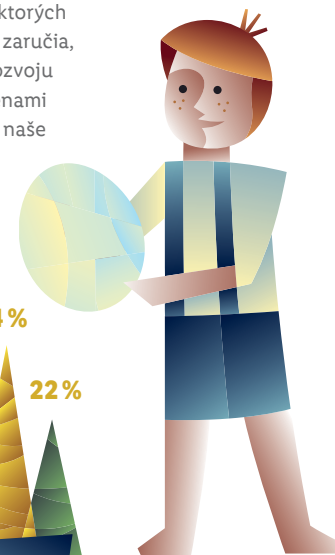
SLIEPKA ALEBO VAJCE? OBE SÚ PRE NÁS PRVORADÉ²

Podľa prieskumu agentúry 2muse z roka 2019 až 81 % Slovákov tvrdí, že im záleží na podmienkach chovu sliepok, ktorých vajčka neskôr nakupujú v obchodných reťazcoch. Kúpou vajec z udržateľného poľnohospodárstva totiž zákazníci zaručia, že ich nosnice majú lepšie životné podmienky. V Lidli sme si tohto trendu vedomí a chceme prispieť k ďalšiemu rozvoju chovu hydiny a takisto k jeho zlepšeniu. O tom, že v tejto téme aj napriek dlhodobým procesom spojeným so zmenami technológií u svojich dodávateľov postupne napredujeme, svedčia aj nasledujúce informácie. Tieto dáta ukazujú naše postupné kroky pri plnení cieľa vylúčiť z nášho sortimentu vajcia z klieťkového chovu do konca roka 2025.

Čerstvé vajcia v našom sortimente za obchodné roky 2016 až 2019:²



■ Volný chov ■ Klieťkový chov ■ Podstielkový chov



V obchodnom roku 2018 sme prvýkrát zaradili do svojho sortimentu čerstvé vajcia z chovu s voľným výbehom. Spoznáte ich podľa špeciálneho kódu na vajíčku, ktorý je vo formáte „1XXX“.

Čerstvé vajcia v našom sortimente pochádzajúce zo Slovenska:

Obchodný rok 2018 – **56,75 %**

Obchodný rok 2019 – **41,23 %**

Nižší podiel v poslednom obchodnom roku spôsobila znižujúca sa konkurencieschopnosť slovenských dodávateľov, nedostatočná kapacita i nesplnenie požiadaviek medzinárodných štandardov niektorých dodávateľov v oblasti bezpečnosti a kvality zistené počas nezávislých auditov.

KVALITA MÄSA U NÁS NEPOZNÁ KOMPROMISY

Živočíšne produkty predávané na pultoch našich predajní pochádzajú z viacerých druhov chovov – intenzívneho, polointenzívneho, extenzívneho, prípadne ich kombinácie.

Snažíme sa, aby mäso v našom sortimente spĺňalo najvyššie štandardy kvality a zároveň aby v čo najväčšom možnom pomere pochádzalo od slovenských dodávateľov. Situácia na Slovensku však v tomto smere stále nie je priaznivá a lokálni producenti nie sú dostatočne konkurencieschopní a nespĺňajú tak všetky parametre, ktoré na mäso kladíme. Preto sme v posledných obchodných rokoch museli čerstvé mäso aj dovážať.

Mäso v našej ponuke pochádzajúce od slovenských producentov:

Obchodný rok 2018 – **55 %**

Obchodný rok 2019 – **29,48 %**

Z akých krajín sme v obchodných rokoch 2018 a 2019 čerstvé mäso dovážali?

Obchodný rok 2018 – 

Obchodný rok 2019 – 

Miestnych farmárov sme sa v posledných dvoch obchodných rokoch snažili podporovať poukazovaním na slovenský pôvod mäsa v našich letákoch či kampaňou **Z farmy na stôl**. V rámci tejto kampane sme ponúkli zákazníkom vo všetkých svojich predajniach na Slovensku slovenské kuracie a bravčové mäso pochádzajúce z uvedomelého chovu, pri ktorom sa berie ohľad na čo najlepšie životné podmienky zvierat s minimom stresu.



SUROVINY & ŠKODLIVÉ LÁTKY



NAŠE DLHODOBÉ CIELE V TEJTO TÉME:

- **Znížiť záťaž na človeka a životné prostredie pri výrobe textilu a obuvi našich vlastných značiek.**
- **+ Ciele z kapitoly Udržateľné produkty, ktoré nájdete na strane 86.**



NÁŠ MANAŽÉRSKY PRÍSTUP

V rámci tém Suroviny & Škodlivé látky sa v Lidli sústreďujeme na environmentálne aj ľudské vplyvy týkajúce sa ťažby a získania prírodných zdrojov, pri ktorých môže mať maloobchodný sektor potenciálne najväčší negatívny vplyv na životné prostredie. Priamu zodpovednosť nesie naša spoločnosť v tejto oblasti za dodávateľov, s ktorými má uzavreté obchodné zmluvy (úroveň 1), pri ich subdodávateľoch ide o nepriamu zodpovednosť (úroveň 2 až n).

Situácia na Slovensku na základe **Správy o stave životného prostredia Slovenskej republiky v roku 2018** (vydanej v decembri 2019) nie je príliš priaznivá. Stúpajúcu tendenciu možno vidieť v spotrebe priemyselných hnojív aj pesticídov (2018: 5403,5 tony, čo je o 191,4 tony viac ako v roku 2017). Čo sa týka ekologickej poľnohospodárskej výroby, z hľadiska výmery poľnohospodárskej pôdy predstavovala v roku 2018 iba 9,85 %. Cieľom Envirostratégie 2030 je zvýšiť tento podiel minimálne na 13,5 %. Pozitívnu správou je medziročný pokles emisií skleníkových plynov a amoniaku z poľnohospodárstva aj medziročne znížený odber povrchovej a podzemnej vody v tejto oblasti. Čo sa týka zásob nerastných surovín v našej krajine, podiel ich ťažby na zásobách za rok 2018 zatiaľ neindikuje problém s ich vyčerpatelnosťou.

Hlavným cieľom spoločnosti Lidl je predchádzať znečisťovaniu pôdy, ovzdušia a vody v súvislosti s ťažbou a pestovaním surovín. V snahe zachovať prírodné ekosystémy preferujeme obnoviteľné zdroje a certifikované suroviny a svoje záväzky v rámci trvalej udržateľnosti aktívne komunikujeme svojim dodávateľom.

„Pri minimalizovaní rizík týkajúcich sa ľudských práv a ekológie sa vo svojich dodávateľských vzťahoch zameriavame v prvom rade na produkciu výrobkov vlastných značiek. Tieto nepredstavujú len väčšinu nášho obratu, ale sme za ne aj priamo zodpovední. Pri týchto produktoch systematicky analyzujeme potenciálne riziká súvisiace s porušovaním ľudských práv a vplyvmi na životné prostredie. Z týchto poznatkov potom odvodzujeme konkrétne opatrenia, ktoré by mali účinne zabráňovať negatívnym vplyvom našej obchodnej činnosti a minimalizovať ich. Hodnotenie potenciálnych rizík pre produkty našich vlastných značiek sa vykonáva v rámci systematického procesu, ktorý sa opiera o indexy Globálny právny index ITUC alebo Global Slavery Index, a tieto kombinuje s údajmi Organizácie pre výživu a poľnohospodárstvo Organizácie Spojených národov a s indexom environmentálnej výkonnosti. Okrem toho využívame odbornosť externých stakeholderov, s ktorými si pravidelne vymieňame informácie.“



ROMANA PATRÁŠOVÁ
CSR manažérka pre oblasť nákupu

NAŠE AKTIVITY



Základné ekologické riziká, s ktorými sa Lidl stretáva:

- **Biodiverzita:** strata funkčnosti ekosystémov a rozmanitosti druhov
- **Klíma:** uvoľňovanie emisií skleníkových plynov v dodávateľskom reťazci
- **Odlesňovanie:** transformácia pôd, strata životných priestorov
- **Pitná voda:** nedostatok vody a nedostatočný prístup k vode, znečisťovanie vôd
- **Používanie chemikálií:** znečistenie pôdy, vzduchu a vody

Po identifikovaní rizík vzťahujúcich sa na strategické suroviny sa tieto prediskutujú s nákupnými oddeleniami v iných krajinách, ako aj so strategickými dodávateľmi. Zodpovednosť za túto komunikáciu nesie CSR manažérka pre oblasť nákupu spolu s príslušnými nákupcami. Výsledkom diskusie sú záväzné stanoviská pre oblasť nákupu a pre všetkých dodávateľov, ktoré sú dostupné na našej webovej stránke www.spolocenskazodpovednost.sk a v kapitole Udržateľné produkty začínajúcej sa na str. 86.

Prípadné podnety v týchto témach môžu naši partneri nahlásiť cez zákaznícku linku¹.

ZASADZUJEME SA ZA ZODPOVEDNÝ RYBOLOV

Snažíme sa zachovať naše oceány, moria, rieky a jazerá aj pre ďalšie generácie, preto podporujeme zodpovedný rybolov a nakupujeme ryby pod vlastnou značkou s certifikátom Marine Stewardship Council (MSC). Nielen voľný rybolov, ale aj akvakultúra sa stáva v spoločnosti Lidl dôležitou témou, na ktorú kladíme veľký dôraz, a v čo najväčšej možnej miere sa snažíme nasledovať ciele Svetového fondu na ochranu prírody. Aquaculture Stewardship Council (ASC) určuje environmentálne a sociálne štandardy na certifikáciu zodpovedne riadených rybích fariem. Prispieva tak k zabezpečeniu dostupnosti rýb a morských plodov a zdravého ekosystému morí.

100 % nami ponúkaných morských rýb a rybích výrobkov vlastných značiek spĺňa od septembra 2019 štandardy MSC/ASC.²

UŽ PÄŤ ROKOV SME SÚČASŤOU DETOX ZÁVÄZKU³

Aby sme mohli dodržiavanie svojich záväzkov v rámci ochrany životného prostredia kontrolovať, vykonávame environmentálne audity. V rokoch 2015 až 2020 je jedným z projektov zahŕňajúcich environmentálne audity aj náš DETOX záväzok, ktorým sme sa v decembri 2014 pripojili ku kampani Greenpeace Detox. V rámci neho sme sa zaviazali trvalo udržateľne produkovať textilie vlastných značiek, vylúčiť používanie ohrozujúcich chemikálií v textilnej výrobe a nahradiť ich bezpečnejšími alternatívami.

V rámci projektu sa systematicky analyzuje, ktoré potenciálne riziká pre životné prostredie môžu vznikáť pri našich obchodných procesoch a pri výrobe produktov našich vlastných značiek. Na základe získaných poznatkov potom prijímame opatrenia, ktorými odstraňujeme alebo aspoň minimalizujeme negatívne vplyvy svojej činnosti na životné prostredie.

Približne 80 % nášho textilu vlastných značiek sa vyrába v Bangladéši a Číne, preto sa aj pri spomenutých opatreniach sústredíme najmä na tieto krajiny.

Spoločnosť Lidl vyvinula vlastný systém na kontrolu environmentálnych vplyvov výrobcov textilu. **V roku 2018 sa stanovilo, že všetci priami dodávatelia textilu a obuvi našich vlastných značiek budú certifikovaní podľa nezávislého certifikačného systému STeP od OEKO-TEX®.** V roku 2019 bola držiteľom tohto certifikátu približne polovica dodávateľov.

V spolupráci s uznávanými odborníkmi v oblasti certifikácie vyvinula spoločnosť Lidl kritériá environmentálnych auditov. Lidl vykonáva prostredníctvom nezávislých inštitúcií neohlásené kontroly u svojich dodávateľov. Tento systém sa pravidelne prepracúva a ďalej rozvíja. V rámci auditov sa skúmajú témy environmentálneho manažmentu, chemického manažmentu, manažmentu znečistenia, manažmentu čističiek odpadových vôd a dobrých spôsobov práce. Výrobná spoločnosť dostane plán s nápravnými opatreniami na základe výsledkov auditu. Ak sa nápravné opatrenia neimplementujú, sme oprávnení zrušiť objednávku u tohto výrobcu.

Počas sledovaného obdobia (2019) sa u subdodávateľov uskutočnilo 52 environmentálnych auditov, pričom kritické zistenia sa ukázali v polovici kontrolovaných tovární.

Prečo? Zatiaľ čo spoločnosť Lidl od roka 2018 požaduje od priamych dodávateľov osvedčenie STeP od spoločnosti OEKO-TEX®, audity sa od roka 2019 zameriavajú viac na subdodávateľov. Podiel kontrolovaných subdodávateľov bol v roku 2019 96 % (2018: 19 %). Medzi najčastejšie nedostatky patria kritické zistenia týkajúce sa povolení a licencií (77 %) a hospodárenie s odpadovými vodami (62 %).

Okrem environmentálnych auditov u všetkých výrobcov našich nepotravinových výrobkov vo výrobných krajinách mimo Európy každý rok vykonávame nezávislé sociálne audity amfori BSCI. Pozitívny výsledok auditu je pritom základom pre naše rozhodnutie o ďalšej spolupráci s daným dodávateľom. Pre zvlášť rizikové dodávateľské reťazce navyše etablujeme dodatočné mechanizmy na podávanie sťažností, ktoré sú špecifické pre dané situácie. Lidl je napríklad aktívnym členom pracovnej skupiny Bangladesh Accord, ktorá sa stará o rozvoj vhodných mechanizmov na podávanie sťažností pre zamestnancov v textilnom priemysle v Bangladéši.

Detox kampaň sa končí v roku 2020, bola však dôležitým míľnikom na ceste k trvalo udržateľnej produkcii textilu a obuvi, teda k produkcii zodpovednej k ľuďom a životnému prostrediu.

Vo svojich aktivitách a environmentálnych auditoch budeme pokračovať v rámci nových projektov, o ktorých vás budeme čoskoro informovať.

DODÁVATEĽSKÝ REŤAZEC

CIRKULÁRNA EKONOMIKA



NAŠE DLHODOBÉ CIELE V TEJTO TÉME:

- Obmedzenie používania plastov v našom podnikaní o 20 % do roka 2025.
- Zabezpečenie maximálnej recyklovateľnosti 100 % plastových obalov našich vlastných značiek do konca roka 2025.
- Znižovanie množstva skládkovaných odpadov a zvýšenie miery recyklácie v našom podnikaní.

NÁŠ MANAŽÉRSKY PRÍSTUP

Téma cirkulárnej ekonomiky sa nesie celou našou spoločnosťou a jej hodnotovým reťazcom – od dizajnu produktov a ich balenia cez prepravu až po ich zneškodnenie. Za efektívne a ekologické nakladanie s odpadmi a ich ďalšie využitie zodpovedá v našej spoločnosti úsek logistiky, resp. oddelenie centrálnej logistiky. Ďalšou vetvou tejto témy je optimalizácia používania plastov a obalových materiálov v našom podnikaní, za ktoré nesie zodpovednosť úsek nákupu.

Na základe informácií zo **Správy o stave životného prostredia Slovenskej republiky 2018** (zverejnenej v decembri 2019) a z Envirostratégie 2030 patrí odpadové hospodárstvo medzi najväčšie výzvy životného prostredia na Slovensku. V našej krajine dlhodobo pretrvávajú vysoká miera skládkovania (2018: komunálne odpady 53,8 %) a nízka miera recyklácie odpadu vrátane komunálneho odpadu (2018: 38,1 %). Miera recyklácie komunálneho odpadu je jedna z najnižších v rámci krajín EÚ, aj keď v porovnaní s krajinami EÚ je produkcia komunálneho odpadu na obyvateľa nízka (2018: 427 kg na obyvateľa) a je pod priemernou úrovňou EÚ.

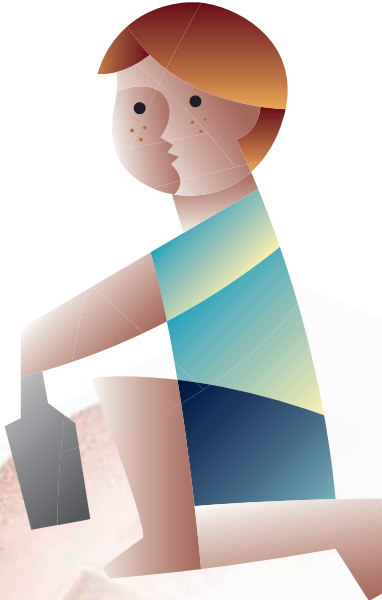
Cieľom Envirostratégie 2030 je do roka 2030 zvýšiť mieru recyklácie komunálneho odpadu vrátane jeho prípravy na opätovné použitie na 60 % a do roka 2035 znížiť mieru jeho skládkovania na menej ako 25 %.

Čo sa týka odpadov z obalov, ich množstvo narastá. Vzrástlo však aj množstvo materiálovo zhodnoteného odpadu z obalov, a to zo 45,21 % v roku 2005 na 65,68 % v roku 2017.

Vznik odpadu z obalov a nakladanie s ním (2017):

Materiál	Množstvo (t)	Podiel recyklácie (%)	Podiel zhodnocovania (%)
Sklo	58 804,99	68,73	68,73
Plasty	75 621,57	52,44	60,91
Papier	165 481,69	74,16	75,32
Kovy	27 107,34	86,07	88,88
Drevo	27 618,32	47,22	48,83
Iné	208,34	8,50	20,10
Spolu	354 842,25	65,68	68,57

Zdroj: **Správa o stave životného prostredia Slovenskej republiky 2018**



„Znižovanie množstva skládkovaného odpadu a zvyšovanie miery recyklácie sú hlavné ciele aj pre spoločnosť Lidl na Slovensku. Tešíme sa, že v rámci tejto témy z roka na rok robíme veľké pokroky. O tom svedčí aj zníženie množstva skládkovaného komunálneho odpadu z našich logistických centier z 2 434 ton v obchodnom roku 2018 na 1 302 ton v obchodnom roku 2019. Svoje výsledky v rámci odpadového hospodárstva vyhodnocujeme na mesačnej báze a neustále sa snažíme hľadať nové spoločnosti na zhodnotenie materiálov a inovatívne možnosti, ako ušetriť náklady v oblasti odpadového hospodárstva a zvýšiť zisky v oblasti recyklácie. To všetko s minimalizáciou vplyvu na životné prostredie a v súlade so zákonnými povinnosťami spoločnosti Lidl.“



MIROSLAV HAVAĎEJ
projektový manažér oddelenia logistiky

Čo sa týka procesov, manažment odpadov v našej spoločnosti sa primárne riadi zákonom č. 79/2015 Z. z. o odpadoch. Hlavné procesy oddelenia centrálnej logistiky tvoria výberové konania pre spoločnosti zabezpečujúce služby recyklácie materiálov, spravovanie prípadných reklamácií spoločností poskytujúcich recykláciu surovín, posúdenie rizík spojených s výberom a spoluprácou s odpadovou spoločnosťou a zavedenie opatrení na minimalizáciu rizík, váženie balíkov/kontajnerov a evidencia hlásení o recyklácii odpadov.

Za významné projekty v obchodných rokoch 2018 a 2019 možno považovať prípravu pilotného projektu na zálohovanie fliaš a plechoviek a rozvoj konceptu triedenia odpadu v zázemiach Lidl predajní a kuchynkách v logistických centrách.

Čo sa týka podnetov a nových nápadov v tejto oblasti, naši partneri nám ich môžu zasielať cez našu zákaznícku linku, prípadne do špeciálnej schránky csr@lidl.sk.

Manažérsky prístup v téme plasty je súčasťou nasledujúcej sekcie.

RESET PLASTIC

Pre hlavnú činnosť spoločnosti Lidl, ktorou je obchodovanie s potravinami, sú nevyhnutné prepravné a obalové materiály. Naša spoločnosť ako súčasť Skupiny Schwarz si plne uvedomuje, že každý, kto do svojho cyklu zavedie plasty, nesie zároveň aj zodpovednosť za ich ďalšie využitie. A my nie sme výnimka. Preto sa Skupina Schwarz dlhodobo zaviazala tieto zdroje zhromažďovať, triediť a recyklovať.

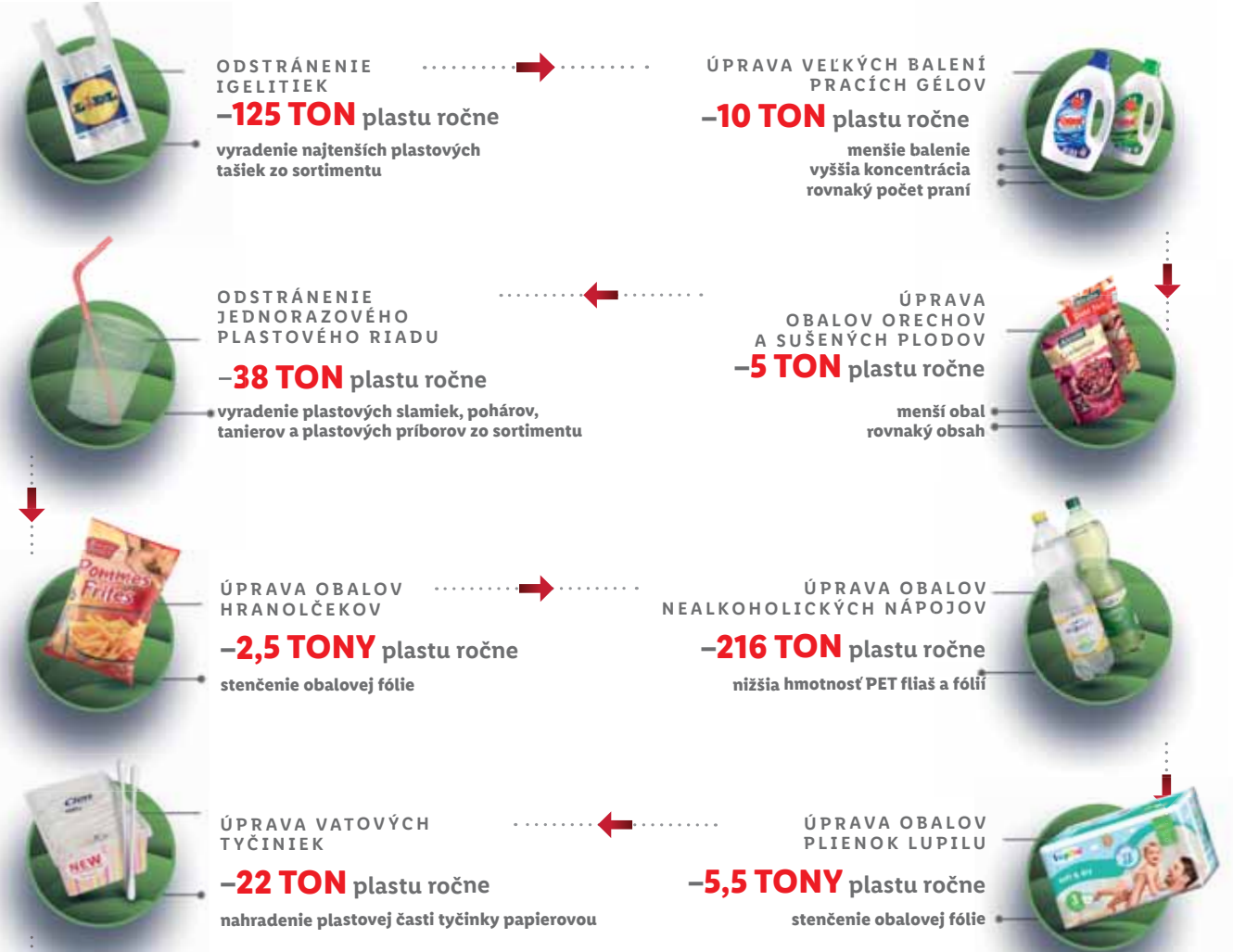
Naša vízia „Menej plastov – uzavreté cykly“ sa dôsledne sleduje aj z ekonomického hľadiska. Skupina Schwarz chce byť hnacou silou inovácií v tejto téme a aj preto si stanovila ambiciózne ciele znížiť spotrebu plastov o 20 % do roka 2025 a zabezpečiť maximálnu recyklovateľnosť 100 % obalov produktov našich vlastných značiek. Okrem toho sa Skupina Schwarz v roku 2018 pridala ku globálnemu záväzku nadácie Ellen MacArthur Foundation pod názvom „New Plastics Economy“. Aby implementovala stanovené ciele, predstavila Skupina Schwarz v roku 2018 svoju novú stratégiu v oblasti plastov pod názvom REset Plastic. Je založená na 5 kľúčových princípoch:

- **REduce** – redukuje 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.

Lidl ako súčasť Skupiny Schwarz významne prispieva k implementácii stratégie REset Plastic, o čom svedčia aj nasledujúce úspechy².



Ako ročne ušetríme stovky ton plastov:



CIEĽ DO KONCA ROKA 2025 = OBMEDZENIE POUŽÍVANIA PLASTOV V NAŠOM PODNIKANÍ

o 20 %



Príklad nášho produktu vlastnej značky, ktorého obal bol v obchodných rokoch 2018 a 2019 100 % recyklovateľný:

PREPRAVNÝM OBALOVÝM MATERIÁLOM DÁVAME DRUHÚ ŠANCU

Všetky recyklovateľné materiály vo svojom podnikaní považujeme za hodnotné komodity, ktoré prinášajú našej firme ekologické benefity. V obchodných rokoch 2018 a 2019 sme opäť vytriedili takmer všetky prepravné obalové materiály, ktoré zostávajú v našich predajniach a logistických centrách – papier, kartón, fólie, sklo, plast či drevo.

Zrecyklované množstvá obalových materiálov v tonách za obchodné roky 2017 až 2019:¹

Druh materiálu	Obchodný rok 2017 (v t)	Obchodný rok 2018 (v t)	Obchodný rok 2019 (v t)
Drevo	2 187	2 065	2 554
Papier	13 825	18 471	20 697
Plast vrátane fólií	798	803	956
Akumulátory	18	14	15
Kovošrot	219	677	215
Sklo	10	7	35
Textílie opätovné použitie	55	37	62

* Hodnoty sú zaokrúhlené na celé čísla.

Dáta vždy čerpáme z prehľadov spoločností zabezpečujúcich odvozy a z vážnych lístkov za jednotlivé dodávky, ktoré sú dokladom o odvezených množstvách a kontrolované s evidenciou skladov. Na kvartálnej báze nám spracovatelia druhotných surovín posielajú potvrdenia o materiálovom toku odpadov.

Materiály, ktoré je možné recyklovať, sa vždy snažíme odovzdávať spoločnostiam, ktoré majú zákonné povolenia na ich spracovanie. Keďže všetky svoje produkty nakupujeme od dodávateľov, t. j. sami ich nevyrobame, aktuálne aktívne pracujeme na tom, aby sme zistili, aká miera recyklovateľných obalov sa použila na výrobu a balenie primárnych produktov spoločnosti Lidl.

Spotreba vybraných materiálov v tonách za obchodné roky 2018 a 2019:²

	Obchodný rok 2018 (v t)	Obchodný rok 2019 (v t)
Letáky, newslettery pre zákazníkov a iné reklamné materiály	7 931	7 773
Spotreba papiera na tlač	77	65
z toho recyklovateľný papier	74	58
Spotreba papierových tašiek na chlieb	182	158
Spotreba vriec na odpad	59	67
Spotreba plastových tašiek/vreciek	485	280
Spotreba fólií	117	146

Spotrebu plastových tašiek sa nám podarilo znížiť vyradením najtenších plastových igelitiek z nášho sortimentu. Spotreba fólií má, naopak, v tabuľke vyššie rastúci trend pre väčšie množstvo tovaru, ktorý balíme v našich logistických centrách. Tento fakt súvisí aj s rastúcim množstvom Lidl predajní na Slovensku.

Množstvo spotreby papiera na tlač sa nám podarilo znížiť najmä vďaka našej „paperless“ politike. V duchu hesla „nie všetko musí byť na papieri“ sme prijali napríklad tieto opatrenia:

- Máme prednastavenú obojstrannú tlač dokumentov.
- V celej spoločnosti tlačíme iba na recyklovaný certifikovaný papier.
- Všetky dôležité informácie komunikujeme svojim zamestnancom prostredníctvom intranetu LidlNet, aplikácie We Are Lidl a digitálnych vývesiek.
- Interné dokumenty, ktoré kedysi boli papierové, pretvárame do elektronickej podoby. Ide napr. o žiadosť o dovolenku, žiadosť o zálohu, korektúru dochádzky či výdaj z pokladnice.
- Zamestnanci centrály a administratívy skladov dostávajú elektronické výplatné pásky.

Zodpovedne zaobchádzame s nebezpečným odpadom

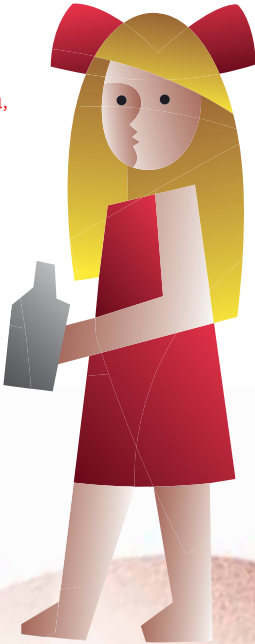
Za nebezpečný odpad (hazardous waste) považujeme podľa zákona č. 79/2015 Z. z. taký odpad, ktorý má aspoň jednu nebezpečnú vlastnosť uvedenú v prílohe tohto zákona. V praxi to znamená, že ide napr. o výbušný, oxidujúci, horľavý, toxický či karcinogénny odpad. V Lidli pod tento odpad patria priemyselné batérie, elektrozariadenia, odlučovače ropných látok, ADR a žiarivky s obsahom ortuti.

Všetok nebezpečný odpad bol v obchodných rokoch 2018 a 2019 odovzdaný spoločnostiam, ktoré sú oprávnené na nakladanie s nebezpečným odpadom. Prevoz a likvidáciu týchto odpadov zabezpečuje náš zmluvný partner.

Celková hmotnosť nebezpečného odpadu v spoločnosti Lidl za obchodné roky 2018 a 2019:³

	Obchodný rok 2018	Obchodný rok 2019
Celková hmotnosť nebezpečného odpadu (v tonách)	915	703

V obchodnom roku 2019 bolo 255 ton nebezpečného odpadu zrecyklovaného a 448 ton odpadu bolo tepelne využitého.



ZÁKAZ DISKRIMINÁCIE A FÉROVÉ OBCHODNÉ VZŤAHY



NÁŠ DLHODOBÝ CIEĽ V TEJTO TÉME

- **Udržiavať obchodné vzťahy so všetkými existujúcimi dodávateľmi na korektnej, férovej a profesionálnej úrovni. Zároveň zvýšiť počet dodávateľov, s ktorými si vybudujeme minimálne rovnako dobré vzťahy, aké máme s tými jestvujúcimi.**



NÁŠ MANAŽÉRSKY PRÍSTUP

Férové a korektné obchodné vzťahy a dodržiavanie základných ľudských práv našich partnerov sú výsledkom vzájomnej spolupráce úseku administratívy nákupu a právneho & compliance úseku, ktoré zabezpečujú včasnú aplikáciu a riadne dodržiavanie interných, národných i medzinárodných smerníc. Zodpovedné kolegyne a kolegovia sledujú legislatívne zmeny a každá, ktorá sa spoločnosti Lidl čo i len okrajovo týka, sa prediskutuje so všetkými zainteresovanými oddeleniami vrátane stanovených opatrení a vymedzených časových a personálnych kapacít.

„V súvislosti so spoluprácou s obchodnými partnermi máme v spoločnosti Lidl stanovené interné procesy na výber obchodných partnerov, pravidlá na skríning obchodného partnera cez portál finstat.sk, darčekovú smernicu, smernicu ku konfliktu záujmov a proces prípravy zmlúv. Zároveň sa v rámci obchodu s potravinami riadime zákonom č. 91/2019 Z. z. o neprimeraných podmienkach v obchode s potravinami a zákonom č. 136/2001 Z. z. o ochrane hospodárskej súťaže. V obchodnom roku 2018 sme zaviedli pravidlá na výber obchodných partnerov a implementovali elektronický systém na výber dodávateľov neobchodovateľného tovaru, ktoré spolu majú vytvoriť predpoklady na transparentný výber obchodného partnera, ako aj nasledujúcu spoluprácu a zabránenie prípadnej diskriminácii podnikateľských subjektov v procese výberu.“



MATÚŠ ŠUTKA

vedúci právneho & compliance úseku

V rámci rovnakého zaobchádzania a dodržiavania základných ľudských práv a slobôd vychádzame aj z aktuálne platnej legislatívy na medzinárodnej úrovni, kde ide primárne o Všeobecnú deklaráciu OSN o ľudských právach či o Deklaráciu Medzinárodnej organizácie práce. Medzinárodná i národná legislatíva sú interne upravené do formy nášho Etického kódexu a Všeobecných obchodných podmienok, ktoré podpisujeme s každým svojím obchodným partnerom, vrátane konkrétnych ustanovení, akými sú zákaz pozornosti, resp. akýchkoľvek darov, pozvaní a výhod, ktoré priamo nesúvisia s uzavretím obchodného vzťahu.

V marci 2020 sa celá Skupina Schwarz vrátane spoločnosti Lidl pridala k iniciatíve **UN Global Compact**. Svojím partnerom sme tak vyslali jasný signál, že budeme ustavične pracovať na zlepšovaní sociálnych a ekologických štandardov v celom svojom hodnotovom reťazci. Ako signatári sme sa zaviazali aktívne implementovať jej 10 hlavných princípov zodpovedného a udržateľného podnikania, medzi ktoré patrí aj ochrana ľudských práv, eliminácia diskriminácie či právo na kolektívne vyjednávanie.



JÁN GÁBOR

vedúci úseku administratívy nákupu

„V rámci rozvinutého konceptu vedenia našej spoločnosti je jedným zo základných pilierov zásada ,vybudovať dôveru a konať férovo“. Túto zásadu v rámci spoločnosti dodržiavame tak vo vzťahu k interným zákazníkom, ako aj k externým partnerom, ktorými sú naši dodávatelia. Aplikujeme bez rozdielu otvorenú priamu a vecnú komunikáciu s dôrazom na základnú právnu zásadu ,pacta sunt servanda.“

V prípade podnetov alebo sťažností v rámci týchto dvoch tém môžu naši obchodní partneri rovnako ako naši zamestnanci využiť elektronický nahlasovací systém BKMS. Prípadné podozrenie na diskriminačné zaobchádzanie alebo na porušenie obchodných podmienok môžu nahlásiť aj osobne, telefonicky, e-mailom na **compliance@lidl.sk** alebo písomne na adresu sídla spoločnosti. V prípade konfliktu záujmov máme na túto situáciu v Lidli nastavený špeciálny proces, ako tento konflikt nahlásiť a postupovať pri jeho vyhodnotení. Obchodní partneri majú k dispozícii aj našu zákaznícku linku, ktorá posúva všetky relevantné podnety priamo príslušnému nákupcovi alebo jeho nadriadenému. Štandardne dodávatelia komunikujú nezrovnalosti priamo so zodpovedným nákupcom. V prípadoch, keď riešenie nepatrí medzi naše interné kompetencie, využívame iniciatívu Supply Chain Initiative (SCI). Účelom SCI je podpora poctivých obchodných praktík v potravinovom reťazci ako základ pre obchodné rokovania. SCI si stanovila za cieľ, aby spoločnosti riešili spory spravodlivým a transparentným spôsobom. Zároveň si dala za cieľ uistiť sťažovateľa, že nebude predmetom protiopatrení.

Svoj manažérsky prístup v témach Férové obchodné podmienky a Zákaz diskriminácie pravidelne vyhodnocujeme, pričom periodicita závisí od aktuálnych potrieb, nových legislatívnych úprav či vývoja na trhu.¹

NETOLERUJEME DISKRIMINÁCIU

Za obchodné roky 2018 a 2019 sme nezaznamenali žiadny prípad diskriminácie vo svojom dodávateľskom reťazci.²

Dodržiavanie zákonov a férovosť k dodávateľom sú u nás štandardom, s ktorým sa naši zamestnanci oboznamujú počas viacerých školení pod vedením právneho & compliance úseku. V súvislosti so spustením elektronického systému na výber obchodných partnerov sa v obchodných rokoch 2018 a 2019 zrealizovali školenia v predmetných pravidlách pre všetkých zamestnancov, ktorí majú povinnosť so systémom pracovať. Špeciálne školenie bolo venované aj otázke kartelového práva, ktoré prebieha na pravidelnej dvojročnej báze a je určené zamestnancom administratívy. V obchodnom roku 2019 bolo na túto problematiku preškolených **177** zamestnancov, ďalšie školenie bude v roku 2021.

Samozrejmosťou je aj všeobecné compliance školenie, na ktorom sa naši zamestnanci oboznámi s darčekovou smernicou, definíciou a riešením konfliktu záujmov či so spôsobom nahlasovania protispoločenskej činnosti. Ide o pravidelné školenie s dvojročnou periodicitou. Prvýkrát ho zamestnanci spoločnosti Lidl absolvujú v rámci nástupných školení. V obchodnom roku 2018 bolo na túto tému preškolených **1 090 zamestnancov**, v obchodnom roku 2019 išlo o **1 200 zamestnancov**.



Etickým prístupom k ekonomickým benefitom

Veľký význam má pre nás aj ekonomický rozmer spoločenskej zodpovednosti. Preto sme pristúpili k programu „Supply Chain Initiative“, v ktorom sme sa prihlásili k dodržiavaniu férových praktík v dodávateľskom reťazci. Lidl je aj súčasťou únijnej iniciatívy „Business Social Compliance Initiative“ (BSCI) v rámci európskej Asociácie zahraničného obchodu. Na tomto základe sme vytvorili vlastný kódex s cieľom zlepšiť minimálne sociálne štandardy u svojich obchodných partnerov v rôznych krajinách. Etický kódex, ktorým dbáme na dodržiavanie sociálnych štandardov u svojich partnerov, je súčasťou všetkých našich zmlúv. Ide o nevyhnutný základ všetkých našich obchodných vzťahov.

Čo upravuje náš etický kódex:

- Rešpektovanie ľudskej dôstojnosti
- Dodržiavanie zákonných predpisov
- Zákaz detskej a nútenej práce
- Vyhovujúce pracovné podmienky a primeraná odmena
- Zákaz diskriminácie
- Sloboda organizovania a zhromažďovania
- Bezpečnosť práce a ochrana zdravia na pracovisku
- Ochrana životného prostredia
- Podniková realizácia

Lidl zároveň patrí k zakladajúcim členom **Slovenskej aliancie moderného obchodu (SAMO)**, ktorá dbá na dodržiavanie formálnych aj neformálnych pravidiel v prostredí obchodu a zaujíma stanoviská k relevantným politickým, ekonomickým, sociálnym aj ekologickým otázkam. Vo februári 2019 SAMO spolu s Potravinárskou komorou Slovenska podpísali vznik **Iniciatívy pre férový obchod na Slovensku, ku ktorej sa pripojila aj spoločnosť Lidl.**

Férové podmienky pre všetkých obchodných partnerov¹

V rámci procesu prípravy zmlúv s obchodnými partnermi je zakomponovaná povinnosť zapracovať do každej zmluvy (mimo rámca tovarových zmlúv a pracovných zmlúv), pri ktorej je ročný objem plnenia väčší ako 10 000 eur vrátane DPH, naše štandardné compliance ustanovenia, ktoré sa týkajú zákazu prijímania/poskytovania darov, vyhlásenia o dodržiavaní všeobecne záväzných právnych predpisov našimi zmluvnými partnermi, vyhlásenia, že náš dodávateľ nie je evidovaný na tzv. sankčných listoch, ako aj možnosti pre dodávateľa v prípade podozrenia nahlásiť podnet na protispoločenskú činnosť. Samozrejmosťou je aj náš etický kódex.



Obchodný rok 2018



Obchodný rok 2019



Štandardná dĺžka vzťahov s dodávateľmi potravinového tovaru, s ktorými rokujeme o obchodných podmienkach priamo my, bola v obchodnom roku 2018 a začiatkom roka 2019 tri mesiace, od 1. mája 2019 je to 60 dní. Pri nepotravinovom sortimente je to štandardne 12 mesiacov, pričom dĺžka kontraktov sa môže líšiť. Dĺžka platobných lehôt vychádza z maximálnych lehôt splatnosti stanovených v zákone č. 91/2019 Z. z. o neprimeraných podmienkach v obchode s potravinami. V praxi to znamená 20 dní od doručenia faktúry, najneskôr však 30 dní od dodania tovaru. Pri vybraných potravinách dokonca do 10 dní od doručenia faktúry, najneskôr však do 15 dní od dodania tovaru. Táto úprava pre potraviny platí od 1. 5. 2019, predtým bolo štandardom 30 dní od doručenia faktúry, najneskôr však do 45 dní od dodania tovaru. Pri zvyšných zmluvách je štandardom lehota splatnosti 30 dní odo dňa doručenia oprávnenej faktúry, pričom sa však táto lehota upravuje v závislosti od rokovania s konkrétnym dodávateľom.

V nadväznosti na účinnosť zákona č. 91/2019 Z. z. o neprimeraných podmienkach v obchode s potravinami došlo v obchodnom roku ku kontrole tovarových zmlúv a k ich prispôbeniu novej legislatíve, ktoré bolo výsledkom spolupráce právneho & compliance úseku a oddelenia administrácie nákupu.

PREVÁDZKY

ŠETRENIE ZDROJMI V PREVÁDZKE



NÁŠ DLHODOBÝ CIEĽ V TEJTO TÉME

- Pokračovať vo vyhodnocovaní spotreby vody a hľadanií ciest, ako ju znižovať.



NÁŠ MANAŽÉRSKY PRÍSTUP

Vodohospodárska politika Slovenskej republiky do roka 2027 sa zameriava na vodu ako súčasť trvalo udržateľného rozvoja. Vodné zdroje je pritom nutné posudzovať z hľadiska ich kvality aj množstva, tzn. aby boli schopné zabezpečovať všetky potreby prírodných ekosystémov, ľudských činností a boli odolné proti zmenám klímy a extrémnym hydrologickým situáciám. Napriek tomu, že na Slovensku je z pohľadu zásob vody zatiaľ priaznivá situácia, je dôležité si uvedomiť, že vodné zdroje nie sú nevyčerpatelné a môžu ich ovplyvniť dlhotrvajúce suché obdobia, ktoré prináša globálne otepľovanie. Preto je dôležité vodou šetriť a hľadať ekologické riešenia.

„Témou šetrenia vody sa zaoberáme aj my v Lidli a našu spotrebu kontrolujeme a pravidelne vyhodnocujeme. V rámci našich aktivít spojených s manažmentom vody sa riadime platnou legislatívou, a to konkrétne zákonom č. 442/2002 o verejných vodovodoch a verejných kanalizáciách a o zmene a doplnení zákona č. 276/2001 Z. z. o regulácii v sieťových odvetviach, ktorý opisuje podmienky pripojenia na verejný vodovod a na verejnú kanalizáciu a vypúšťanie vôd do verejnej kanalizácie, a zákonom č. 364/2004 o vodách a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov (vodný zákon). Tento zákon upravuje práva a povinnosti fyzických osôb a právnických osôb k vodám a nehnuteľnostiam, ktoré s nimi súvisia pri ich ochrane, účelnom a hospodárnom využívaní, oprávnenia a povinnosti orgánov štátnej vodnej správy a zodpovednosť za porušenie povinností podľa tohto zákona. Za efektívne využívanie vody v budovách spoločnosti Lidl nesie zodpovednosť úsek nehnuteľností.“



MARTIN BREZINA

energetik na úseku nehnuteľností

V obchodnom roku 2018 bol v našej spoločnosti rozbehnutý projekt inštalácie šetričov vody na vodovodné batérie, no očakávaná úspora vody sa v praxi nepreukázala a projekt bol v rovnakom období zrušený. Aktuálne hľadáme nové cesty ekologického zaobchádzania s vodou vo svojich priestoroch. Prípadné poruchy na vodoinštaláciách sa vždy nahlasujú a riešia v rámci systému IMS.

V rámci ochrany zdrojov v našej spoločnosti dbáme aj na zodpovedné zaobchádzanie s nebezpečným odpadom, ktorý je v kompetenciách úseku logistiky.¹



DODRŽIAVAME PLATNÚ LEGISLATÍVU A SVOJU SPOTREBU VODY PRAVIDELNE KONTROLUJEME¹

V rámci vypúšťania odpadových a dažďových vôd prísne dodržiavame všetky podmienky stanovené legislatívou (pozri manažérsky prístup). V určitých prevádzkach a v logistickom sklade v Seredi máme namontované vsakovacie systémy, ktoré zadržiavajú dažďovú vodu na mieste a tá sa tak neodvádza do čističky odpadových vôd. Vzhľadom na to, že v našej spoločnosti nevyužívame látky, ktoré by odpadovú vodu nadmerne znečisťovali, jej kvalita aktuálne nie je predmetom kontroly.

Spotrebu vody pravidelne kontrolujeme a vyhodnocujeme na základe faktúr od dodávateľov. V prípade zistených odchýlok od bežnej spotreby ich dôvod vždy prešetrujeme. Tešíme sa, že medziročne môžeme pozorovať jej klesajúcu tendenciu.

Spotreba vody v našej spoločnosti za obchodné roky 2018 a 2019:²

	Obchodný rok 2018 (v m ³)	Obchodný rok 2019 (v m ³)
Celková spotreba vody	70 651	68 294
z toho v predajniach	43 110	44 397
z toho v logistických centrách	26 182	22 777
z toho v administratívnych budovách	1 359	1 120

ZODPOVEDNE ZAOBCHÁDZAME S NEBEZPEČNÝM ODPADOM

Za nebezpečný odpad (tzv. hazardous waste) sa v Slovenskej republike považuje odpad, ktorý má aspoň jednu nebezpečnú vlastnosť podľa osobitného predpisu zákona č. 79/2015 Z. z. V prípade spoločnosti Lidl sem zaraďujeme priemyselné batérie z vozíkov, elektrozariadenia, ADR a odlučovače ropných látok.

Všetok nebezpečný odpad bol v obchodných rokoch 2018 a 2019 odovzdaný spoločnostiam, ktoré sú oprávnené nakladať s nebezpečným odpadom. Prevoz a likvidáciu týchto odpadov zabezpečuje náš zmluvný partner.³

Celková hmotnosť nebezpečného odpadu v spoločnosti Lidl za obchodné roky 2018 a 2019:

	Obchodný rok 2018	Obchodný rok 2019
Celková hmotnosť nebezpečného odpadu (v tonách)	915	703

Ide o hmotnosti odpadov z čistenia priemyselných batérií, defektného tovaru a žiaroviek. Rozdiel v množstvách je spôsobený intervalom čistenia ORL každých 18 mesiacov.

DOPRAVA V PREVÁDZKE



NAŠE DLHODOBÉ CIELE V TEJTO TÉME:

- **Udržanie ukazovateľov vyťaženia a otáčkovosti kamiónov minimálne na rovnakej úrovni, na akej boli v obchodnom roku 2019.**
- **Zvyšovanie počtu vozidiel na CNG/LNG pohon.**

NÁŠ MANAŽÉRSKY PRÍSTUP

Doprava v spoločnosti Lidl Slovenská republika tvorila v poslednom ukončenom obchodnom roku približne 0,8% z ročného obratu spoločnosti. 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 samotné plánovanie prepráv a optimalizáciu plánu trás v logistických centrách zodpovedajú vedúci transportnej logistiky skladu spolu s dispečermi.

Medzi hlavnú náplň práce oddelenia logistiky patrí vyhodnocovanie transportných ukazovateľov na týždennej báze, medzi ktoré patrí otáčkovosť na kamión, otáčkovosť na zmenu, vyťaženosť, počet odjazdených kilometrov, počet vyvezených paliet, náklad na paletu, hodnota palety, náklad na jeden prejdený kilometer, vývoj ceny nafty na trhu. Všetky tieto ukazovatele sa na pravidelnej báze preberajú medzi centrálnou a jednotlivými logistickými centrami. Na týždennej báze zasielajú reporty obchodným riaditeľom, vedúcim skladov a vedúcim príslušných oddelení. Dvakrát ročne diskutujeme o témach týkajúcich sa dopravy na špeciálnych stretnutiach s vedúcimi skladov, v prípade vysokej priority danej témy aj na rokovaniach obchodných riaditeľov.

„Lidl na Slovensku má dlhodobo top vyťaženosť dopravy, čo výraznou mierou vplýva na jej efektívnosť. Čím viac dokáže logistické centrum dostať vyťaženosť kamiónov k jej 100% hodnote, tým menej vozidiel sa použije pri expedícii tovaru. Skvelé výsledky dosahujeme aj v otáčkovosti a nasadení vodiča v závislosti od jeho pracovného výkonu. Naše tímy, ktoré zabezpečujú prepravu v logistických centrách, majú dlhoročnú prax, ktorá sa pri niektorých dispečeroch blíži až k desiatim rokom. Naším cieľom je držať všetky ukazovatele na aktuálnej, prípadne ešte lepšej úrovni a zároveň školiť svojich nových kolegov na dispečingu, aby získali kvality našich dlhoročných kolegov.“



MIROSLAV SEIFERT
vedúci úseku logistiky



V rámci témy Doprava v prevádzke patrí medzi hlavné právne požiadavky, ktorých sa držíme, medzinárodný dohovor AETR. Tento dohovor hovorí o pracovnom čase vodiča a jeho odpočinku. Pre našu spoločnosť je veľmi dôležité, aby sme dokázali efektívne plánovať kamióny s ohľadom na maximálne využitie pracovného času vodiča a v súlade s platnými zákonnými požiadavkami. Medzi naše interne stanovené pravidlá patrí napr. požiadavka, že každý vodič musí počas svojej zmeny vykonať 2 trasy a viac.

Keďže sme spoločnosť profilujúca sa z hľadiska čerstvosti, potrebujeme prepraviť potraviny k zákazníkovi od príjmu tovaru v našich logistických centrách do pár hodín, preto je hlavnou internou požiadavkou kvalitný denný závozový plán trás zostavený na základe všetkých plánovaných číselných ukazovateľov, časov dodania a reštrikcií.

Najvýznamnejšie projekty v tejto oblasti na obchodné roky 2018 a 2019:

- Nasadenie kamiónov na alternatívny pohon (CNG/LNG).
- Efektívne plánovanie v spolupráci s medzinárodným úsekom logistiky (LC Nemšová).
- Vyslanie zamestnancov logistiky na medzinárodný projekt QUINTIQ (vývoj plánovacieho softvéru na zefektívnenie prepravy).¹



ZELENÉ POSILY V NAŠEJ FIREMNEJ FLOTILE

Podľa **Správy o stave životného prostredia Slovenskej republiky v roku 2018** ovplyvňuje vývoj emisií skleníkových plynov na Slovensku v rámci dopravy najmä cestná doprava nepriaznivo k životnému prostrediu. V období rokov 2000 – 2017 zaznamenali nárast emisie N_2O a CO_2 , emisie CH_4 poklesli. Na stanovenie množstva produkcie škodlivín využíva Ministerstvo životného prostredia SR metodiku CORINAIR. Podľa tejto metodiky je na celkových emisiách bilancovaných znečisťujúcich látok za rok 2017 významný 14,7% podiel dopravy na emisiách CO_2 , 45,9% podiel NO_x , 7,1% podiel NM VOC a 0,72% podiel na emisiách SO_2 . Podiel emisií v sektore dopravy na celkových vyprodukovaných emisiách skleníkových plynov v roku 2017 bol 20,8% (vo vyjadrení na CO_2 ekvivalenty). Dlhodobý vývoj emisií CO_2 z dopravy v období rokov 2000 – 2017 mal kolísavý priebeh, o pri porovnaní rokov 2000 a 2017 narástli emisie CO_2 z dopravy o 33,7%.

Redukcia emisií skleníkových plynov v doprave je aj pre našu spoločnosť veľkou prioritou. Preto na každý polrok aktualizujeme svoj rámcový plán trás, zvyšujeme vyťaženosť a otáčkovosť kamiónov. V obchodnom roku 2018 sme v tomto smere nasadili vozidlá s emisnou triedou EURO 5 a vyššie. V obchodnom roku 2019 pribudli do flotily vozidiel, ktoré zásobujú naše predajne, ekologické kamióny s kombinovaným pohonom CNG/LNG. Išlo konkrétne o tri vozidlá, ktoré v poslednom ukončenom obchodnom roku najazdili spolu 194 587 kilometrov. Tieto kamióny prednostne zavážajú tovarom predajne v husto obývaných zónach.

VEDELI STE...

... že CNG kamión na jednu nádrž zvládne bez problémov prejsť 400 kilometrov? Keď k tomu navyše pridáme kvapalné LNG, dojazd sa predlži až na 1 200 kilometrov. Tieto kamióny neznečisťujú ovzdušie a ešte sú aj menej hlučné.



Vybrané ukazovatele týkajúce sa spotreby pohonných hmôt v spoločnosti Lidl SR za obchodné roky 2018 a 2019:²

	Obchodný rok 2018	Obchodný rok 2019
Priemerná spotreba nafty – externí prepravní partneri	37 l/100 km	37 l/100 km
Počet najazdených kilometrov – externí prepravní partneri	9 267 678 km	9 634 986 km
Priemerná spotreba plynu – externí prepravní partneri	N/A	31,5 kg/100 km
Spotreba nafty – interná firemná flotila*	1 773 592 l (99,2%)	720 987 l (85,9%)
Spotreba benzínu – interná firemná flotila*	5 889,2 l (0,8%)	118 247,6 l (14,1%)

* Informácie pochádzajú z palivových kariet, ktoré má pridelené každé služobné vozidlo.

PLÁNOVANIE & VÝSTAVBA



NAŠE DLHODOBÉ CIELE V TEJTO TÉME:

OBLASŤ EXPANZIE

- Pokračovať v modernizácii a výstavbe našich budov s ohľadom na trvalú udržateľnosť a ochranu životného prostredia.

OBLASŤ ENERGETICKEJ EFEKTÍVNOSTI:

- Pokračovať v osadzovaní podružného merania pri výstavbe nových a modernizácii starých budov s cieľom zvýšiť transparentnosť a vyhodnocovanie merania spotreby energií.
- Inštalovať fotovoltaické panely na ďalšie predajne.
- Optimalizovať reguláciu vykurovania a chladenia v centrále spoločnosti Lidl.



NÁŠ MANAŽÉRSKY PRÍSTUP

Problematika vplyvu klimatickej zmeny na človeka a životné prostredie je v dnešnej dobe jednou z najdiskutovanejších tém. Preto aj v rámci plánovania výstavby a modernizácie nových i existujúcich predajní a logistických centier vždy hľadáme spôsoby, ako zmenšiť náš negatívny vplyv na životné prostredie. **Dôkazom je aj naše ekologické logistické centrum v Seredi, ktoré sme otvorili v obchodnom roku 2016. Toto centrum vďaka najmodernejším technológiám ako prvá budova na Slovensku získalo medzinárodnú certifikáciu BREEAM v najvyššom stupni Outstanding.**

Zároveň sa snažíme myslieť na komfort zákazníkov, vytvárať pracovné miesta a spätne investovať v miestach, kde pôsobíme. V rámci svojej výstavby dodržiavame stavebný zákon aj zákon o správnom konaní a vždy posudzujeme svoj vplyv na životné prostredie. Na ročnej báze prehodnocujeme svoje expanzné plány a diskutujeme o existujúcom portfóliu Lidl predajní na Slovensku. Za trvalo udržateľnú expanziu nesie v našej spoločnosti zodpovednosť úsek centrálnych služieb.

„V obchodnom roku 2018 sme zaviedli nový systém energetického manažérstva ISO 50001. Vďaka nemu môžeme lepšie identifikovať oblasti s vyšším energetickým výdajom a zamerať sa na ich zefektívnenie. Tento manažérsky systém vyhodnocujeme na ročnej báze. S cieľom zlepšiť energetickú efektívnosť a meranie spotreby sme v obchodnom roku 2018 nainštalovali L-BOXY na takmer všetky svoje predajne aj podružné meranie na svoje nové a zmodernizované predajne. V tomto projekte plánujeme pokračovať s cieľom získať robustnejšiu databázu spotrieb a rýchlejšie identifikovať prípadné problémy. V rámci šetrenia energiami sme za obchodné roky 2018 a 2019 zrealizovali tieto najväčšie projekty – výmena osvetlenia za LED vo všetkých predajniach, čiastočná inštalácia LED osvetlenia v logistickom centre v Nemšovej a inštalácia technológie spätného získavania tepla v logistickom centre v Seredi.“



KAROL KRASOWSKI
konateľ za rezort centrálnych služieb

Za energetickú efektívnosť zodpovedá oddelenie manažmentu nehnuteľností na úseku centrálnych služieb. Prípadné poruchy zariadení, ktoré majú vplyv na spotrebu energií, hlási vždy príslušný zamestnanec v systéme IMS.¹

EXPANZIA S OHĽADOM NA ŽIVOTNÉ PROSTREDIE²

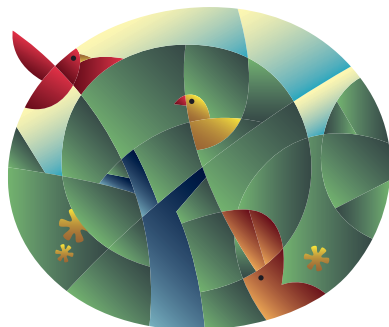
Spoločnosť Lidl pri realizácii všetkých svojich stavieb dbá na to, aby minimalizovala negatívne vplyvy na životné prostredie a okolitú komunitu. Naopak, používaním moderných materiálov a inovatívnych technológií, ktoré nielen spĺňajú všetky legislatívne požiadavky, ale v mnohých prípadoch ich dokonca prevyšujú, prispievame k rozvoju trvalej udržateľnosti a zveľaďovaniu regiónov. Príkladom je výmena chladiacich látok za ich alternatívu, ktorá menej zaťažuje životné prostredie.

Dbáme i na ochranu podzemných a povrchových vôd a pri výstavbe zabraňujeme nežiaducemu úniku nebezpečných látok do vody a pôdy. V rámci fázy výstavby našich objektov sú tieto povinnosti zakotvené v zmluvných podmienkach s naším dodávateľom stavebných prác. Zaväzuje sa v nich dodržiavať všetky zákonné normy a predpisy v rámci ochrany životného prostredia. Tieto podmienky sú kontrolované v rámci technického dozoru investora, ako aj stavebných technikov. V rámci efektívneho nakladania s dažďovou vodou vytvárame ekologické dažďové záhrady (priehlbiny), ktoré zadržiavajú vodu zo zrážok a spomaľujú jej odtok do okolitého prostredia. Dažďové vody, ktoré sa nachádzajú na komunikáciách v areáli našich objektov, sa najprv prečistia a až ako čisté sa opäť nechajú vsakovať na našich pozemkoch. Znečistenie sa zachytáva v tzv. odlučovačoch. Tie sa následne špecializovanou odbornou firmou nechajú vyprázdniť a odlúčené látky ekologicky zlikvidovať.

Ak počas výstavby musíme vyrúbať existujúci rastlinný porast, snažíme sa zabezpečiť náhradnú výsadbu. Máme v tomto smere pripravený vlastný interný manuál na spracovanie sadových úprav s cieľom zveľadiť životné prostredie.

Výstavbou nových objektov, prístavbami a rozširovaním skladových priestorov prispieva spoločnosť Lidl k zvýšeniu ponuky pracovných miest na slovenskom trhu. Touto cestou dávame ľuďom možnosť pracovať a zaradiť sa do našej Lidl komunity. Svojou expanziou na Slovensku prispievame aj k rozvoju infraštruktúry v jednotlivých mestách (nové ulice, križovatky, osvetlenie).

Negatívnym dôsledkom našej výstavby je zvýšená záťaž na životné prostredie v súvislosti s výstavbou a so zabratím okolitých plôch.



Naše nové predajne otvorené v obchodnom roku 2018:³

Predajňa	Predajná plocha v m ²	Obdobie výstavby	Dátum otvorenia	Výška vyvolaných investícií v EUR	Účel vyvolaných investícií
Banská Bystrica, Vajanského námestie	1 174,00	8. 1. 2018 – 24. 10. 2018	25. 10. 2018	–	–
Dunajská Streda, Pála Angyala	1 424,00	8. 11. 2017 – 29. 4. 2018	30. 4. 2018	–	–
Ilava, Štúrova	1 425,00	22. 9. 2017 – 18. 3. 2018	19. 3. 2018	193 082 €	Štúrova ulica – prechod pre chodcov a verejné osvetlenie
Liptovský Mikuláš, Revolučná	1 328,00	4. 6. 2018 – 21. 11. 2018	22. 11. 2018	121 229 €	rozšírenie cesty II/584, prekládka osvetlenia prechodu pre chodcov, predĺženie chodníka popri ceste II/584

Vo všetkých prípadoch išlo o komerčné investície.

Naše nové predajne otvorené v obchodnom roku 2019:⁴

Predajňa	Predajná plocha v m ²	Obdobie výstavby	Dátum otvorenia	Výška vyvolaných investícií v EUR	Účel vyvolaných investícií
Košice, Herlianska	1 328,00	8. 10. 2018 – 10. 7. 2019	11. 7. 2019	–	–
Bojnice, Nemocničná	1 425,00	24. 9. 2018 – 3. 4. 2019	4. 4. 2019	29 709 €	osvetlenie pre chodcov
Žilina, Ulica 1. mája	1 258,00	21. 10. 2019 – 29. 1. 2020	30. 1. 2020	–	–
Bratislava, Vajnorská	1 243,00	29. 5. 2019 – 8. 9. 2020	9. 9. 2020	–	–
Trenčín, Brnianska	1 336,00	17. 6. 2019 – 13. 11. 2020	14. 11. 2020	134 630 €	úprava štátnej cesty, ochrana VN vedenia a telefonických rozvodov, dopravné značenie, chodníky, úprava terénu na základe požiadavky SSC, úprava dvora
Krompachy, Trangusova	1 286,40	27. 5. 2019 – 20. 11. 2020	21. 11. 2020	174 120 €	VN + NN prípojka, trafostanica, rozšírenie cesty, osvetlenie chodníka, doplnenie osvetlenia prechodu pre chodcov, prekládka kanalizácie DN 600, DN 250
Topoľčany, Odbojárov	1 330,00	19. 8. 2019 – 12. 2. 2020	13. 2. 2020	255 684 €	prípájací pruh, preasfaltovanie cesty, svetelná signalizácia/križovatka, úprava chodníkov a prechodov pre chodcov, oprava cesty za predajňou
Zvolen, Obchodná	1 328,00	16. 8. 2019 – 19. 2. 2020	20. 2. 2020	–	–

Vo všetkých prípadoch išlo o komerčné investície.

Naše nové a zmodernizované predajne v obchodných rokoch 2015 – 2019:

	Obchodný rok 2015	Obchodný rok 2016	Obchodný rok 2017	Obchodný rok 2018	Obchodný rok 2019
Novootvorené predajne	1	3	4	4	8
Nahradenie predajne novým typom	0	3	0	1	0
Predajne, ktoré prešli modernizáciou, prestavbou, rozšírením, kde sa realizovala významná zmena prezentácie tovaru alebo kde bola pristavaná pekáreň	44	31	58	12	17

Za posledných päť rokov prešla každá Lidl predajňa na Slovensku aspoň jednou modernizáciou.

DOBROU ENERGIU PROTI KLIMATICKÝM ZMENÁM

Energia je všade okolo nás. Jej zdroje však nie sú nekonečné – treba nimi šetriť. Preto v budovách vo vlastníctve spoločnosti Lidl je naším hlavným cieľom energetická efektívnosť. Ide najmä o optimalizáciu spotreby elektrickej energie a plynu, keďže tvoria podstatnú zložku našich nákladov na energiu.

Spotreba elektrickej energie za obchodné roky 2018 a 2019:¹

Objekt	Obchodný rok 2018 (v kWh)	Obchodný rok 2019 (v kWh)	Obchodný rok 2018 (v kWh/ paleta)	Obchodný rok 2019 (v kWh/ paleta)	Obchodný rok 2018 (kWh/ zamestnanec)	Obchodný rok 2019 (kWh/ zamestnanec)
Predajne	58 477 540	59 652 920	16,78	16,03	12 407,71	11 614,67
Sklady	12 267 350	12 573 050	3,52	3,38	2 602,88	2 448,02
Administratíva	809 920	785 120	0,23	0,21	171,85	152,87

Dáta pochádzajú od nášho dodávateľa elektrickej energie, ktorý nám poskytuje štvrťhodinové dáta a faktúry na mesačnej báze. K týmto dátam z faktúr boli pripočítané predajne, ktoré sa nachádzajú v externých prenajatých priestoroch. Ich spotreba elektrickej energie bola vypočítaná z celkovej priemernej spotreby všetkých našich predajní v danom obchodnom roku.

Spotreba plynu za roky 2018 a 2019:²

Objekt	Obchodný rok 2018 (v kWh)	Obchodný rok 2019 (v kWh)	Obchodný rok 2018 (v kWh/ paleta)	Obchodný rok 2019 (v kWh/ paleta)	Obchodný rok 2018 (kWh/ zamestnanec)	Obchodný rok 2019 (kWh/ zamestnanec)
Predajne	10 149 440	10 601 190	2,91	2,85	2 153,50	2 064,09
Sklady	5 002 770	4 328 470	1,44	1,16	1 061,48	842,77

Dáta pochádzajú od nášho dodávateľa plynu. Keďže tieto dáta dostávame na ročnej báze, v tabuľke sú uvedené dáta za kalendárny rok, nie obchodný.

V rámci spotreby elektrickej energie môžeme pozorovať mierny medziročný nárast, ktorý je však spôsobený väčším počtom predajní aj miernym nárastom vykurovacích dennostupňov °D2019 = 3329; °D2018 = 3224 (zdroj ÚRSO). V nadväznosti na túto situáciu aj v rámci skladov rastie počet skladovaného tovaru, čo sa prejavilo v medziročnom náraste počtu paliet o 236 738 kusov. Tento nárast môže vysvetľovať aj mierny nárast spotreby elektrickej energie.

V prípade spotreby plynu je možné jej nárast v predajniach vysvetliť vyšším počtom dennostupňov a pribudnutím jednej predajne, ktorá využíva plyn aj ako palivo na vykurovanie. V rámci skladov sa nám podarilo medziročne znížiť spotrebu plynu, a to inštaláciou spätného získavania tepla z chladiacej techniky v logistickom centre v Seredi.

K optimalizácii spotreby energií za posledné dva obchodné roky prispeli aj fotovoltaické panely, ktoré máme nainštalované na strechách siedmich predajní v týchto mestách: – **Svit, Levoča, Velké Kapušany, Revúca, Košice, Sobrance, Kráľovský Chlmec.**

Emisie CO₂, ktoré sme ušetrili vďaka fotovoltaickým panelom na výrobu elektrickej energie:

	Obchodný rok 2018	Obchodný rok 2019
Produkcia elektrickej energie fotovoltaickými panelmi (v kWh)	35 795,92	19 997,11
Ušetrené emisie CO ₂ (v tonách)	8,21	5,44

Hodnota v obchodnom roku 2019 bola nižšia vďaka poruche.

PREFERUJEME OBNOVITEĽNÉ ZDROJE ENERGIÍ



z toho Energia z biomasy – **69,73 %**,
Slniečna energia (FVE) – **11,54 %**,
Vodná energia – **18,28 %**,
Veterná energia – **0,46 %**,
Ostatné – **0 %**.



z toho Energia z biomasy – **80,11 %**,
Slniečna energia (FVE) – **13,29 %**,
Vodná energia – **5,76 %**,
Veterná energia – **0,54 %**,
Ostatné – **0,30 %**.

V NAŠICH PREDAJNIACH NÁJDETE LEN UDRŽATEĽNÉ SVETLO

V rámci udržateľného konceptu svojich budov a medzinárodného projektu LED – retrofit sme v obchodnom roku 2017 začali s výmenou všetkých starých výbojkových svietidiel v predajniach za moderné a úsporné LED svietidlá. Tento krok je súčasťou našich aktivít v rámci zavedenia ISO 50001.

Obchodný rok 2018 – **64 Lidl predajní s LED osvetlením**

Obchodný rok 2019 – **142 Lidl predajní s LED osvetlením**

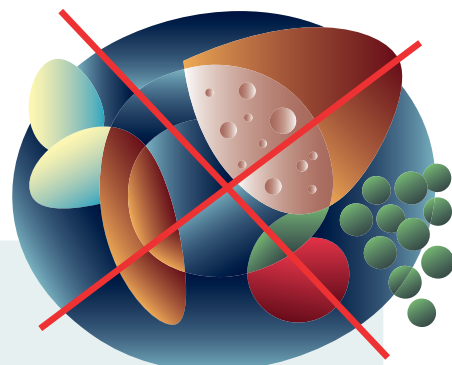
Dnes sa môžeme pochváliť, že 100 % našich Lidl predajní je LED-positive!

PLYTVANIE POTRAVINAMI



NAŠE CIELE V TEJTO TÉME NA OBCHODNÝ ROK 2020:

- Zaviesť systém automatizovaného objednávaného tovaru, ktorý spresní objednanie a prispieje k zníženiu odpisov.
- Zaviesť novú verziu schémy pečenia, ktorá poskytne presnejší návrh počtu kusov dopekaných artiklov a tým zníži plytvanie.
- Uzatvoriť zmluvu s novou bioplynovou stanicou aj s novou spoločnosťou na odber pečiva na krmné účely.



NÁŠ MANAŽÉRSKY PRÍSTUP

Plytvanie potravinami je zásadný globálny problém, ktorý sa týka aj Slovenskej republiky. Podľa najnovších informácií Európskej komisie sa v Európskej únii ročne vyprodukuje asi 88 miliónov ton potravinového odpadu, čo predstavuje 173 kg potravín na obyvateľa. V prípade Slovenska stále neexistuje jednotná metodika na meranie objemu potravinového odpadu, no odhaduje sa, že plytvanie predstavuje od 35 to 168 kg potravín na osobu ročne. Na základe informácií Ministerstva pôdohospodárstva a rozvoja vidieka Slovenskej republiky z januára 2020 až 53 % potravinového odpadu v našej krajine vyprodukujú domácnosti (zhruba 400 kg odpadu ročne). Znamená to, že viac ako polovica peňazí, ktoré Slováci minú na potraviny, končí v kontajneroch. Viac ako 60 % odpadu z potravín predstavuje odpad z ovocia a zo zeleniny, ktorý namiesto kompostu často zbytočne končí v komunálnom odpade.

„Ako jeden z najvýznamnejších predajcov potravín na Slovensku sa aktívne zaoberáme aj témou redukcie potravinového odpadu. V rámci tejto oblasti máme nastavených viacero procesov s cieľom znížiť naše odpisy. V prvom rade sa snažíme zefektívňovať a spresňovať svoje objednávkové procesy a schémy pečenia a v tomto smere vzdelávať aj zamestnancov v predajniach. Vďaka týmto opatreniam sme v porovnaní obchodných rokov 2018 a 2019 napríklad znížili odpisy pri ovocí a zelenine o 13 %. Samozrejmosťou sú zľavy na potraviny pred dátumom spotreby, v prípade nadstavu či posledných kusov. V neposlednom rade sa snažíme zodpovedne zaobchádzať s potravinovým odpadom, ktorý napriek našim snahám vzniká. Jeho väčšina končí v bioplynových staniciach, kde sa používa na výrobu elektrickej energie, alebo sa odovzdá na krmné účely. Prevencia potravinového odpadu je komplexná téma, ktorá sa nesie celou našou spoločnosťou. Zodpovednosť za ňu nesú až tri úseky – úsek logistiky, úsek podpory predaja a úsek organizácie predaja.“



MIROSLAV RŮŽIČKA

konateľ za rezort predaja a logistiky

Čo sa týka dôležitých ukazovateľov v rámci prevencie plytvania potravinami, v našej spoločnosti sú nimi jednoznačne odpisy. Každoročne v decembri si vytvárame plány na ďalší obchodný rok, pričom dôležité ukazovatele vyhodnocujeme aj na mesačnej báze. Najväčší podiel na našich potravinových odpisoch za obchodný rok 2018 aj 2019 predstavoval čerstvý chlieb a pečivo, mäso a ovocie a zelenina.

V prípade podnetov a nápadov v rámci témy redukcie plytvania s potravinami sa zákazníci môžu obrátiť na našu zákaznícku linku alebo napísať na e-mail csr@lidl.sk.¹

NAŠE OPATRENIA SMEROM K ZNIŽOVANIU POTRAVINOVÉHO ODPADU²

1. EFEKTÍVNE OBJEDNÁVKOVÉ PROCESY A VYSOKÉ ODPREDAJE

Dlhodobo zlepšujeme naše procesy, aby sme presne objednávali potraviny, ktoré predávame, a zabezpečili tak minimalizáciu prebytku potravín vo svojej každodennej prevádzke. Jednoduchosť a efektívnosť tvoria základ nášho podnikania. Orientujeme sa na rýchloobrátkový tovar a najmä čerstvé výrobky sa snažíme objednávať veľmi presne. Samozrejme, správanie zákazníkov nikdy nevieme odhadnúť na 100 %, našou prioritou je však vždy dostupnosť potravín, aby zákazník mohol u nás nakúpiť to, čo potrebuje. Vďaka nášmu konceptu, ktorý vychádza z predvýberu sortimentu a rýchloobrátkovosti, dosahujeme vysoké odpredaje a tým minimalizujeme odpisy. Absolútnu väčšinu produktov dokážeme predat s dostatočným časovým predstihom. V obchodnom roku 2019 sme v tomto smere zaviedli systém „Elektronických dispolistov“ pre objednávkovú oblasť ovocia a zeleniny, mäsa a pečiva, ktorý nám umožňuje presnejšie disponovanie tovarom. V rámci organizácie predaja sme zaviedli aj nové moduly, prostredníctvom ktorých sme zlepšili prídel akčného ovocia a zeleniny, mäsa a kvetov.



2. ZĽAVY NA POTRAVINY

V rámci svojho konceptu čerstvosti dlhodobu oddeľujeme a špeciálne označujeme produkty s blížiacim sa dátumom spotreby, pričom ich potom predávame za nižšiu cenu až do posledného dňa pred dátumom spotreby. Toto opatrenie sme zaviedli ešte pred účinnosťou novely zákona o potravinách, ktorá takúto povinnosť reťazcom ukladá. Naše zľavy v kocke:

- **Zľavy pred koncom dátumu spotreby – chladené produkty – 30 %, mäso – 30 %, pečivo – 30 %**
- **Zľavy v prípade nadstavu – dopekané pečivo – 30 %, ovocie a zelenina – 20 až 50 %, kvety – 30 %**
- **Zľavy na posledné kusy v prípade potravinových akcií – 50 %**

3. DAROVANIE POTRAVIN

Po vzájomnej dohode sme časť nepredaných potravín darovali Potravinovej banke Slovenska (PBS), ktorá ich potom rozdelila sociálne slabším skupinám obyvateľov Slovenska. PBS pritom dostáva len tie potraviny, ktoré spĺňajú všetky bezpečnostné a hygienické kritériá. Nepredané krmivo pre zvieratá pravidelne darujeme útulkom, ktoré združuje Sloboda zvierat.

Za obchodný rok 2019 sme opusteným zvieratám darovali 5,5 tony krmiva. Naplnili sme tak asi 18 000 misiek pre hladných chlpáčov.

4. BIOPLYNOVÉ STANICE

Potraviny, ktoré už nie sú vhodné na konzumáciu, sa snažíme opätovne zhodnotiť. Všetko ovocie a zeleninu, vedľajší živočíšny produkt a pečivo vraciame do logistických centier, kde sa sústreďuje do veľkokapacitných kontajnerov a potom odváža do bioplynových staníc. V roku 2019 sme spolupracovali s tromi bioplynovými stanicami (Alternative energy, s. r. o., Eko-Salmo, s. r. o., a SCBC, s. r. o.) a jednou spoločnosťou, ktorej odovzdávame pečivo na kŕmne účely (AGRAKOM, s. r. o.). Energia, ktorá sa z potravín v bioplynových staniciach vyrobí, sa dodáva do elektrickej siete. **V roku 2019 sa z nášho potravinového odpadu vyrobilo 1 955 MW elektrickej energie, čo je ročná spotreba približne 135 domácností.** Teplo sa zase využíva na vlastnú spotrebu bioplynových staníc. V procese zhodnocovania vzniká aj odpad – digestát. Ide o fermentovaný zvyšok, ktorý možno zužitkovať ako hnojivo.

Množstvá odpadu, ktoré skončili v bioplynových staniciach v obchodných rokoch 2017 až 2019:

Druh odpadu	Obchodný rok 2017 (v t)	Obchodný rok 2018 (v t)	Obchodný rok 2019 (v t)	Špecifikácia
Ovocie a zelenina	4 349	4 557,77	4 859,49	Bioplynové stanice
Vedľajší živočíšny produkt	389	1 413,74	1 981,46	Bioplynové stanice
Pečivo	1 107	1 590,70	2 006,12	Bioplynové stanice a na kŕmenie
SPOLU	5 845	7 562,21	8 847,07	

5. VZDELÁVANIE ZÁKAZNÍKA

Ako člen Slovenskej aliance moderného obchodu sa angažujeme v jej dlhodobom projekte NEPLYTVAJ – SPOTREBUJ. Jeho cieľom je informovať a vzdelávať širokú verejnosť o danej problematike, ako aj otvoriť celospoločenskú diskusiu na tému efektívnejšieho zaobchádzania s potravinami.

BEZPEČNOSŤ A OCHRANA ZDRAVIA PRI PRÁCI



NAŠE CIELE V TEJTO TÉME NA OBCHODNÝ ROK 2020:

- **Žiadny úraz s ťažkou ujmov na zdraví a smrteľný úraz.**
- **Žiadny vznik choroby z povolania.**
- **Koeficient úrazovosti na 1 000 zamestnancov spoločnosti ≤ 18.**



NÁŠ MANAŽÉRSKY PRÍSTUP

V Lidli uplatňujeme všeobecné zásady prevencie pri vykonávaní opatrení nevyhnutných na zaistenie bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci (ďalej len BOZP) vrátane zabezpečovania informácií, vzdelávania a organizácie práce a prostriedkov. Ako zamestnávateľ vykonávame opatrenia nevyhnutné na zaistenie BOZP tak, aby sa splnil ich účel a aby tieto opatrenia boli použiteľné a zamestnancom prístupné. 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.

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 stanovené ciele, naša spoločnosť má v rámci funkčného systému BOZP vypracovanú potrebnú zákonnú dokumentáciu pozostávajúcu z vnútropodnikových smerníc a predpisov, ako napríklad na posúdenie rizík a hodnotenie nebezpečenstiev, práce zakázané tehotným a dojčiacim ženám a mladistvým, na ručnú manipuláciu s bremenami, na poskytovanie a používanie osobných ochranných pracovných prostriedkov, na postup v prípade vzniku pracovných úrazov a nebezpečných udalostí, na poskytnutie prvej pomoci a iné.

„Systém bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci je v spoločnosti Lidl implementovaný na základe platných právnych predpisov v Slovenskej republike, a to najmä podľa zákona č. 124/2006 Z. z. o bezpečnosti a ochrane zdravia pri práci, súvisiacich vyhlášok a nariadení vlády. V rámci tohto systému aktívne prístupujeme k vytváraniu bezpečných a zdravých pracovných podmienok pre zamestnancov a k dodržiavaniu platných právnych predpisov v oblasti BOZP. Všetky činnosti a procesy súvisiace s naším podnikaním vykonávame so zameraním na elimináciu nebezpečenstiev a znižovania rizík BOZP. Používame technológie s ohľadom na znižovanie ohrozenia zdravia zamestnancov. Zástupcovia zamestnancov sa pravidelne zúčastňujú na návrhoch a na opatreniach na zvýšenie úrovne bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci. Neoddeliteľnou súčasťou našich aktivít je ustavičné vzdelávanie zamestnancov a zvyšovanie ich povedomia v oblasti bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci.“



RADOSLAV KUDLÁČ

vedúci oddelenia bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci a požiarnej ochrany

Podnety v rámci tejto témy môžu zamestnanci podávať prostredníctvom personálnych dôverníkov a zástupcov zamestnancov pre BOZP.

Nastavenie systému BOZP vždy hodnotíme na ročnej báze a na základe výsledkov sa snažíme kontinuálne zlepšovať v nasledujúcom období.¹

PREVENCIA AKO ZÁKLAD ÚSPECHU²

Prevenca je systém opatrení plánovaných a vykonávaných vo všetkých oblastiach činnosti našej spoločnosti, ktoré sú zamerané na vylúčenie alebo obmedzenie rizika a faktorov podmieňujúcich vznik pracovných úrazov, chorôb z povolania a iných poškodení zdravia pri výkone práce.

V Lidli pravidelne a sústavne kontrolujeme dodržiavanie právnych predpisov a ostatných predpisov na zaistenie BOZP a ochrany pred požiarmi. Pri interných previerkach sa primárne zameriavame na:

- **stav BOZP vrátane stavu bezpečnosti technických zariadení, meranie a hodnotenie faktorov pracovného prostredia, odborné prehliadky a odborné skúšky vyhradených technických zariadení,**
- **to, či zamestnanci nie sú v pracovnom čase pod vplyvom alkoholu a či dodržiavajú určený zákaz fajčenia v priestoroch zamestnávateľa (mimo vyhradeného priestoru),**
- **to, či riadne používajú osobné ochranné pomôcky a dodržiavajú ochranné opatrenia.**

Počet interných previerok s cieľom zlepšiť celkový stav BOZP a protipožiarnej ochrany na našich pracoviskách:

Obchodný rok 2018 – **550** Obchodný rok 2019 – **600**

PRAVIDELNE VYHODNOCUJEME ZDRAVOTNÉ RIZIKÁ A SNAŽÍME SA IM PREDCHÁDZAŤ³

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

- **druhej kategórie – najmenej raz za 18 mesiacov**

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 tejto kategórie:

Obchodný rok 2018 – **137 objektov z celkového množstva 140, t. j. 97,85 %**
Obchodný rok 2019 – **145 objektov z celkového množstva 148, t. j. 98 %**

- **tretej kategórie – najmenej raz za rok**

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 tejto kategórie:

Obchodný rok 2018 – **3 objekty (záťaž chladom) z celkového množstva 140, t. j. 2,15 %**
Obchodný rok 2019 – **3 objekty (záťaž chladom) z celkového množstva 148, t. j. 2 %**

Príklady organizačných a technických opatrení, ktorými sa snažíme znížovať zdravotné riziká spôsobené záťažou chladom na našich pracoviskách:

Osobné ochranné pomôcky:

- bavlnené spodky a náteľník s dlhým rukávom,
- flísová mikina,
- nohavice,
- zateplená pracovná vesta,
- čiapka,
- zateplené ochranné rukavice s povrchovou úpravou, ktorá zabraňuje presakovaniu vlhkosti,
- zateplené topánky s tepelnoizolačnou podrážkou, teplé ponožky,
- na požiadanie – ľadvinový pás.

Iné:

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



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. Pre existujúce pracoviská je to 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.

SVOJICH ZAMESTNANCOV PRAVIDELNE INFORMUJEME O BOZP¹

Svoje kolegyne 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 oblasti ochrany pred požiarmi,
- s faktormi práce a pracovného prostredia,
- s existujúcim a predvídateľným nebezpečenstvom a ohrozením, s možnými vplyvmi na zdravie 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.

Obsah, spôsob oboznámenia a pravidelnosť sú prispôbené charakteru práce vykonávanej zamestnancami na našich pracoviskách a okolnostiam, ktoré sa týkajú výkonu práce, najmä pracovným prostriedkom, pracovným postupom, novým alebo zmeneným nebezpečenstvám a ohrozeniam.

Oboznámenia zamestnancov o BOZP a požiarnej ochrane vo všetkých prevádzkach spoločnosti Lidl:

Obchodný rok 2018 – 290 oboznámení

Obchodný rok 2019 – 350 oboznámení

ŽIADNE ZÁVAŽNÉ PRACOVNÉ ÚRAZY ANI CHOROBY Z POVOLANIA²

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 delia na:

- závažný pracovný úraz s následkom smrti,
- závažný pracovný úraz s ťažkou ujmovou na zdraví – ide o pracovný úraz, ktorým bola spôsobená vážna porucha zdravia alebo vážne ochorenie,
- registrovaný pracovný úraz – zamestnávateľ je povinný registrovať pracovný úraz, ktorý zapríčinil pracovnú neschopnosť zamestnanca trvajúcu viac ako tri dni, ku ktorej došlo následkom pracovného úrazu.

Naše výsledky v téme BOZP za obchodné roky 2018 a 2019:

	Obchodný rok 2018	Obchodný rok 2019
Počet smrteľných úrazov	0	0
Počet závažných pracovných úrazov s ťažkou ujmovou na zdraví	0	0
Počet registrovaných pracovných úrazov	101	100
Počet uznaných a vzniknutých chorôb z povolania	0	0
Počet odpracovaných hodín našimi zamestnancami	9 793 314	10 378 271,4
Miera úmrtnosti v dôsledku pracovných zranení*	0	0
Miera úrazov s ťažkou ujmovou na zdraví v dôsledku pracovných zranení*	0	0
Miera registrovaných pracovných úrazov v dôsledku pracovných zranení*	10,31	9,63
Koeficient úrazovosti na 1 000 zamestnancov spoločnosti – cieľ/realita	≤ 20/19	≤ 19/18
Počet hodín práceneschopnosti našich zamestnancov	733 562,3	770 255,6
Miera práceneschopnosti našich zamestnancov	7,5 %	7,4 %

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

Ako popredný zamestnávateľ na trhu s potravinami sme nesmierne hrdí, že v obchodných rokoch 2018 a 2019 neevidujeme vznik žiadneho závažného pracovného úrazu s následkom smrti a s ťažkou ujmovou na zdraví. Rovnako neevidujeme uznanie a vznik choroby z povolania zamestnancov.

Zamestnanci, ktorí v obchodnom roku 2019 utrpeli registrované pracovné úrazy s PN dlhšou ako 3 dni, sa vrátili priemerne po 55 – 60 dňoch práceneschopnosti do pracovného procesu. V obchodnom roku 2018 sa vrátili do pracovného procesu priemerne po 45 – 50 dňoch.

ODMENA ZA PRÁCU



NÁŠ DLHODOBÝ CIEĽ:

- Byť najlepšie platiacim zamestnávateľom v oblasti maloobchodu na Slovensku.



NÁŠ MANAŽÉRSKY PRÍSTUP

Pre svojich zamestnancov chceme vytvárať pracovné prostredie, ktoré je príjemné, poskytuje motiváciu, priestor na kariérny rast aj adekvátne ohodnotenie. Popri platoch je pre nás dôležité aj vhodné nastavenie benefitov a možnosť čo najlepšie zladiť svoj pracovný a súkromný život. Za plánovanie finančných a personálnych zdrojov nesie v našej

spoločnosti zodpovednosť oddelenie HR Services, ktoré je súčasťou personálneho úseku spoločnosti. Medzi základné pravidlá a smernice, ktorými sa v tejto téme riadime, patrí Zákonník práce, pracovný poriadok, etický kódex spoločnosti a náš interný koncept vedenia High Five.

„V rámci politiky odmeňovania sme si interne stanovili, kde na trhu sa chceme nachádzať. S cieľom byť najlepšie platiacim zamestnávateľom v maloobchodnom sektore na Slovensku sme od roku 2017 (vrátane) štyrikrát zvyšovali platy svojim zamestnancom. Každý rok pritom išlo o priemerné zvýšenie platového ohodnotenia vo výške približne 5%. Priemerný hrubý plat na pozícii predavačka/pokladník je tak od marca 2020 o 40% vyšší, ako bol na jeseň 2016, a presahuje výšku 900 eur. V rámci politiky odmeňovania sa sústredíme na to, aby našim zamestnancom primárne rástla základná mzda, nechceme sa skrývať za výkonnostné odmeny či flexibilné príplatky.“



TATIANA CIBULKOVÁ
vedúca mzdového oddelenia

O tom, že naša spoločnosť patrí medzi najatraktívnejších zamestnávateľov na Slovensku, svedčí aj v poradí štvrtý zisk ocenení **Top Employer Slovensko** a **Top Employer Europe** v rade. Medzi skúmané oblasti patrí rozvoj a vzdelávanie zamestnancov, výkonnostný manažment, príležitosti na budovanie kariéry, poskytované benefity či firemná kultúra. Inštitút so sídlom v Holandsku oceňuje firmy s najkvalitnejším zamestnávateľským prostredím už od roka 1991. Pred Lidlom získali titul Top Employer iba tri firmy zo Slovenska, pričom Lidl bol historicky prvým obchodným reťazcom s týmto ocenením.



Diskontný reťazec takisto opätovne uspel vo svojej kategórii aj v domácej súťaži **Najzamestnávateľ**. V jej ôsmom ročníku hodnotilo 189 firiem dovedna 36 068 respondentov, čo je historicky najvyššie číslo. To, že zamestnávateľská politika Lidla je komplexná, potvrdzujú aj atribúty, na základe ktorých hlasujúci v tejto ankete rozhodli o víťazoch. Podľa spoločnosti Profesia boli nimi prevažne kvalitné služby a produkty, silná a známa značka, dobré meno spoločnosti, príjemné pracovné prostredie či kolektív, v ktorom daný človek pracuje. Platové ohodnotenie v tejto ankete skončilo až na šiestom mieste.

Manažérsky prístup v oblasti odmeňovania prehodnocujeme raz ročne spoločne s najvyšším vedením spoločnosti.

Všetky naše kolegyně a kolegovia sa v prípade akýchkoľvek otázok či podnetov týkajúcich sa tém ľudských zdrojov môžu obrátiť na našich **personálnych dôverníkov**, ktorých máme v centrále i vo všetkých svojich logistických centrách. K dispozícii majú aj **HR linku** pre otázky týkajúce sa legislatívy, daní či informácií na výplatnej páske a so svojimi problémami sa vždy môžu obrátiť na svojho priameho nadriadeného či na vedúcu personálneho úseku. Toto nastavenie je platné pre všetky personálne témy uvedené v tejto správe: Odmena za prácu, Rozmanitosť a inklúzia, Rovnováha v živote, Interné možnosti rozvoja.¹

MZDY NAD TRHOVÝM PRIEMEROM²

Od marca 2020 sa mesačný plat v našej spoločnosti na pozícii predavač/pokladník pohybuje na priemernej hodnote 938,90 eura, v obchodnom roku 2019 to bolo na porovnanie 860,66 eura. Plný pracovný úväzok v Lidli predstavuje 38,75 hodiny týždenne.

„Uvedomujeme si, že náš úspech závisí v prvom rade od našich kolegyň a kolegov, preto sú v Lidli vždy na prvom mieste. Pre ďalšie zvýšenie platov sme sa rozhodli aj napriek stále rastúcim nákladom na pracovnú silu, ktoré nám vyplývajú z legislatívy. V Lidli nerobíme žiadne rozdiely medzi mužmi a ženami, každý má u nás rovnaké podmienky v rámci odmeny za prácu, kariérneho rastu i možností vzdelávania. Dôležitá je pre nás aj absolútna transparentnosť a férovosť. Platíme každú odpracovanú minútu, neskrývame sa za žiadne hviezdčky ani malé písmo, naši zamestnanci presne vedia, s čím môžu počítať.“



MATÚŠ GÁLA
generálny riaditeľ

Priemerný nástupný plat na pozícii predavačka/pokladníčka, predavač/pokladník za obchodné roky 2017 až 2019:

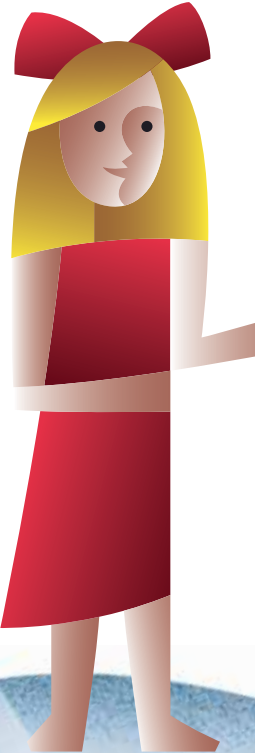
Obdobie	Priemerný nástupný plat v hrubom (PNP)	Minimálna mzda (MM)	Pomer PNP k MM
1. 3. 2017 – 31. 12. 2017	758,00 eur	435,00 eur	1,74 : 1,00
1. 1. 2018 – 28. 2. 2018	758,00 eur	480,00 eur	1,58 : 1,00
1. 3. 2018 – 31. 12. 2018	819,45 eur	480,00 eur	1,71 : 1,00
1. 1. 2019 – 28. 2. 2019	819,45 eur	520,00 eur	1,58 : 1,00
1. 3. 2019 – 31. 12. 2019	899,23 eur	520,00 eur	1,73 : 1,00
1. 1. 2020 – 29. 2. 2020	899,23 eur	580,00 eur	1,55 : 1,00

Pri 38,75-hodinovom plnom pracovnom úväzku týždenne. Hodnoty v rámci pomerov sú zaokrúhlené na 2 desatinné miesta.

Nástupné platy našich zamestnancov na plný úväzok na pozícii predavač/pokladník v obchodných rokoch 2017 až 2019 viditeľne prekročovali výšku minimálnej mzdy platnej v Slovenskej republike pre skúmané obdobie.

MOTIVÁCIU PROTI FLUKTUÁCII

Významným ukazovateľom, ktorý v našej spoločnosti sledujeme, je fluktuácia zamestnancov. Napriek tomu, že sa fluktuácia u nás za posledné dva obchodné roky oproti obchodnému roku 2017 mierne zvýšila (o 1,47 %), tešíme sa, že je stále o tri percentuálne body nižšia než v obchodnom roku 2016 a jej celkový trend je klesajúci. Na znížovaní tejto hodnoty plánujeme v najbližších rokoch aktívne pracovať prostredníctvom motivačnej firemnej kultúry. Práve ona ovplyvňuje atraktivnosť firmy pre nových zamestnancov, ale aj lojalitu a výkonnosť terajších kolegov a úspech spoločnosti Lidl ako celku. Samozrejmosťou je i príjemné pracovné prostredie, ustavičné inovovanie systému benefitov a rozširovanie rozvojových možností našich zamestnancov.



Fluktuácia za obchodné roky 2018 a 2019:¹

	Obchodný rok 2018 (v %)	Obchodný rok 2019 (v %)
Celkom	21,74	21,67
Podľa pohlavia		
z toho ženy	70,85	67,84
z toho muži	29,15	32,16
Podľa veku*		
z toho < 30	39,29	37,35
z toho ≥ 30 < 50	52,88	53,85
z toho ≥ 50	7,82	8,79
Podľa regiónu**		
z toho centrála spoločnosti	6,45	4,02
z toho LC Nemšová	31,99	27,05
z toho LC Záborské	20,03	27,55
z toho LC Sereď	41,53	41,37

* Fluktuácia (v %) bola vypočítaná ako pomer výstupov zo spoločnosti k priemernému stavu zamestnancov. Všetky hodnoty v tabuľke sú zaokrúhlené na 2 desatinné miesta.

** Od obchodného roka 2018 sa zmenilo rozdelenie v rámci regiónov. Rozdelenie na jednotlivé kraje (obchodný rok 2017) nahradilo rozdelenie na naše logistické centrá a centrálu spoločnosti Lidl.

Nástupy nových zamestnancov za obchodné roky 2018 a 2019:²

	Obchodný rok 2018 (v %)	Obchodný rok 2019 (v %)
Celkom	23,59 (1 112 zamestnancov)	24,45 (1 256 zamestnancov)
Podľa pohlavia		
z toho ženy	72,39	69,43
z toho muži	27,61	30,57
Podľa veku		
z toho < 30	44,05	45,54
z toho ≥ 30 < 50	49,55	51,11
z toho ≥ 50	5,40	3,34
Podľa regiónu		
z toho centrála spoločnosti	9,98	6,93
z toho LC Nemšová	29,95	31,53
z toho LC Záborské	23,67	27,95
z toho LC Sereď	36,40	33,60

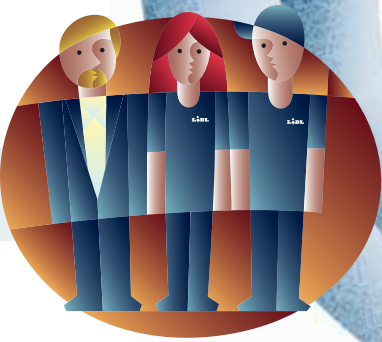
Hodnoty v rámci pomerov sú zaokrúhlené na 2 desatinné miesta.

ROZMANITOSŤ A INKLÚZIA



NÁŠ DLHODOBÝ CIEĽ V TEJTO TÉME:

- Zvyšovanie podielu žien v spoločnosti Lidl na všetkých úrovniach riadenia.



NÁŠ MANAŽÉRSKY PRÍSTUP

Zákaz diskriminácie, férovosť a rešpekt k rozdielnosti a rozmanitosti kultúr sú zakorenené v našich firemných zásadách i v etickom kódexe pre dodávateľov. Rešpekt a podpora rozmanitosti sa odrážajú aj v našom koncepte vedenia a diverzitu podporuje náš najvyšší manažment. Rozvoj tejto témy je v kompetenciách personálneho úseku spoločnosti Lidl, pričom primárne sa mu venuje najmä naše oddelenie rozvoja a vzdelávania.

„V Lidli platí rovné odmeňovanie mužov a žien na všetkých pracovných pozíciách.³ Chceme, aby sa všetci naši kolegovia cítili ocenení a rešpektovaní bez ohľadu na pohlavie, farbu pleti, národnosť či náboženské vyznanie. Preto sme sa v máji 2019 pridali k iniciatíve Charta diverzity na Slovensku a verejne sa tak zaviazali, že budeme vo firme vytvárať kultúru vzájomného rešpektu, dôvery, empatie a inklúzie. U nás v Lidli jednoducho všetci ťaháme za jeden povraz a rovnakým smerom.“



ZUZANA BALOGHOVÁ
vedúca personálneho úseku

Tému rozmanitosti a inklúzie sme v obchodnom roku 2019 podchytili prostredníctvom pilotných školení s názvom Diverzita v rámci našej série Trendy skills workshopov s nasledujúcimi výsledkami:

5 termínov školení na tému diverzita:



Keďže tieto školenia sa stretli s pozitívnou reakciou našich zamestnancov, plánujeme ich organizovať aj v obchodnom roku 2020 a téma rozmanitosti a inklúzie bude aj súčasťou proaktívneho leadershipu v našej Manažérskej akadémii.

Téma rozmanitosti a inklúzie bola pre našu spoločnosť stanovená ako jedna z prioritných tém až v roku 2019. Plány v tejto oblasti sa budú prehodnocovať na ročnej báze.⁴

RODIČOM VYCHÁDZAME V ÚSTRETY

V Lidli si uvedomujeme, že návrat našich kolegýň či kolegov z materskej a rodičovskej dovolenky nie je jednoduchý. Aj preto rodičom po návrate garantujeme pracovné miesto za rovnakých podmienok a ponúkame upravený pracovný čas na postupné zaradenie do pracovného života v našej spoločnosti.

Vybrané ukazovatele za obchodné roky 2018 a 2019:¹

	Obchodný rok 2018	Obchodný rok 2019
Celkový počet zamestnancov, ktorí čerpali rodičovskú dovolenku	177	194
z toho ženy	175	184
z toho muži	2	10
Celkový počet zamestnancov, ktorí sa vrátili do zamestnania po skončení rodičovskej dovolenky	124	133
z toho ženy	124	130
z toho muži	0	3
Celkový počet zamestnancov, ktorí sa vrátili po rodičovskej dovolenke do práce a zotrvali v nej 12 mesiacov	27	24
z toho ženy	27	23
z toho muži	0	1

POSILŇUJEME POSTAVENIE ŽIEN

Pohlavie pri obsadzovaní otvorených pozícií v našej spoločnosti nehrá úlohu, prioritne sa pozeráme na odborné predpoklady a kritériá potrebné pre danú pozíciu. Percento žien naprieč úrovňami v Lidli je pre nás veľmi dôležitý ukazovateľ. Naším cieľom je podporovať všetky ženy v našej spoločnosti – od skladníčok až po vrcholové manažérky.

Vybrané ukazovatele % žien naprieč manažérskymi úrovňami za obchodné roky 2018 a 2019:²

	Obchodný rok 2018	Obchodný rok 2019
Celkový počet zamestnancov	4 713	5 136
z toho ženy	3 762 (79,8 %)	3 869 (75,3 %)
Počet zamestnancov v manažmente spoločnosti	–	334
z toho ženy	–	143 (42,8 %)
Počet zamestnancov vo výkonnom manažmente spoločnosti (vyšší + top manažment)	–	9
z toho ženy	–	1 (11,1 %)

Dáta za obchodný rok 2018 nie sú dostupné, zber dát v rámci tejto témy sa začal až v obchodnom roku 2019.



Ukazovatele za vekovú diverzitu za obchodné roky 2018 a 2019:³

	Obchodný rok 2018	Obchodný rok 2019
Celkový počet zamestnancov	4 713	5 136
z toho < 30	1 204 (25,5 %)	1 303 (25,4 %)
z toho ≥ 30 < 50	2 992 (63,5 %)	3 283 (63,9 %)
z toho ≥ 50	517 (11 %)	550 (10,7 %)
Počet zamestnancov v manažmente spoločnosti	–	334
z toho < 30	–	37 (11,1 %)
z toho ≥ 30 < 50	–	285 (85,3 %)
z toho ≥ 50	–	12 (3,6 %)
Počet zamestnancov vo výkonnom manažmente spoločnosti (vyšší + top manažment)	–	9
z toho < 30	–	0
z toho ≥ 30 < 50	–	9 (100 %)
z toho ≥ 50	–	0

Dáta za obchodný rok 2018 nie sú dostupné, zber dát v rámci tejto témy sa začal až v obchodnom roku 2019.

ROVNOVÁHA V ŽIVOTE



NÁŠ DLHODOBÝ CIEĽ:

- Podpora flexibilných foriem práce a aktivít zameraných na zdravie zamestnancov.

NÁŠ MANAŽÉRSKY PRÍSTUP

Mentálne a fyzické zdravie našich zamestnancov je pre nás mimoriadne dôležité. V Lidli sa držíme hesla, že skvelé výsledky možno dosiahnuť iba pozitívnym pracovným prostredím a dostatkom času na rodinu a regeneráciu. V obchodných rokoch 2018 a 2019 sme pokračovali v podpore flexibilných foriem práce, aktivít zameraných na zdravie a šport a v podpore angažovanosti svojich kolegýň a kolegov. Za rozvoj tejto témy nesie zodpovednosť oddelenie firemnej kultúry, ktoré je súčasťou personálneho úseku v spoločnosti Lidl.



” Pri plánovaní aktivít v rámci témy Rovnováha v živote vychádzame z interných smerníc a z princípov konceptu vedenia High Five. Naším cieľom je poskytovať zamestnancom také pracovné podmienky, ktoré budú pre nich motivujúce. Práve motivačná firemná kultúra je totiž kľúčový faktor, ktorý sa odráža na kvalite ich práce a na výsledkoch, ktoré robia z Lidla atraktívnu a úspešnú značku. Druhou veľkou témou je podpora zdravia a zdravého životného štýlu, ktorej sa v Lidli systematicky venujeme už niekoľko rokov. V marci 2019 sme spustili nový program Na zdraví nám záleží, ktorý obsahuje mnoho zaujímavých aktivít. Vďaka nemu dostali kolegovia nové ergonomické pomôcky a mohli si napríklad vyskúšať masáže na pracovisku a raz do mesiaca začať deň raňajkami plnými vitamínov. Nie je nám ľahostajná ani psychická pohoda našich zamestnancov, preto k našim personálnym dôverníkom pribudli psychológovia na telefóne, ktorých konzultácie môžu v ťažkých životných situáciách využiť všetci naši zamestnanci.“



JANA ČUPKOVÁ

skupinová vedúca oddelenia firemnej kultúry

V Lidli však nemyslíme iba na svoje vlastné zdravie. Viacerí z nás sa totiž pravidelne zúčastňujú na darovaní krvi, ktoré sa realizuje v priestoroch našich logistických centier. Tradičiou sú aj charitatívne behy, ktorými sa snažíme pomáhať muskulárnym dystrofikom, a ďalšie aktivity, ktorými Lidláci ukazujú, že majú srdce na správnom mieste.

Všetky svoje projekty a aktivity v rámci rovnováhy v živote vždy zodpovedne vyhodnocujeme na konci obchodného roka, keď zároveň plánujeme aktivity na ďalší rok. Pri rozhodovaní nám pomáhajú aj výsledky našej každoročnej zamestnaneckej ankety PULZ. Tešíme sa, že v obchodnom roku 2019 sme sa zlepšili a do ankety sa zapojilo až 70 % našich zamestnancov (v 2018 to bolo 38 %), pričom ukazovateľ NET Promoter Score mal hodnotu 5 (v 2018 to bolo -8).¹



LIDL SRDCOM

V Lidli myslíme aj na zamestnancov a ich rodiny, ktoré sa ocitli v neľahkej životnej situácii pre vážne zdravotné či sociálne problémy. Pre týchto zamestnancov sme vytvorili špeciálny grantový program Lidl srdcom, vďaka ktorému môžu ročne získať podporu vo výške 2 500 eur. Tento príspevok môžu žiadatelia z radov našich kolegov použiť napríklad na nákup zdravotníckych pomôcok a liekov či na absolvovanie liečebných rehabilitácií. Projekt bol v Lidli spustený od marca 2020.

DOPLNKY K MZDE, KTORÉ POTEŠIA

Svojich zamestnancov sme v obchodných rokoch 2018 a 2019 nemotivovali iba finančne, ale aj prostredníctvom širokej škály benefitov:

- **stravnými lístkami v hodnote 4 eurá/deň**
- **kartou MultiSport**

- **vitamínovým balíčkom**
- **nadštandardnou zdravotnou prehliadkou (iba v 2018)**
- **narodeninovým prekvapením**
- **darčekom pre prvkov**
- **darčekom pre budúcich rodičov – aj pre otcov**
- **príspevkom na dôchodkové sporenie**
- **letným táborom pre deti zamestnancov**
- **zdravými raňajkami každý mesiac**
- **dňom zdravia**
- **dovolenkou nad rámec zákona pre zamestnancov do 33 rokov (do 25 dní)**



Systém našich benefitov každoročne vylepšujeme. Pravidelne sa kolegov pýtame na ich názor a na základe ich odpovedí prichádzame s novými výhodami, ktoré robia ich život krajším. Po vypočutí návrhov kolegov sme od obchodného roka 2020 zaviedli benefity (tzv. Cafeteria), z ktorého si zamestnanec sám vyberá benefity, o ktoré má záujem.

FLEXIBILITA NA PRACOVISKU JE NÁM VLASTNÁ¹

Čoraz viac ľudí si chce lepšie a flexibilnejšie kombinovať kariéru a súkromný život. To často zahŕňa aj túžbu tráviť viac času s rodinou alebo investovať viac času do koníčkov a ďalšieho vzdelávania. Zamestnávateľia zodpovedajú za svojich pracovníkov, a teda aj za ich meniace sa potreby. Výnimkou nie je ani Lidl, ktorý podporuje svojich zamestnancov pri zlepšovaní ich životnej rovnováhy. Všetci naši kolegovia, ktorých pracovná pozícia to umožňuje, mohli v obchodných rokoch 2018 a 2019 využiť home office raz do týždňa či flexibilný pracovný čas.

Špeciálnym benefitom, ktorý spoločnosť Lidl poskytuje svojim zamestnancom, je sabbatical – možnosť čerpať neplatené pracovné voľno nad rámec ročnej dovolenky. Tento benefit má k dispozícii každý, kto pracoval pre Skupinu Schwarz najmenej päť rokov. Môže byť štruktúrovaný podľa individuálnych potrieb a dĺžka pracovného voľna sa môže pohybovať od jedného do troch mesiacov. Na konci sabbaticalu má zamestnanec zaručené pracovné miesto. Tento benefit môže využiť každých päť rokov.

Sabbatical je nový model práce a voľného času, ktorý sa zameriava na rôzne fázy života zamestnanca, a je dôležitým príspevkom k právam zamestnancov na odpočinok a regeneráciu. Dobrá rovnováha v živote je dôležitá, a to najmä v zložitom prostredí maloobchodu s jeho zmenami a otváracími časmi, ktoré sú vo väčšine predajní od 7.00 do 21.00 počas celého týždňa, a má pozitívny vplyv na výkonnosť zamestnancov.

Úspech tohto benefitu meria spoločnosť Lidl prostredníctvom ročného prieskumu. Ten určuje mieru, v akej zamestnanci túto ponuku využívajú, a ich ďalšie členenie podľa pohlavia, funkcie zamestnanca, trvania a iné.

Koľko zamestnancov spoločnosti Lidl využilo sabbatical?



Počet zamestnancov, ktorí v obchodných rokoch 2017 až 2019 využívali flexibilné formy pracovného času:

	Obchodný rok 2017	Obchodný rok 2018	Obchodný rok 2019
Home office	253	260	272
Flexibilný pracovný čas	–	239	264
Skrátený úväzok	437	457	524
Neplatené voľno	20	22	48

NA ZDRAVÍ NAŠICH KOLEGOV NÁM ZÁLEŽÍ¹

V obchodnom roku 2018 sme životnú rovnováhu našich zamestnancov podporovali športovými aktivitami, zamestnaneckými podujatiami (napr. Family Days), zaradením karty MultiSport do zoznamu benefitov či možnosťou absolvovať nadštandardnú zdravotnú prehliadku (po 2 odpracovaných rokoch), ktorú využilo 429 našich zamestnancov. V marci 2019 sme pre svojich zamestnancov spustili špeciálny program „Na zdraví nám záleží“. Tento program reagoval na absenciu komplexného projektu v rámci starostlivosti o zdravie a zdravý životný štýl našich zamestnancov a poskytol priestor na zlepšenie podmienok v rámci vytvárania zdravého pracoviska. Zároveň ho vnímame ako dôležitú súčasť posilnenia firemnej kultúry v Lidli.

Program bol rozdelený do štyroch hlavných častí, v rámci ktorých prebiehali konkrétne aktivity:

- **Zdravé telo**
športové aktivity (napr. Spartan Race, Od Tatier k Dunaju na bicykli, Lidl Florbalový turnaj), masáže na pracovisku, kontrola znamienok
- **Zdravá strava**
zdravé raňajky, workshopy, tipy na recepty (napr. Detox na tanieri)
- **Zdravý duch**
psychológovia na telefóne
- **Zdravé pracovisko**
ergonomické pomôcky, týždne zdravia, workshopy zdravého chrbta, školenia o faktoroch životného prostredia nad rámec zákona



Doplňkom programu Na zdraví nám záleží boli aj v obchodnom roku 2019 zamestnanecké eventy (napr. letný a zimný večierok) a Family Days.

Počet zamestnancov, ktorí sa v obchodných rokoch 2018 a 2019 zapojili do našich aktivít v rámci podpory zdravia:

	Obchodný rok 2018	Obchodný rok 2019
Karta MultiSport	370	785
Darovanie krvi	250	285
Masáže	0	2 000
Behy	84	83
Iné športové akcie (Spartan Race, florbal, futsal...)	80	150

INTERNÉ MOŽNOSTI ROZVOJA



NAŠE DLHODOBÉ CIELE V TEJTO TÉME:

- Digitalizácia a rozvoj v oblasti online vzdelávania a odborného poradenstva v oblasti vzdelávacích potrieb zamestnancov.



NÁŠ MANAŽÉRSKY PRÍSTUP

Rozvoj zamestnancov je pre nás prioritou číslo jeden. Sme si vedomí, že na to, aby náš biznis mohol prosperovať, potrebujeme odhodlaných a talentovaných kolegov, ktorí majú dostupné všetky nástroje na realizáciu svojho potenciálu. V súlade s heslom „Ľudia tvoria Lidl“ tvoríme prepracované vzdelávacie koncepty, podporujeme inovatívne formy učenia a ponúkame široké tréningové možnosti, ktoré zohľadňujú individuálne potreby našich zamestnancov. Zodpovednosť za tieto témy nesie v našej spoločnosti oddelenie rozvoja a vzdelávania zamestnancov, ktoré je súčasťou personálneho úseku.

Pravidlá realizácie rozvojových a vzdelávacích programov nájde každý zamestnanec Lidlu v katalógu **WINBOX**, ktorý je skratkou pre „veľa vedomostí, inšpirácie a nápadov“. Je to nový rozvojový koncept, ktorý od obchodného roka 2019 nahrádza zaužívaný Katalóg vzdelávania. WINBOX je súčasťou projektu **Talent Management**, prostredníctvom ktorého sa všetky školenia realizujú, hodnotia aj pravidelne komunikujú. Každý zamestnanec má v rámci tohto projektu nárok na vhodné opatrenie na svoj rozvoj a vzdelávanie. V Lidli máme zadefinované cieľové skupiny pracovníkov, ktorí majú nárok na vlastný výber opatrenia. O svojom výbere však musia najneskôr počas svojho rozvojového pohovoru informovať svojho nadriadeného, ktorý ho zaeviduje do ich rozvojového plánu. Pre cieľovú skupinu predavač/pokladník/skladník sú opatrenia vždy zadefinované po dohode s nadriadeným. Väčšinou v tomto prípade ide o tzv. on the job opatrenia. Na zabezpečenie analýzy potenciálu a interného rastu zamestnancov máme zadefinovanú vlastnú metodiku. Hodnotíme nielen výkon zamestnanca, ale aj jeho rozvojový stupeň. Na základe výsledného hodnotenia v systéme projektu Talent Management potom kandidáti navrhnutí na povýšenie absolvujú Development centrum, ktoré predstavuje diagnostiku aktuálneho profilu zamestnanca. Na základe jeho výsledkov sú zamestnancovi definované opatrenia na posilnenie silných stránok a podporu oblastí, ktoré treba ďalej rozvíjať.

Každý rok pripravujeme nový koncept rozvoja a vzdelávania, ktorý komunikujeme zamestnancom. Zohľadňujeme pri ňom potreby všetkých cieľových skupín od najnižších pozícií až po top manažment. Všetci zamestnanci spoločnosti Lidl majú nárok na rozvojové a vzdelávacie opatrenia, ktoré sú pre rôzne cieľové skupiny zamestnancov k dispozícii v nasledujúcich formách:

- **Systém LEON**
- **Katalóg vzdelávania WINBOX**
- **Katalóg best practices možností TOOLBOX**

„Pre témy rozvoj a vzdelávanie zamestnancov máme v Lidli každý rok definovaný tzv. strategy house, ktorý sleduje strategické ciele. Sú v ňom určené aj konkrétne opatrenia, ktorými chceme stanovené ciele dosiahnuť. Jednotlivé strategy houses na seba nadväzujú tak, aby našich zamestnancov rozvíjali systematicky a kontinuálne. V obchodnom roku 2019 sme odštartovali nový projekt LEARNING SF, ktorého cieľom je rozvoj digitalizácie a vzdelávania online formou. Od zamestnancov si zároveň pýtame spätnú väzbu na všetky svoje projekty. Hodnotenie a podnety zbierame po každom absolvovanom workshope a školení. V rámci rozvojových pohovorov v projekte Talent Management každoročne prebieha aj obojstranná spätná väzba, keď nadriadený hodnotí zamestnanca, a naopak. Zároveň sme na začiatku roka 2020 zorganizovali prvú medzirezortnú anketu, v ktorej zamestnanci hodnotili úroveň komunikácie, dostupnosti a odbornosti poskytovania informácií zo strany jednotlivých úsekov.“



KLÁRA KOLÍNOVÁ
vedúca oddelenia rozvoja
a vzdelávania

Naše hlavné projekty v téme Rozvoj a vzdelávanie:

Obchodný rok 2018:

- **Rozvojové dni pre pozície na hierarchickej úrovni „4“** ako nástroj skríningu aktuálneho stavu kompetencií zamestnancov na tejto úrovni a definovania ich vzdelávacích a rozvojových opatrení
- **Aktualizácia katalógu vzdelávania o interné best practices a extra opatrenia**, ktoré majú zamestnancovi umožniť realizovať sa formou zvereného projektu mimo bežnej agendy
- **Mentoring** zo strany zamestnancov na senior pozíciách
- **Rezortné teambuildingy**, pri ktorých sme spojili rozvojové aktivity so zábavou s kolegami

Obchodný rok 2019:

- **Vytvorenie nového katalógu vzdelávania WINBOX**
- **Prvý ročník workshopu Executive Skills**
- **Možnosť pre zamestnancov vybrať si opatrenie pre vlastný rozvoj** (dovtedy ho vyberal nadriadený)
- **Konferencia Lidl Fórum (témy diverzita a integrita)**, ktorá nahradila manažérsky teambuilding
- **Manažérska akadémia**, ktorá zaviedla povinné workshopy pre manažérske pozície
- **Vzdelávací program Ofenzíva predaja/ Ofenzíva skladu**, ktorý sa zameriava na zapojenie najvýkonnejších kolegov z radov manažérov pre školenia hard skills

Na základe výsledkov Talent Managementu každý rok pripravujeme nové manažérske workshopy, ktoré reagujú na aktuálne témy. Na strategické témy, akými sú diverzita či integrita, školíme prostredníctvom externých školičov aj najvyšší manažment spoločnosti. Zároveň spoločne s vedením definujeme rámec a obsah workshopov na tieto témy pre manažérske a nemanadžérske pozície. Najvyšší manažment je tak prostredníctvom workshopu Executive Skills zapojený do celého procesu.¹

CHCEME BYŤ NEUSTÁLE SA UČIACOU ORGANIZÁCIOU

Vzdelávanie sa v Lidli začína prvým dňom nástupu do našej spoločnosti. V tomto smere sa držíme hesla, že začiatky nemusia byť vždy ťažké. Zamestnancov pripravujeme na nové úlohy metódou „learning by doing“ s ustavičnou podporou trénera (odborné zaškolenie) a patróna (predstavenie firemnej kultúry, kolegov a bežného fungovania v Lidli). Máme prepracovaný systém zapracovania pre každú pracovnú pozíciu formou individuálneho vedenia skúseným kolegom.

Po zapracovaní si každý zamestnanec nastavuje vlastný vzdelávací program. Okrem workshopov a školení na zvyšovanie vybraných kompetencií ponúkame zamestnancom aj jazykovú výučbu, tri verejné knižnice, small talky na zaujímavé témy (napr. zero waste) či trendové konferencie rôzneho zamerania.

Najvýznamnejšie možnosti vzdelávania a rozvoja za obchodné roky 2018 a 2019:

- 2018**
 - **Rezortné teambuildingy, Katalóg vzdelávania, mentoring, koučing, jazyková výučba, Global Mobility opatrenia (job rotation, medzinárodné zapracovanie, rozvojový program pre obchodných riaditeľov)**
- 2019**
 - **Rezortné workshopy, trendy skills workshopy (na témy agilita, integrita, diverzita), WINBOX, workshop Executive Skills, mentoring, koučing, Manažérska akadémia, Ofenzíva predaja, Ofenzíva skladu, Konferencia Lidl Fórum, jazyková výučba**



Priemerný počet školiacich hodín na jedného zamestnanca za obchodné roky 2018 a 2019:²

	Obchodný rok 2018 (v hodinách)	Obchodný rok 2019 (v hodinách)
Zamestnanci celkom	1,43	3,44
z toho ženy	1,07	2,41
z toho muži	2,89	6,57
Zamestnanci, ktorí vedú ľudí	8,52	42,54
z toho ženy	9,32	50,32
z toho muži	7,95	36,7
Zamestnanci, ktorí nevedú ľudí	0,94	0,84
z toho ženy	0,78	0,57
z toho muži	1,71	1,22

Naším cieľom v najbližších rokoch je zvyšovanie kvality onboardingového procesu, ktorého pozitívny efekt očakávame pri dôležitých ukazovateľoch, akými sú fluktuácia a výkon našich zamestnancov. Plánujeme aj nový projekt zameraný na našich trénerov, naďalej budeme rozvíjať koncept interného vzdelávania s cieľom zohľadniť aktuálne trendy v oblasti vzdelávania a rozvoja a do našich procesov zapojíme aj najvýkonnejších zamestnancov. Budeme pokračovať aj v rozvíjaní kompetencií svojich kolegov v duchu aktuálne rezonujúcich spoločenských a strategických tém.

SPÄTNÁ VÄZBA JE NÁŠ NAJVERNEJŠÍ SPOLOČNÍK¹

Získanie a podanie kvalitnej a konštruktívnej spätnej väzby je základom fungovania celej našej spoločnosti. Pretože iba aktívnym počúvaním a otvoreným dialógom sa môžeme posúvať vpred. Obojstranná spätná väzba nám zároveň umožňuje vytvoriť si ucelený obraz o našej organizácii, zozbierať nové nápady a nájsť osobnosti, ktoré ich dokážu realizovať. Hodnotenie zamestnancov v Lidli prebieha od roka 2017 v rámci Talent Managementu.

V obchodných rokoch 2018 a 2019 získalo spätnú väzbu 100 % našich zamestnancov.

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

**Poskytovanie spätnej väzby v rámci
Talent Managementu (cez interný systém) v obchodných rokoch 2018 a 2019:**

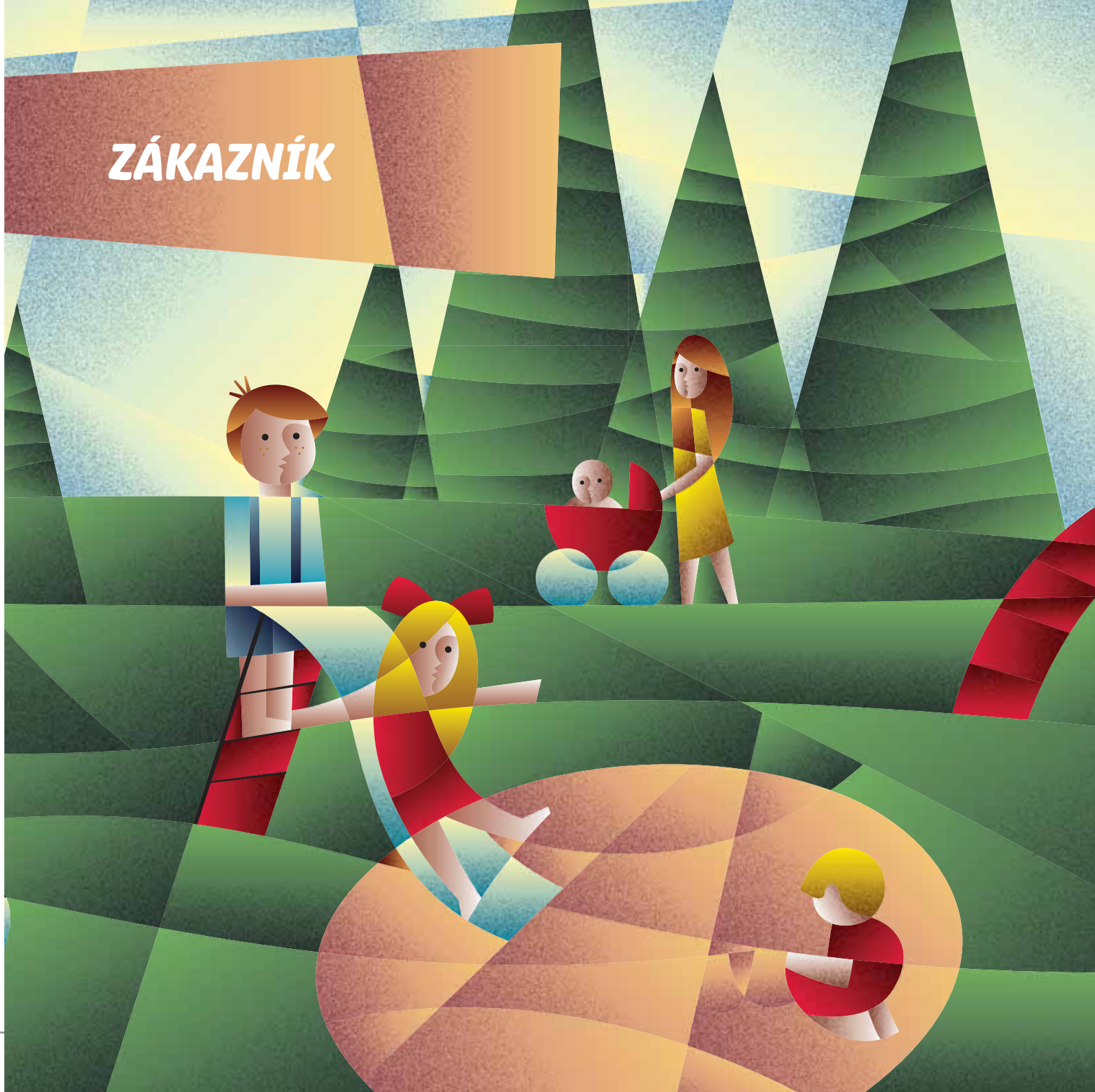
	Obchodný rok 2018	Obchodný rok 2019
Celkový počet zamestnancov, ktorí dostali spätnú väzbu cez interný systém	1 220	1 297
z toho ženy	798	848
z toho muži	422	449
z toho zamestnanci, kt. vedú ľudí	231	236
z toho zamestnanci, kt. nevedú ľudí	989	1 061
Počet povýšených ľudí na základe hodnotení v rámci Talent Managementu	35	40
z toho ženy	23	29
z toho muži	12	11

Spätnú väzbu našich kolegýň a kolegov na život v Lidli sme získali aj prostredníctvom každoročnej **ankety PULZ**, na ktorej sa v obchodnom roku 2019 zúčastnilo takmer 3 500 zamestnancov (v obchodnom roku 2018 to bolo okolo 1 800).

Naším cieľom do budúcnosti v oblasti podávania spätnej väzby je digitalizácia možnosti podávania spätnej väzby a zásadná aktualizácia development centier s dôrazom na vynovenie metodiky a pridanie nových konkrétnych modelových situácií.



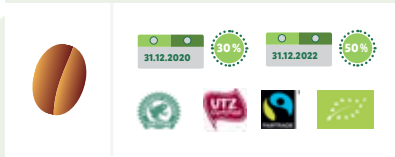
ZÁKAZNÍK



UDRŽATEĽNÉ PRODUKTY



NAŠE DLHODOBÉ CIELE V TEJTO TÉME:



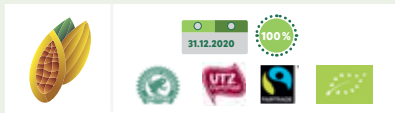
K Á V A

- Zabezpečiť, aby 30 % ponúkaných výrobkov zo sortimentu káv našej vlastnej značky bolo do konca roka 2020 certifikovaných UTZ, Rainforest Alliance, Fairtrade alebo Bio.
- Dosiahnuť 50 % certifikáciu do konca roka 2022. Cieľ máme zadefinovaný pre stály sortiment, ako aj pre časovo obmedzené akcie.



Č A J

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



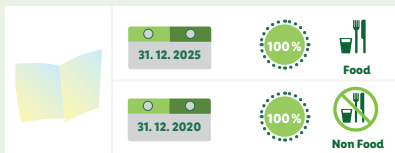
K A K A O

- V súčasnosti obsahuje väčšina výrobkov našich vlastných značiek kakao certifikované Fairtrade, Fairtrade Cocoa-Program, BIO alebo UTZ. Naším dlhodobým cieľom je dosiahnuť 100 % certifikáciu produktov stáleho sortimentu, ako aj produktov časovo obmedzených akcií najneskôr do konca roka 2020.



PALMOVÝ OLEJ

- V Lidl SR sme si stanovili za cieľ do konca roka 2022 využívať v potravinách vlastných značiek, ktoré obsahujú palmový olej, výhradne segregovaný palmový olej. V prípade výrobkov, ktoré nie sú určené na konzumáciu (napr. kozmetika), urobíme všetko pre to, aby sme do konca roka 2020 prešli na certifikovaný model Mass Balance RSPO, ak to bude technicky možné a certifikované produkty budú k dispozícii v požadovanom množstve. Cieľ sme si stanovili tak pre stály sortiment, ako aj pre časovo obmedzené akcie.



PAPIER A CELULÓZA

- Spoločnosť Lidl SR si stanovila za cieľ zmeniť všetky produkty vlastných značiek obsahujúce celulózu vrátane obalov a etikiet na surovinu certifikovanú FSC alebo na recyklovaný materiál. Vo výnimočnom prípade sa môže na jednotlivé produkty s obmedzenou dostupnosťou materiálu certifikovaného FSC použiť aj surovina certifikovaná PEFC.

NÁŠ MANAŽÉRSKY PRÍSTUP

Zaujímá nás príbeh každého čajového lístka či zrnka kávy. Nechceme totiž predávať len obyčajné potraviny. Vieme, že svojim zákazníkom môžeme ponúknuť oveľa viac. Preto uvádzame na trh čoraz väčšiu škálu produktov s certifikáciou trvalej udržateľnosti. Na základe medzinárodného prieskumu Fairtrade International pod názvom **Literature review on public attitudes to fair trade and ethical consumption (máj 2019)**, ktorý sa uskutočnil na vzorke 5 000 respondentov z Francúzska, Nemecka, Talianska, zo Španielska a z VB, drvivá väčšina z nich zohľadňuje udržateľnosť pri nakupovaní každodenných produktov, ako sú potraviny, nápoje a kozmetika. Na základe tohto prieskumu až 73 % spotrebiteľov požaduje od potravinárskych spoločností zverejňovanie pôvodu a spôsobu, akým boli jednotlivé produkty vyrobené. Šesťdesiatjeden percent oslovených respondentov sa zaujíma aj o informácie, ako potravinárske spoločnosti chránia ľudské práva pracovníkov.

Uvedomujeme si trendy a našu zodpovednosť v tomto smere, preto sme v tejto oblasti zverejnili viacero záväzných stanovísk, v ktorých konkretizujeme svoje ciele pre jednotlivé suroviny, ich dôvody aj kroky, ako ich chceme dosiahnuť. Všetkých našich 11 stanovísk, ktorými sa snažíme zabezpečiť vysokú kvalitu a bezpečnosť produktov, je verejne dostupných na našom webe www.spolocenskazodpovednost.sk v sekcii Mantra spoločenskej zodpovednosti.

„Stanovili sme si dlhodobé a odvážne ciele pre kakao, čaj, kávu, palmový olej, celulózu, kvety, ryby a morské plody. Ich náplň je výsledkom komplexných analýz, v rámci ktorých sa stanovilo, pri ktorých surovinách je nevyhnutné ich ekologické a trvalo udržateľné pestovanie vzhľadom na riziká, ktoré predstavujú pre životné prostredie. Našou úlohou je nielen realizácia týchto cieľov v Slovenskej republike a ich pravidelné vyhodnocovanie, ale najmä senzibilizácia našich dodávateľov a objasnenie, prečo sme si daný cieľ stanovili. Uvedomujeme si totiž, že všetky tieto ambiciózne ciele môžeme dosiahnuť len aktívnou spoluprácou so svojimi obchodnými partnermi. V neposlednom rade komunikujeme svoje záväzky zákazníkom, a to prostredníctvom letáka Lidl, sociálnych sietí, webu spolocenskazodpovednost.sk, CSR reportov aj priamo v mieste predaja.“



ROMANA PATRÁŠOVÁ
CSR manažérka pre oblasť nákupu



Všetky nápady a podnety týkajúce sa udržateľných produktov môžu naši partneri či zákazníci poslať na našu zákaznícku linku. Od roka 2018 zastrešuje túto tému v našej spoločnosti CSR manažérka pre oblasť nákupu, pričom požiadavky týkajúce sa konkrétnych komodít vždy riešia zodpovední nákupcovia.¹

POTRAVINY S PRIDANOU HODNOTOU

Kúpou produktov s certifikáciou trvalej udržateľnosti podporujete nielen udržateľné poľnohospodárske metódy, ale aj zabezpečenie férových pracovných podmienok pre farmárov v rozvojových krajinách. V obchodných rokoch 2018 a 2019 ste na našich pultoch mohli nájsť produkty s nasledujúcimi certifikáciami:

BIO, Rainforest Alliance, UTZ, Fairtrade (+ Fairtrade Cocoa Program), FSC, PEFC, EU Ecolabel, MSC, ASC a GOTS.

Hlavné miesta strategického obstarávania našich surovín:



Počet produktov spoločnosti Lidl Slovenská republika s vybranými certifikáciami trvalej udržateľnosti v sortimente našich vlastných značiek (stály sortiment + časovo obmedzené produkty) v obchodných rokoch 2018 a 2019:¹

	Obchodný rok 2018	Obchodný rok 2019
BIO	154	170
Fairtrade + FSP	164	191
FSC	37	48
Rainforest Alliance	5	13
UTZ	346	395
MSC	60	76

Podiel certifikovaných produktov vlastných značiek v našom stálom sortimente z celkového množstva našich produktov v stálom sortimente v obchodných rokoch 2018 a 2019:²

	Obchodný rok 2018		Obchodný rok 2019	
	Celkové množstvo produktov vlastných značiek s touto certifikáciou	Podiel z celkového množstva produktov v stálom sortimente v %	Celkové množstvo produktov vlastných značiek s touto certifikáciou	Podiel z celkového množstva produktov v stálom sortimente v %
BIO	94	2,3	110	2,49
Fairtrade	42	1,03	41	0,93
FSC	37	0,91	48	1,08
UTZ	200	4,92	215	4,86
MSC	35	0,86	44	0,99
Rainforest Alliance	4	0,1	12	0,27

Naše výsledky za jednotlivé komodity v obchodných rokoch 2018 a 2019:³

KAKAO	Všetky certifikácie trvalej udržateľnosti, ktoré mali certifikované produkty našich vlastných značiek obsahujúce kakao	Celkové množstvo produktov vlastných značiek v našom stálom sortimente obsahujúcich kakao	Podiel produktov vlastných značiek, ktoré obsahujú certifikované kakao, z celkového množstva produktov v našom stálom sortimente obsahujúcich kakao
Obchodný rok 2018	Bio, Fairtrade, UTZ	270	63 %
Obchodný rok 2019	Bio, Fairtrade, UTZ	352	58,5 %
KÁVA	Všetky certifikácie trvalej udržateľnosti, ktoré mali certifikované produkty našich vlastných značiek obsahujúce kávu	Celkové množstvo produktov vlastných značiek v našom stálom sortimente obsahujúcich kávu	Podiel produktov vlastných značiek, ktoré obsahujú certifikovanú kávu, z celkového množstva produktov v našom stálom sortimente obsahujúcich kávu
Obchodný rok 2018	RFA, UTZ, Bio	36	25 %
Obchodný rok 2019	RFA, UTZ, Bio	34	29,4 %
ČAJ	Všetky certifikácie trvalej udržateľnosti, ktoré mali certifikované produkty našich vlastných značiek obsahujúce čaj	Celkové množstvo produktov vlastných značiek v našom stálom sortimente obsahujúcich čaj	Podiel produktov vlastných značiek, ktoré obsahujú certifikovaný čaj, z celkového množstva produktov v našom stálom sortimente obsahujúcich čaj
Obchodný rok 2018	RFA, UTZ, Bio	89	6,7 %
Obchodný rok 2019	RFA, UTZ, Bio	96	28,1 %
RYBY	Všetky certifikácie trvalej udržateľnosti, ktoré mali certifikované produkty našich vlastných značiek obsahujúce ryby	Celkové množstvo produktov vlastných značiek v našom stálom sortimente obsahujúcich ryby	Podiel produktov vlastných značiek, ktoré obsahujú certifikované ryby, z celkového množstva produktov v našom stálom sortimente obsahujúcich ryby
Obchodný rok 2018	MSC, ASC	75	45,3 %
Obchodný rok 2019	MSC, ASC	85	57,6 %
PALMOVÝ OLEJ	Všetky certifikácie trvalej udržateľnosti, ktoré mali certifikované produkty našich vlastných značiek obsahujúce palmový olej	Celkové množstvo produktov vlastných značiek v našom stálom sortimente obsahujúcich palmový olej	Podiel produktov vlastných značiek, ktoré obsahujú certifikovaný palmový olej, z celkového množstva produktov v našom stálom sortimente obsahujúcich palmový olej
Obchodný rok 2018	RSPO	85	29,4 %
Obchodný rok 2019	RSPO	98	19,4 %

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

** 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). Takisto pre zmeny v sortovaní produktov.

VYUŽÍVANIE LOKÁLNYCH ZDROJOV



NAŠE DLHODOBÉ CIELE V TEJTO TÉME:

- **Zvýšiť hodnotu výrobkov nakúpených od slovenských dodávateľov o 30 % do roka 2025 v porovnaní s obchodným rokom 2019.**
- **Pokračovať v podpore slovenských dodávateľov.**



NÁŠ MANAŽÉRSKY PRÍSTUP

Životné prostredie sa snažíme chrániť aj prostredníctvom podpory lokálnych dodávateľov. Redukciou potravinových kilometrov znižujeme emisie CO₂, zároveň podporujeme rozvoj lokálnej ekonomiky a zlepšujeme spätnú dosledovateľnosť svojich produktov.

„Ustavične hľadáme slovenských dodávateľov, ktorí sú schopní splniť naše požiadavky na kvalitu, kontinuitu dodávok a zároveň sú cenovo konkurencieschopní. Táto téma je v kompetenciách rezortu nákupu, v ktorom regulárne prebieha monitoring trhu a konkurencie a uskutočňujú sa pravidelné analýzy výrobkov. Na jednej strane jednotliví nákupcovia vyhľadávajú nové zaujímavé lokálne produkty a ich dodávateľov, na druhej strane majú sami slovenskí dodávatelia možnosť kontaktovať rezort nákupu so svojou ponukou a prezentovať seba a portfólio svojich produktov. Na tento účel môžu využiť našu zákaznícku linku alebo priamo oficiálnu webovú stránku spoločnosti www.lidl.sk. Zodpovedný nákupca podľa štandardných procesov kontaktuje potenciálne zaujímavého dodávateľa, posúdi kvalitu jeho výrobkov, dostupné kapacity a v prípade záujmu z oboch strán začne rokovanie o obchodných podmienkach vrátane ceny. Ak nastane situácia, že máme na stole dve identické ponuky od zahraničného a slovenského obchodného partnera, vždy uprednostníme lokálneho dodávateľa.“



RADEK VRBKA

obchodný riaditeľ za rezort nákupu

Z právneho hľadiska za riadime najmä zákonom o potravinách, ktorý nám okrem iného v tejto téme ukladá povinnosť v rámci každého propagačného materiálu (napr. letáka, reklamy, postov na sociálnych sieťach) zobrazovať aspoň 50 % potravín so slovenským pôvodom.



MARTIN NAGY

konateľ za rezort nákupu

„O tom, že snahou našej spoločnosti je neprestajne zvyšovať podiel produktov od slovenských dodávateľov, svedčí aj fakt, že náš cieľ, ktorý sa týka zvýšenia nákupnej hodnoty výrobkov nakúpených od lokálnych dodávateľov o 20 % do roka 2020, sme v roku 2019 nielen splnili, ale dokonca prekonalí o ďalších 10 %. V nastolenom trende plánujeme pokračovať.“

V rámci podpory slovenských producentov a výrobcov sme v obchodnom roku 2019 zrealizovali dva špeciálne projekty. Jedným z nich je projekt „**Dobrý pocit na víne**“, ktorým sme podporili mladých slovenských vinárov. Od 26. augusta 2019 sme do svojej ponuky zaradili štyri vína z produkcie Strednej odbornej školy vinársko-ovocinárskej (SOŠVO) v Modre. Táto škola ako jediná na Slovensku vychováva mladých slovenských vinárov na výkon ich budúceho povolania. Navyše sme sa rozhodli talentovaných mladých vinárov v ich práci ešte väčšími motivovať a za každú predanú fľašku v týždni od 26. 8. do 31. 8. 2019 sme spomenutej škole venovali 1 euro. Vďaka našej podpore a podpore našich zákazníkov vo výške 5 000 eur si každý žiak SOŠVO bude môcť vyrobiť vlastné víno a škola si zakúpi potrebné materiálne vybavenie. Ďalším projektom bol vernostný zákaznícky program „**Rona poháre**“, ktorým sme podporili tradičnú slovenskú skláreň.

V prípade, že by zákazník objavil akúkoľvek nezrovnalosť v tejto téme alebo by mal zaujímavý podnet, môže sa obrátiť na našu zákaznícku linku. Všetky prípadné sťažnosti rieši zodpovedný nákupca ako hlavný komunikačný partner pre dodávateľa, prípadne jeho nariadený, ktorým je obchodný riaditeľ za rezort nákupu.

Svoj manažérsky systém vyhodnocujeme priebežne počas roka a podľa aktuálneho vývoja na maloobchodnom trhu.¹

PÔSOBÍME GLOBÁLNE, MYSLÍME LOKÁLNE

Za lokálne produkty považujeme tie, ktoré boli vyrobené dodávateľmi so sídlom na území Slovenskej republiky, pričom rovnako významné sú pre nás všetky naše prevádzky (2018: 134 predajní, 2019: 142 predajní).² Práve týchto dodávateľov sme aj v obchodných rokoch 2018 a 2019 hľadali prostredníctvom špeciálnej výzvy „**Slovenskí dodávatelia, dajte o sebe vedieť**“, ktorú aj aktuálne nájdete na našej webovej stránke www.lidl.sk. Aby sme však mohli podiel lokálnych produktov vo svojom sortimente zvyšovať, je dôležité, aby ste ich preferovali práve vy, naši zákazníci. V tomto smere vám môže pomôcť „**5 cenových hitov zo Slovenska**“, ktoré nájdete každý týždeň v našom Lidl letáku, či tematické týždne pod názvom „**Vyrobené na Slovensku**“. V poslednom ukončenom obchodnom roku sme začali využívať aj viacero log na cenovkách. O tom, že naše produkty sú z roka na rok lokálnejšie, svedčia aj nasledujúce čísla.

V obchodnom roku 2017 sme od dodávateľov so sídlom v Slovenskej republike nakúpili tovar v objeme 23 % z celkovej hodnoty všetkých výrobkov. V obchodnom roku 2018 išlo o tovar v objeme 25,66 % a v obchodnom roku 2019 tvoril tovar od lokálnych dodávateľov 26,57 % z celkovej hodnoty všetkých výrobkov.³

Hodnota tovaru od dodávateľov so sídlom v Slovenskej republike v nákupných cenách za obchodné roky 2015 až 2019:



Artikle v našom sortimente od slovenských dodávateľov za obchodné roky 2018 a 2019:

	Obchodný rok 2018	Obchodný rok 2019
Celkový počet artiklov v našom stálom sortimente	4 068	4 424
Počet artiklov od lokálnych dodávateľov v našom stálom sortimente	892	902
% podiel artiklov od lokálnych dodávateľov z celkového množstva artiklov v našom stálom sortimente	21,9 %	20,4 %

Dodávateľia zo Slovenska zaviezli v obchodnom roku 2018 29,7 % potravinového tovaru pre spoločnosť Lidl Slovenská republika. Druhú priečku obsadili firmy z Českej republiky s 23,07 % a tretiu priečku obchodní partneri z Nemecka s 19,34 %. V obchodnom roku 2019 dodávateľia zo Slovenka zaviezli pre Lidl Slovenská republika 31,8 % potravinového tovaru. Druhú priečku obsadili opäť firmy z Českej republiky s 21,9 % a tretiu priečku obsadili dodávateľia z Poľska a Nemecka s 18 %.

Počet slovenských dodávateľov za obchodné roky 2017 až 2019:



ZELENINÁRSKA:

Vďaka spolupráci s Lidlom sme postavili novú baliareň, sklad a zamestnali 100 nových pracovníkov

Príkladom podpory slovenských dodávateľov zo strany Lidla je družstvo Zeleninárska, ktoré združuje 13 pestovateľov. Pôsobia na regionálnej úrovni a zemiaky, cibuľu, koreňovú a ostatnú zeleninu pestujú na poliach rozprestierajúcich sa od Trnavy po Sládkovičovo cez Bernolákovo a Šamorín. So Zeleninárskou sme nadviazali spoluprácu na konci roka 2018 a odvtedy toto družstvo dodalo na pulty našich predajní až 33 500 ton zemiakov a zeleniny. Vďaka obchodnej spolupráci s Lidlom družstvo Zeleninárska v roku 2020 realizovalo investíciu v celkovej hodnote 16 miliónov eur. Peniaze využili na výstavbu novej baliarne na vysokej technickej úrovni s kapacitou 3 až 4 tony aj na rozšírenie skladových priestorov, ktoré pokrývajú až 16 000 ton produkcie. Vďaka novým investíciám a rozširovaniu produkcie mohla Zeleninárska ponúknuť prácu viacerým ľuďom.



JURAJ MAČAJ

generálny riaditeľ spoločnosti AGRO MAČAJ, ktorá je súčasťou družstva Zeleninárska

„Lidl vnímame ako veľmi stabilného a predvídateľného partnera. Dohody s touto spoločnosťou sú konštruktívne a vždy je priestor na spoločnú debatu. A preto si môžeme byť aj my istejší a nebať sa investovať a rozširovať svoje pole pôsobenia.“

NA SLOVENSKÝCH PRODUKTOCH SI MÔŽU POCHUTIŤ AJ NAŠI SUSEDIA

Slovenským dodávateľom otvárame pomyselné dvere do sveta a už roky im umožňujeme umiestniť ich tovar v našich predajniach v zahraničí. Vďaka našej aktívnej spolupráci s dodávateľmi môžu zákazníci z Českej republiky ochutnať napríklad slovenské syry či nátierky. V Belgicku si zase môžu navariť chutný obed zo slovenského špenátu a v Portugalsku pripraviť chutný šalát z tofu z našej lokálnej produkcie.

Export slovenských producentov v nákupnej hodnote za obchodné roky 2016 až 2019:

	Obchodný rok 2016	Obchodný rok 2017	Obchodný rok 2018	Obchodný rok 2019
Počet dodávateľov	43	48	42	44
Nákupná hodnota produktov (v EUR)	37 500 000	45 000 000	51 700 000	54 519 000
Medziročný rozdiel	-	+20 %	+15 %	+5 %

Percentuálne hodnoty aj nákupné hodnoty sú zaokrúhlené.

Krajiny, do ktorých prebiehal v obchodných rokoch 2018 a 2019 export slovenských produktov (podľa poradia):

Obchodný rok 2018 –

Obchodný rok 2019 –

KVALITNÉ A BEZPEČNÉ PRODUKTY



NAŠE DLHODOBÉ CIELE:

- Znížiť priemerný obsah pridaného cukru a pridanej soli v sortimente vlastných značiek o 20 % do januára 2025.
- Zabezpečiť, aby všetci dodávateľia našich vlastných značiek bolo držiteľmi medzinárodne uznávaných certifikátov (IFS alebo BRC) v oblasti bezpečnosti a kvality potravín.
- Certifikovať procesy úseku kvality podľa medzinárodnej normy ISO 9001 Systém manažérstva kvality do konca roka 2020.



NÁŠ MANAŽÉRSKY PRÍSTUP

Sledujeme aktuálny spoločenský vývoj a štúdium nových poznatkov z oblasti zdravotníctva, vedy a techniky je našou povinnosťou. Ako jeden z najväčších predajcov potravín na Slovensku cítime obrovskú zodpovednosť chrániť svojich zákazníkov a poskytovať im vysokokvalitné a bezpečné potraviny s pozitívnym vplyvom na zdravie každého z nás.

„Všetky procesy v rámci nášho úseku kontroly kvality sa uskutočňujú podľa Príručky kvality, ktorá jednotne nastavuje aktivity v tomto smere. Táto príručka zahŕňa komplexné procesy na pravidelné analyzovanie produktov našich vlastných značiek vrátane vyhodnocovania výsledkov a postupu prijímania nápravných opatrení. Analyzovanie produktov zabezpečujú nezávislé akreditované laboratóriá, ktoré zisťujú a vyhodnocujú súlad výsledkov analytických rozborov so slovenskou i európskou legislatívou, ako aj zhodu medzi deklarovanými a zistenými hodnotami. Príručka kvality upravuje procesy uskutočňovania senzorického hodnotenia našich produktov, a to interné senzorické posudzovanie, ako aj externé senzorické posudzovanie prostredníctvom neškolených konzumentov. Aby sme zabezpečili najvyššie štandardy kvality svojich produktov a zároveň aby sme si overovali bezpečnosť svojich produktov priamo pri výrobe, uskutočňujeme v rámci týchto procesov aj pravidelné auditovanie svojich dodávateľov nezávislými externými audítormi, ktorí sú certifikovaní podľa najvyšších medzinárodných štandardov.“



ANDREA BALÁŽOVÁ-FUSEKOVÁ
vedúca úseku kontroly kvality



Okrem kvality produktov sa pozeráme aj na ich vplyv na zdravie spotrebiteľa. Vo svojich procesoch sa zameriavame na redukciu pridaného cukru a pridanej soli v produktoch vlastných značiek a odstraňujeme nežiaduce látky zo zloženia svojich produktov. Osobitným procesom, ktorý takisto upravuje naša medzinárodná Príručka kvality, je analýza obsahu pesticídov v čerstvom ovocí a zelenine, resp. obsahu reziduí účinných látok v pesticídoch a kontrola dodržiavania našich interných požiadaviek, ktoré sú prísnejšie než zákonné limity.

Neoddeliteľnou súčasťou témy kvality a bezpečnosti potravín je aj kontakt s našimi zákazníkmi, ktorý je upravený prostredníctvom procesov zákazníckeho servisu, v rámci ktorých preverujeme všetky otázky, podnety či sťažnosti zákazníkov týkajúce sa kvality produktov. Naši zákazníci môžu kontaktovať zákaznícku linku telefonicky alebo prostredníctvom kontaktného formulára uverejneného na našej webovej stránke. Zákaznícka linka je bezplatná a funguje od pondelka do soboty v čase 8.00 – 18.00 hod.

Naše najvýznamnejšie míľniky za obchodné roky 2018 a 2019:

Marec 2018

implementácia procesov vývoja zloženia našich produktov v rámci cieľov uvedených v našom Stanovisku k zdravej výžive

Február 2019

zverejnenie Stanoviska k zdravej výžive na webe www.spolocenskazodpovednost.sk

December 2019

začiatok prípravy na certifikáciu ISO 9001

Svoj manažérsky prístup v téme Kvalitné a bezpečné produkty pravidelne prehodnocujeme a prispôsobujeme aktuálnej spoločenskej situácii a vývoju v oblasti potravín, pričom stredobodom nášho záujmu je vždy zákazník. Prehodnotenie tohto prístupu môže spôsobiť aj každá zmena legislatívy. Na procesoch riadenia kvality sa v poslednom ukončenom obchodnom roku podieľalo 6 zamestnancov.¹

CERTIFIKOVANÍ DODÁVATELIA A PRAVIDELNÉ TESTY

Základnou kvalitatívnou požiadavkou v rámci podmienok spolupráce, ktorú musia naši dodávatelia privátnych značiek spĺňať, je certifikácia ich výrobných závodov podľa medzinárodne uznávaných štandardov IFS (International Featured Standards) alebo BRC (British Retail Consortium). V prípade, že chce s nami spolupracovať dodávateľ, ktorý ešte nie je certifikovaný, je našou základnou podmienkou, aby certifikáciu získal v čo najkratšom čase. Ďalšou kvalitatívnou podmienkou je úspešné absolvovanie pravidelne uskutočňovaných neohlásených auditov, ktoré vykonávajú nezávislí externí certifikovaní audítori. V prípade zistenia nezhôd počas auditu musia dodávatelia prijať okamžité nápravné opatrenia a vypracovať akčný plán, ktorá podlieha schváleniu.

Samozrejmosťou zostáva úzka spolupráca s našimi dodávateľmi počas roka, aby dosiahli naše ciele vyplývajúce zo Stanoviska k zdravej výžive. V tomto stanovisku sa venujeme nielen vytváraniu zdravších alternatív produktov našich vlastných značiek, ale aj eliminácii zdravotných rizík, ktoré spôsobujú nežiaduce látky v potravinách, akými sú napríklad akrylamid či zvyšky minerálnych olejov.

OBCHODNÝ ROK 2018:

37 slovenských dodávateľov vlastných značiek, z toho 97,3 % bolo držiteľom medzinárodnej certifikácie IFS alebo BRC

OBCHODNÝ ROK 2019:

46 slovenských dodávateľov vlastných značiek, z toho 97,8 % bolo držiteľom medzinárodnej certifikácie IFS alebo BRC

Naša Príručka kvality nám presne stanovuje, ktoré produkty vlastných značiek sme povinní analyzovať, vrátane stanoveného intervalu analýz počas roka. Celý postup analyzovania je pritom založený na analýze rizika. Pri každom produkte hodnotíme jeho mikrobiologické, chemické, fyzikálne a biologické riziká. Okrem pravidelných analýz uskutočňujeme aj analytické rozborov podľa svojej potreby, ktorých je ročne približne 1 000. V prípade zistenia odchýlky podnikáme aktívne kroky na dosiahnutie nápravy, pričom v tomto smere je vždy prvoradá komunikácia s našimi dodávateľmi.

V obchodných rokoch 2018 a 2019 sme spolupracovali s dvomi akreditovanými a nezávislými slovenskými laboratóriami – Eurofins Food Testing Slovakia, s. r. o., a ALS SK, s. r. o. Novinkou v priebehu obchodného roka 2019 boli najmä analýzy nových parametrov, ktoré súvisia s našimi cieľmi v rámci zverejneného stanoviska k zdravej výžive. V rovnakom roku sme takisto v spolupráci so spoločnosťou Eurofins Food Testing Slovakia začali robiť analýzy nepotravinového tovaru Near Food pre vybrané produkty.



Naše produktové analýzy za obchodné roky 2017 až 2019 v kocke:¹

	Obchodný rok 2017*	Obchodný rok 2018	Obchodný rok 2019
Počet produktových analýz produktov vlastných značiek	678	624	657
Celkový počet analyzovaných produktov vlastných značiek	–	356	539
Celkový počet analyzovaných produktov vlastných značiek v našom stálom sortimente	–	337	439
Celkový počet produktov v našom stálom sortimente	–	4 068	4 424
% podiel analyzovaných produktov vlastných značiek z celkového množstva produktov v našom stálom sortimente	–	8,3%	9,9%

* V obchodnom roku 2017 bola pri výpočte ukazovateľa 416-1 použitá iná metodika, preto uvádzame na porovnanie iba počet pravidelných produktových analýz, ktorý už je prepočítaný podľa novej metodiky, a teda nie je porovnateľný s dátami uvedenými v našej Správe o trvalej udržateľnosti za obchodný rok 2017. Od roku 2018 bola na výpočet počtu produktových analýz v rámci spoločnosti Lidl medzinárodne stanovená metodika, pričom finálny percentuálny podiel sa počíta z celkového množstva produktov v našom stálom sortimente a po vyradení akčných produktov z celkového počtu analyzovaných produktov. Pre obchodný rok 2017 je preto aplikovaný nasledujúci dôvod na vynechanie informácií: Informácie nie sú dostupné.

ÚRADNÉ KONTROLY

Stredobodom nášho záujmu je vždy zdravie a bezpečnosť našich zákazníkov. Preto aj v prípade zistenia nehody úradnou kontrolou a uloženia opatrenia je naším cieľom čo najrýchlejšie a najúčinnnejšie preveriť danú situáciu a v požadovanom termíne splniť nápravné opatrenia uložené štátnymi orgánmi. Zároveň prijímame opatrenia, aby sa v budúcnosti dalo podobnej situácii predísť.

Výsledky úradných kontrol za obchodné roky 2017 až 2019 v kocke:²

	Obchodný rok 2017	Obchodný rok 2018	Obchodný rok 2019
Celkový počet úradných kontrol	1 158	1 364	1 461
Celkový počet správnych konaní*	85	86	94
z toho, výsledkom ktorých bolo udelenie pokuty**	82	76	86
Celková výška udelených pokút (v EUR)	250 600	238 500	125 880
Najvyššia právoplatne udelená pokuta (v EUR)	20 000	25 000	10 000

* V prípade správnych konaní bol rozhodujúcim kritériom na výpočet ukazovateľa 416-2 dátum začatia správneho konania. Keďže správny orgán môže na základe stanovených legislatívnych lehôt začať konanie o uložení pokuty do jedného roka od zistenia nedostatkov v rámci úradnej kontroly, môžu do celkového počtu správnych konaní spadnúť aj konania týkajúce sa nedostatkov z minulých období. Keďže nevedíme samostatnú evidenciu jednotlivých inštitucionálnych kontrol, tento údaj nie je možné vykázať z nasledujúceho dôvodu na vynechanie informácií: Informácie nie sú dostupné.

** V ostatných prípadoch, ktorých výsledkom nebolo udelenie pokuty, nebolo zatiaľ vydané rozhodnutie o výsledku konania príslušným správnym orgánom.

V prípade, že nám štátne orgány uložili opatrenie, ktorým je verejné stiahnutie produktu z trhu, je naším cieľom bezodkladne informovať zákazníkov verejným oznamom. Zákazník má zároveň v tomto prípade vždy možnosť vrátiť daný produkt v ktorejkoľvek predajni aj bez predloženia pokladničného bloku a na mieste sú mu vrátené peniaze.

Verejné stiahnutia produktov našich vlastných značiek za obchodné roky 2018 a 2019:

	Obchodný rok 2018	Obchodný rok 2019
Počet verejných stiahnutí produktov vlastných značiek	11	7

Z toho potravinový tovar	9	5
Dôvody stiahnutia pre potravinový tovar	V prípade verejných stiahnutí na základe rozhodnutia slovenských úradov: senzorické vlastnosti, nižší obsah rybieho mäsa v porovnaní s deklaráciou, chemická kontaminácia, nevyhovujúca mikrobiológia. V prípade verejných stiahnutí iniciovaných z iných krajín: nevyhovujúca mikrobiológia, kontaminácia cudzími predmetmi, chýbajúca deklarácia alergénu.	V prípade verejných stiahnutí na základe rozhodnutia slovenských úradov: nevyhovujúca mikrobiológia, chemická kontaminácia, nevyhovujúca senzorika, chýbajúce deklarované alergény. Dve stiahnutia sme iniciovali sami: chemická kontaminácia a nevyhovujúca mikrobiológia.
Z toho nepotravinový tovar	2	2
Dôvody stiahnutia pre nepotravinový tovar	nebezpečenstvo zásahu elektrickým prúdom, nebezpečenstvo explózie artikla	nebezpečenstvo prehltnutia malých častí deťmi, nebezpečenstvo zásahu elektrickým prúdom

V obchodnom roku 2017 bolo iniciovaných 9 verejných stiahnutí produktov vlastných značiek, z toho 7 sa týkalo potravinového tovaru a 2 sa týkali nepotravinového tovaru. Tieto dáta sú prepočítané podľa novej metodiky platnej od obchodného roka 2018, keďže v našej Správe o trvalej udržateľnosti za obchodný rok 2017 boli do výpočtov zahrnuté aj verejné stiahnutia značkových produktov a išlo len o stiahnutia iniciované na podnet Slovenskej republiky.

VŠETKÉHO VEĽA ŠKODÍ, AJ CUKRU A SOLI

Podľa Národného centra zdravotníckych informácií trápila cukrovka v roku 2019 viac ako 355 000 Slovákov, z toho viac ako 91% tvorili pacienti s diabetom mellitus druhého typu. Práve títo pacienti v porovnaní rokov 2009 – 2018 vykazujú stúpajúci trend. V rámci chronických komplikácií spojených s cukrovkou išlo v roku 2019 primárne o arteriálnu hypertenziu a poruchu metabolizmu lipidov. Zároveň na základe štúdie Európskej komisie pod názvom „Slovensko – zdravotný profil krajiny 2019“ sú najvýznamnejšou príčinou úmrtia v našej krajine kardiovaskulárne ochorenia a cieвне mozgové príhody. Tie sa často spájajú s vysokým príjmom sodíka a nízkym príjmom draslíka. Práve na tieto problémy sa snažíme reagovať prostredníctvom svojho cieľa znížiť priemerný obsah pridaného cukru a pridanej soli v sortimente vlastných značiek o 20% do januára 2025.

Celý proces znižovania obsahu pridanej soli a cukru prebieha v niekoľkých fázach. Prvým krokom je výber artiklov našich vlastných značiek, ktoré majú potenciál v rámci zmeny kvality podľa našich cieľov uverejnených v Stanovisku k zdravej výžive. Ďalším krokom je zber informácií o danom produkte, porovnávanie zloženia a kvality s konkurenčnými produktmi na trhu, stanovenie cieľov, ktoré chceme dosiahnuť, a komunikácia s dodávateľmi. S nimi sa potom dohodneme na potrebných krokoch na dosiahnutie stanovených cieľov, ktoré musia byť možné aj z technologického hľadiska. Vzápätí prebieha vývoj nového zloženia zo strany našich dodávateľov. Dôležitým krokom je senzorické hodnotenie týchto vzoriek s rôznym zložením a hodnotami a porovnávanie s naším aktuálnym sortimentom, pretože základným pravidlom je, aby sa zachovala senzorická kvalita našich produktov. Na záver sa vyberie tá vzorka, ktorá nielen spĺňa nami definované ciele z hľadiska zdravej výživy, ale zároveň ostáva aj naďalej chutná a zaujímavá pre spotrebiteľa, bez zhoršenia senzorických vlastností.

Pri znižovaní množstva pridaného cukru a soli v našich produktoch vlastných značiek musia byť súčasne splnené tieto podmienky:

- zmena je možná z technologického hľadiska, pričom kvalita výrobku ostane zachovaná
- sú splnené naše stanovené ciele
- senzorická kvalita výrobku sa zachová

Príklady produktov vlastných značiek, pri ktorých sa nám v obchodných rokoch 2018 a 2019 podarilo znížiť pridané množstvo cukru a soli:

- **Tvarohový závin**
 - Zníženie priemerného množstva pridaného cukru o 15 % (z 12,9 g/100 g na 11 g/100g)
 - Zníženie priemerného množstva pridanej soli o 15 % (z 0,53 g/100 g na 0,45 g/100 g)
 - Ako sa nám to podarilo: zvýšením obsahu tvarohovej plnky z 50 % na 60 %.
- **Ovocná zmes**
 - Zníženie priemerného množstva pridaného cukru o 14,2 % (zo 79,3 g/100 g na 68 g/100 g)
 - Zníženie priemerného množstva pridanej soli o 84 % (z 0,92 g/100 g na 0,14 g/100 g)
 - Ako sa nám to podarilo: odstránením banánovej arómy.
- **Rastlinná nátierka škvarková**
 - Zníženie priemerného množstva pridanej soli o 20 % (z 1,25 g/100 g na 1 g/100 g)
 - Ako sa nám to podarilo: znížením množstva soli.



Celkovo prebehla v obchodných rokoch 2018 a 2019 úprava 17 produktov vlastných značiek od slovenských dodávateľov. Z toho:

- pri 7 produktoch sa znížilo priemerné pridané množstvo cukru aj soli
- pri 7 produktoch sa znížilo priemerné pridané množstvo soli
- pri 2 produktoch sa znížilo priemerné pridané množstvo cukru
- pri 1 produkte sa odstránil glukózo-fruktózový sirup, karmíny a extrakt z červenej repy

SPÄTNÁ DOSLEDOVATEĽNOSŤ PÔVODU PRODUKTOV



NÁŠ DLHODOBÝ CIEĽ V TEJTO TÉME:

- **Nadalej pokračovať v zodpovednom označovaní svojich produktov podľa platných legislatívnych požiadaviek a poskytovať zákazníkom ďalšie užitočné údaje, aby sa pri výbere tovaru vždy mohli správne rozhodnúť.**



NÁŠ MANAŽÉRSKY PRÍSTUP

Označovanie produktov a uvádzanie ich pôvodu je v Lidli v kompetenciách úseku kontroly kvality, kde sa tejto téme v poslednom ukončenom obchodnom roku venovalo 5 zamestnancov. V rámci označovania produktov je vždy smerodajná platná legislatíva, a to tak národná, ako aj európska. Ide o veľké množstvo právnych predpisov, z ktorých v tejto správe spomíname iba tie základné, a to:

- **Zákon č. 270/1995 Z. z. o štátnom jazyku Slovenskej republiky z 15. novembra 1995,**
- **Zákon NR SR č. 152/95 Z. z. o potravinách v znení zmien a doplnkov,**
- **Zákon NR SR č. 250/2007 Z. z. o ochrane spotrebiteľa,**
- **Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1169/2011 z 25. októbra 2011 o poskytovaní informácií o potravinách spotrebiteľom v znení platných právnych zmien.**
- **V prípade výrobkov vyrobených v SR, resp. dovezených z tretích krajín sa riadime slovenskými právnymi predpismi vzťahujúcimi sa na jednotlivé komodity, t. j. vyhláškami a výnosmi.**
- **V prípade živočíšnych produktov berieme do úvahy požiadavky nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 853/2004 z 29. apríla 2004, ktorým sa ustanovujú osobitné hygienické predpisy pre potraviny živočíšneho pôvodu.**

Samotné uskutočňovanie všetkých procesov v rámci manažmentu kvality vrátane označovania produktov sa riadi Príručkou kvality (Handbuch QS), ktorá upravuje tieto procesy pre všetky Lidl krajiny.

„Naším základným cieľom v téme označovania produktov je poskytovať zákazníkom dôveryhodné informácie v prehľadnej a jednoduchej forme, aby na prvý pohľad našli všetky fakty, ktoré potrebujú. Aby sme tento cieľ ustavične plnili, máme zavedené viaceré prostriedky na jeho dosahovanie, a to napríklad jednotné písmo na uvádzanie zloženia produktov a výživových údajov, prehľadnú tabuľku výživových údajov, obsahu kalórií, obsahu energie na jednu porciu a percentuálny podiel prepočítaný na dennú spotrebu dospelého človeka. Pri kontrole našich etikiet je nastavený viacnásobný mechanizmus kontroly. Etiketa sa kontroluje a upravuje dovedy, dokým ju neschvália viaceré zodpovedné strany, t. j. úsek kontroly kvality, externí znalci – odborníci z oblasti potravinovej legislatívy, ako aj nákupné oddelenie. Naším hlavným cieľom je, aby všetky naše produkty zodpovedali legislatívnym požiadavkám na označovanie, a to na národnej aj európskej úrovni. Všetky svoje ciele kontinuálne naplňame.“



ANDREA BALÁŽOVÁ-FUSEKOVÁ
vedúca úseku kontroly kvality

Manažérsky prístup prehodnocujeme a prispôbujeme aktuálnej spoločenskej situácii a vývoju v oblasti potravín, pričom stredobodom nášho záujmu sú naši zákazníci. Prehodnotenie manažérského prístupu môže spôsobiť aj každá zmena legislatívy.

Príkladom a najväčšou zmenou, ktorá sa nás priamo dotkla, je aktuálna úprava európskej legislatívy, ktorá sa týka povinného uvádzania krajiny pôvodu alebo miesta pôvodu potravín. Od 1. apríla 2020 sa stalo účinným vykonávacie nariadenie Komisie (EÚ) 2018/775, ktorým sa stanovujú pravidlá uplatňovania článku 26 ods. 3 nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1169/2011 o poskytovaní informácií o potravinách spotrebiteľom, pokiaľ ide o pravidlá uvádzania krajiny pôvodu alebo miesta pôvodu základnej zložky potraviny.



Podľa článku 26 ods. 2 písm a) nariadenia EÚ č. 1169/2011 sa vyžaduje uviesť krajinu pôvodu alebo miesto pôvodu, ak by ich neuvedenie mohlo zavádzať spotrebiteľa, pokiaľ ide o skutočnú krajinu pôvodu alebo miesto pôvodu príslušnej konečnej potraviny, najmä ak by z informácií sprevádzajúcich potravinu alebo z dizajnu celej etikety inak vyplývalo, že potravina má inú krajinu pôvodu alebo miesto pôvodu. Cieľom tohto článku je predchádzať zavádzajúcim informáciám o potravinách, v ktorých sa naznačuje určitý pôvod potraviny, aj keď jej skutočný pôvod je iný. Dôležitý je článok 26 ods. 3 nariadenia (EÚ) 1169/2011, ktorý stanovuje, že ak sa uvádza krajina pôvodu alebo miesto pôvodu potraviny a ak nie sú také isté ako krajina pôvodu alebo miesto pôvodu jej základnej zložky, uvedie sa aj krajina pôvodu alebo miesto pôvodu príslušnej základnej zložky alebo sa uvedie, že krajina pôvodu alebo miesto pôvodu základnej zložky sú iné ako krajina pôvodu alebo miesto pôvodu potraviny.

Vyššie uvedená zmena priniesla potrebu kontroly všetkých našich aktuálnych produktov a úpravu všetkých etikiet tam, kde to nová legislatíva vyžaduje. Aby sme však predišli akýmkoľvek pochybnostiam, spoločnosť Lidl Slovenská republika uvádza krajinu pôvodu a krajinu pôvodu základnej zložky potraviny aj nad rámec tejto legislatívy, a to najmä v prípadoch, v ktorých by mohla u spotrebiteľa vzniknúť akákoľvek pochybnosť o krajine pôvodu, a to najmä vzhľadom napr. na dizajn obalu alebo vzhľadom na názov, čiže aj v tých prípadoch, kde naši externí znalci toto označenie nevyžadujú. Tak sa snažíme dosiahnuť čo najväčšiu transparentnosť voči svojim zákazníkom.

Podnety a pripomienky týkajúce sa označovania svojich produktov prijímame prostredníctvom svojej zákazníckej linky.¹

VŠETKY INFORMÁCIE NÁJDETE NA OBALE²

Legislatívne požiadavky kladené na povinné informácie uvedené na obaloch našich produktoch sa v obchodných rokoch 2018 a 2019 nezmenili oproti poslednému reportovanému obdobiu. Stále musíme na obaloch uvádzať nasledujúce údaje:

- **legislatívny názov výrobku,**
- **zloženie,**
- **vyznačenie alergénov a vetu o nožnej krízovej kontaminácii (v Lidli uvádzame alergény tučným písmom),**
- **dátum spotreby, resp. dátum minimálnej trvanlivosti,**
- **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. Takisto uvádzame upozornenia typu „nepodávajte malým deťom“, a to napríklad na oreškoch alebo na minisálkach. Na obaloch produktov, ktoré to vyžadujú, nájdete aj návod na likvidáciu. V obchodnom roku 2019 sme začali pracovať na zmenách svojich obalov, ktoré vyžaduje nová legislatíva spomínaná v manažérskom prístupe.



ETIKETY NAŠICH PRODUKTOV PRECHÁDZAJÚ VIACERÝMI KONTROLAMI³

Každý výrobok, resp. jeho obal posielame na kontrolu externým znalcom, ktorí označenia skontrolujú komplexne z legislatívneho hľadiska, a to od dizajnu cez zákonné označenie, zloženie až po dodatočné informácie nachádzajúce sa na etikete, akými sú adresa, gramáž a tabuľka s výživovými údajmi. Zároveň nám odporúča, ktoré informácie by bolo dobré na obal dodatočne uviesť. Touto kontrolou prejde každý obal. Neskôr, keď sa obal už nachádza v predajni, sa označenie našich produktov kontroluje opätovne v rámci pravidelného analyzovania našich produktov, pri ktorom sa skontroluje aj etiketa produktu. V rámci týchto kontrol znalci pripomienkovali:

za obchodný rok 2018 – **81 etikiet** za obchodný rok 2019 – **77 etikiet**

V obchodných rokoch 2018 a 2019 skontrolovali externí znalci 100 % obalov produktov predávaných spoločnosťou Lidl.

K PÔVODU MÄSA, RÝB ČI VAJÍČOK SA U NÁS ĽAHKO DOPÁTRATE⁴

Uvádzanie informácií o pôvode produktov bolo v posledných dvoch ukončených obchodných rokoch povinné len pri určitých kategóriách výrobkov. V prvom rade ide o čerstvé chladené mäso, kde máme povinnosť uvádzať pôvod mäsa, resp. miesto, kde bolo zviera chované a zabité. Kde túto informáciu nájdete? Na produktoch živočíšneho pôvodu sa nachádza veterinárny ovál, ktorého rozkódovanie vám prezradí posledné miesto spracovania výrobku.

Pôvod potravín uvádzame okrem čerstvého a mrazeného mäsa pri čerstvých a mrazených rybách, rybích lahôdkach, rybích konzervách a vajčičkach. Túto informáciu nájdete aj pri ovoci a zelenine. **Dohromady tieto artikly, pri ktorých nájdete informáciu o ich pôvode, predstavovali v obchodnom roku 2018 30,17 % z nášho trvalo zalisťovaného sortimentu vlastných značiek. V obchodnom roku 2019 išlo o 31,6 %.**



COMPLIANCE



NAŠE CIELE V TEJTO TÉME:

- **Na obchodný rok 2018: Aktívna komunikácia ťažiskových tém compliance všetkým zamestnancom spoločnosti a zvyšovanie povedomia zamestnancov o potenciálnych rizikách compliance ich pravidelným vzdelávaním a poskytovaním poradenstva.**
- **Na obchodný rok 2019: Modernizácia platformy na oznamovanie protispoločenskej činnosti, ako aj zvyšovanie povedomia v oblasti CMS Programu kartelové právo.***
- **Na obchodné roky 2020 a 2021: Doplnenie vzdelávania zamestnancov automatizovaným systémom vzdelávania (eLearning) najmä vo všeobecných témach compliance.**

* V rámci modernizácie platformy BKMS boli prehodnotené kritériá (úkony) vyhodnocovania a objasňovania compliance relevantných podnetov a zjednodušený schvaľovací, reportovací a archivačný proces. Navyše bola pridaná ďalšia téma „Porušovanie ľudských práv, sociálnych a environmentálnych štandardov“, prostredníctvom ktorej môžu oznamovatelia oznamovať protispoločenskú činnosť konkrétnejšie.

NÁŠ MANAŽÉRSKY PRÍSTUP

Porušenie platných zákonov a smerníc môže mať za následok finančné škody a stratu dobrého mena spoločnosti Lidl Slovenská republika. Okrem toho tieto porušenia môžu viesť k osobným nárokom na odškodnenie a trestnoprávnym následkom pre jednotlivých zamestnancov alebo pre členov právnickej osoby. Preto sa konanie celej našej spoločnosti a jej zamestnancov striktné zakladá na zásade: **„Dodržiavame platné právo a interné smernice“**. Táto zásada predstavuje ústredný firemný princíp, ktorý je záväzný pre všetkých našich zamestnancov. Spoločnosť Lidl a jej vedenie sa výslovne zaväzujú tento princíp chrániť a dodržiavať.

V tejto súvislosti sme v našej spoločnosti zaviedli Systém podnikového riadenia (CMS), ktorý obsahuje záväzné štandardy. Tieto CMS normy špecifikujú určité požiadavky a prvky na zabezpečenie compliance. Základným prvkom tohto systému je fakt, že by sa malo predchádzať porušovaniu platných právnych predpisov a interných smerníc a ich porušovanie by malo byť trestané (platí **„zásada nulovej tolerancie“**).

Hlavné oblasti záujmu CMS sa týkajú boja proti korupcii a podvodov, protimonopolného práva a ochrany osobných údajov. Medzi hlavné opatrenia CMS patrí najmä vydávanie a oznamovanie smerníc, vykonávanie vzdelávacích opatrení, ako aj sledovanie všetkých interných a externých dôkazov o možnom porušení predpisov.

„Na základe vzoru ťažiskových tém compliance materskej spoločnosti Lidl boli v našej spoločnosti zriadené nasledujúce ťažiskové témy compliance tak, aby bol prevádzkovaný systém primeraný a účinný, a to CMS Program v boji proti korupcii/podvodom, CMS Program proti účtovným podvodom, CMS Program ochrany osobných údajov, CMS Program kartelové právo, CMS Program pre bezpečnosť výrobkov, CMS Program pre výber obchodných partnerov, CMS HR Program a CMS Program pre oblasť daní. Preventívne opatrenia pre rámcovú kontrolu rizík compliance, ktoré podporujú, resp. dopĺňajú jednotlivé Programy CMS, realizuje spoločnosť Lidl aj prostredníctvom procesu riadenia smerníc, ktoré zamestnancov informujú o relevantných interných procesoch a pravidlách týkajúcich sa ich práce.“

Oddelenie compliance preskúmava účinnosť uvedených opatrení. Okrem toho skúma a objasňuje všetky interné a externé podnety o porušení platného práva a interných smerníc.

„Zamestnanec poverený compliance má v našej spoločnosti pozíciu partnera a podporovateľa obchodných procesov, zabezpečuje zvyšovanie povedomia zamestnancov o potenciálnych rizikách ich pravidelným vzdelávaním a poskytovaním poradenstva. Súčasťou komunikácie v rámci compliance je pravidelné spravodajstvo zodpovednej osoby smerom k vedeniu spoločnosti, ktoré prebieha na mesačnej aj kvartálnej báze, čo nám umožňuje flexibilne reagovať na nové výzvy. V obchodných rokoch 2018 a 2019 boli za túto tému zodpovedné tri osoby – vedúci právneho & compliance úseku, osoba zodpovedná za ochranu osobných údajov a compliance konzultant.“



MATÚŠ ŠUTKA

vedúci právneho & compliance úseku



PATRÍCIA CZANNEROVÁ

compliance konzultant

VEDIEME PRÍKLADOM A VŠETKY ETICKÉ PODNETY PREŠETRUJEME²

Ciele compliance vedenie spoločnosti každoročne prehodnocuje a schvaľuje. Najvyšší manažment spoločnosti Lidl je zodpovedný za sprostredkovanie významu a dôležitosti compliance všetkým zamestnancom svojím každodenným konaním cestou „Tone from the Top“.

V Lidli dbáme na dodržiavanie minimálnych sociálnych štandardov a legislatívy aj v obchodných vzťahoch s obchodnými partnermi. Preto etický kódex tvorí neoddeliteľnú prílohu obchodných zmlúv s dodávateľmi. Spoločnosť Lidl prevádzkuje systém manažmentu compliance, ktorý zákazníkom, obchodným partnerom, ale aj zamestnancom spoločnosti umožňuje konať podľa jednotných a záväzných štruktúr. V prípade porušenia compliance, tak na strane zamestnancov na Slovensku alebo v zahraničí, keď pri vykonávaní svojej pracovnej činnosti porušia platné právo alebo interné smernice, alebo voči nim, máme k dispozícii rôzne spôsoby nahlásenia upozornení na porušenia compliance.

Systém podávania upozornení je dôverný komunikačný kanál pre zamestnancov, zákazníkov, obchodných partnerov a tretie strany pre upozornenia na porušovanie zhody s predpismi. Takýmito porušeniami môžu byť napríklad korupčné delikty, delikty proti právu hospodárskej súťaže alebo kartelovému právu, porušenia ochrany osobných údajov, ako aj delikty v účtovníctve, finančníctve a odvodovom systéme či pranie špinavých peňazí. Aby bolo možné odhaliť porušenia compliance a zabrániť im, spoliehame sa na svojich zamestnancov, zákazníkov a obchodných partnerov.

Akými kanálmi môžete upozorniť spoločnosť Lidl SR na porušenie štandardov compliance?

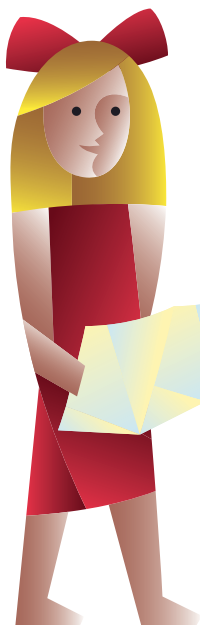
- Elektronický systém na podávanie podnetov BKMS
- www.lidl.sk/compliance
- E-mailom na compliance@lidl.sk
- Poštou na adresu sídla spoločnosti

Interne môžu naši zamestnanci nahlásiť svoje podozrenie okrem uvedených kanálov aj svojmu vedúcemu, personálnemu dôverníkovi alebo osobe zodpovednej za compliance.

Všetky etické podnety doručené v obchodných rokoch 2018 a 2019 boli dôsledne prešetrené.

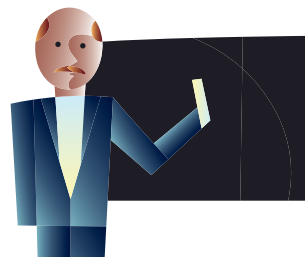
COMPLIANCE SPREVÁDZA NAŠICH ZAMESTNANCOV OD ZAČIATKU

S témou dodržiavania platného práva a interných smerníc sa naši zamestnanci stretávajú už pri nástupe do spoločnosti Lidl v rámci prvých školení. Tým sa zabezpečí, že so základnými pravidlami sa zoznajú 100 % našich zamestnancov. Zároveň naše kolegyne a kolegovia na všetkých úrovniach riadenia bývajú na tému compliance pravidelne preškolení. V obchodnom roku 2018 bol zavedený systém pravidelného školenia protikorupčnej politiky zamestnancov centrály spoločnosti Lidl. Tieto školenia prebiehajú na mesačnej báze každé dva roky v mesiaci, v ktorom do spoločnosti nastupovali.



V obchodných rokoch 2018 a 2019 sme zároveň organizovali nasledujúce školenia v tejto oblasti:

- **Všeobecné školenie compliance a zavedenie systému pravidelného preškoľovania zamestnancov**
- **Prípadové štúdie compliance so zameraním na CMS Program kartelové právo**
- **Séria školení pre zamestnancov logistických centier zameraných na témy compliance, úradná prehliadka a kartelové právo**
- **Kartelové právo na stretnutiach združení a odvetví**
- **Všeobecné školenie Ochrana osobných údajov**



Počet zamestnancov, ktorým sme v obchodných rokoch 2017 až 2019 komunikovali svoju protikorupčnú politiku a procedúry:¹

	Obchodný rok 2017	% podiel z celkového počtu zamestnancov v danej kategórii za obchodný rok 2017	Obchodný rok 2018	% podiel z celkového počtu zamestnancov v danej kategórii za obchodný rok 2018	Obchodný rok 2019	% podiel z celkového počtu zamestnancov v danej kategórii za obchodný rok 2019*
Zamestnanci riadiaceho orgánu spoločnosti	10	100 %	1	11 %	3	30 %
Zamestnanci stredného manažmentu	37	92 %	2	5 %	67	20 %
Ostatní zamestnanci	1 054	23 %	1 087	23 %	1 177	24 %
Obchodní partneri (neobchodný tovar a služby)	690	41 %	460	24 %	370	20 %
Obchodní partneri (obchodný tovar a služby)	1 082	77,5 %	1 439	76 %	1 479	80 %

* Niektoré školenia, ktoré mali prebehnúť na konci obchodného roka 2019, boli presunuté pre mimoriadnu situáciu spojenú s COVID-19.

CHRÁNIME OSOBNÉ ÚDAJE A NEVYUŽÍVAME FINANČNÚ PODPORU OD ŠTÁTU

Naša spoločnosť v obchodných rokoch 2018 a 2019 ani nikdy predtým neprijala žiadne finančné príspevky ani daňové úľavy od vlády ani nebola identifikovaná ako účastník právnych sporov, ktoré sa týkali porušení protikonkurenčného alebo protitrustového správania a monopolných praktík.² Významnou témou v rámci compliance je okrem iného aj ochrana osobných údajov, pričom tieto spracúvame a využívame iba na účel, na ktorý nám boli poskytnuté, a v zmysle nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679 (GDPR) a zákona č. 18/2018 Z. z. o ochrane osobných údajov a o zmene a doplnení niektorých predpisov.

ELEKTRONIZÁCIU K TRANSPARENTNOSTI

V roku 2018 sme v našej spoločnosti zaviedli inovatívny projekt E-tender na elektronické obstarávanie, ktorý je výsledkom spolupráce dvoch úsekov v našej spoločnosti – compliance a technického nákupu. Implementácia tohto elektronického systému na výberové konania a prijatie pravidiel compliance na výber obchodných partnerov stanovili jednotné minimálne požiadavky na transparentné a férové výberové konania naprieč celou spoločnosťou Lidl. Tento systém umožňuje komunikáciu predmetu, obsahu a podmienok výberového konania všetkým účastníkom transparentne, v rovnakom čase a s rovnakým obsahom.

FIREMNÉ OBČIANSTVO A MIESTNY ROZVOJ



NAŠE DLHODOBÉ CIELE V TÝCHTO TÉMACH:

- **Rozvíjať firemné dobrovoľníctvo a zvyšovať angažovanosť zamestnancov v CSR aktivitách.**
- **Spustiť celoslovenskú potravinovú zbierku pre deti a rodiny v núdzi.**
- **Prípraviť a odštartovať nový dlhodobý projekt v oblasti životného prostredia.**
- **Pokračovať v realizácii a rozvíjaní svojich dlhodobých CSR projektov.**
- **Zorganizovať aspoň raz ročne dialóg s najdôležitejšími stakeholdermi.**



NÁŠ MANAŽÉRSKY PRÍSTUP

Podľa prieskumu agentúry Focus pre združenie Business Leaders Forum z roku 2019 bol Lidl na základe spontánnej znalosti respondentov už druhý ročník po sebe označený ako najzodpovednejšia spoločnosť na Slovensku. Tieto výsledky nám opäť pripomenuli, že s úspechom rastie i zodpovednosť. Aj to najmä tá spoločenská. Ako organizácia, ktorá pôsobí na Slovensku už 15 rokov, sa snažíme čo najviac prispievať k rozvoju komunit a ochrane životného prostredia v našej krajine. Chceme byť dobrým partnerom vo všetkých mestách a obciach, kde pôsobíme, počúvame potreby svojich zákazníkov a zamestnancov a svoje zábery aktívne komunikujeme všetkým zainteresovaným stranám.

Za realizáciu CSR aktivít spoločnosti Lidl zodpovedá CSR oddelenie, ktoré vzniklo v marci 2019 a je súčasťou úseku komunikácie. Svoje projekty financujeme z vlastného rozpočtu a zo svojho nadačného fondu. Transparentnosť prerozdelenia asignácie z príjmov zabezpečuje nadačná rada Nadačného fondu Lidl v Nadácii Pontis, ktorú tvoria dvaja zástupcovia za Nadáciu Pontis a dvaja zástupcovia za spoločnosť Lidl. Stretnutia prebiehajú vždy kvartálne a Nadácia Pontis je pre nás veľmi dôležitým partnerom. Všetky ciele a spoločensky zodpovedné aktivity sa pravidelne konzultujú a vyhodnocujú v spolupráci s najvyšším vedením spoločnosti.

„Už viac ako osem rokov organizujeme dlhodobé spoločensky zodpovedné projekty s prínosom pre celé Slovensko. Tešíme sa, že spolu so svojimi zákazníkmi a zamestnancami sme mohli v obchodných rokoch 2018 aj 2019 realizovať spoločensky zodpovedné projekty v hodnote viac ako 2 000 000 eur. Práve vďaka záračným ľuďom, ktorí nám dlhodobo dôverujú a každodenne u nás nakupujú, je dnes Slovensko opäť o kúsok zdravšie, zelenšie a udržateľnejšie.“



ZUZANA SOBOTOVÁ
vedúca oddelenia CSR koordinácie

Svoje projekty plánujeme vždy niekoľko mesiacov či rokov vopred, aby bola naša pomoc strategická a reagovala na aktuálne spoločenské problémy a trendy na trhu. Všetky aktivity CSR oddelenia prezentujeme na mesačnej báze priamo generálnemu riaditeľovi spoločnosti Lidl. Zároveň na začiatku každého projektu vedieme otvorený dialóg s relevantnými stakeholdermi, vďaka ktorým vieme projekty optimálnejšie nastaviť a vyvarovať sa možných rizík.

„Na jeseň 2018 sme spustili nový web www.spolocenskazodpovednost.sk, kde naši zákazníci vždy nájdu aktuálne informácie o aktivitách Lidla v oblasti spoločenskej zodpovednosti a trvalej udržateľnosti. Zároveň sme vytvorili schránku csr@lidl.sk, kam nám môžete zasielať všetky otázky a nápady týkajúce sa CSR tém. Vytvorenie webu a špeciálnej mailovej schránky nadviazalo na vydanie našej prvej správy o trvalej udržateľnosti podľa medzinárodnej metodiky GRI Standards. Vykazovanie informácií o spoločenskej zodpovednosti v takejto komplexnej podobe je na Slovensku stále veľmi výnimočné a my sa tešíme, že práve spoločnosť Lidl je lídrom v tejto oblasti a inšpiráciou pre ostatné firmy.“



TATIANA STRUŠKOVÁ
špecialistka komunikácie
pre CSR projekty

REALIZUJEME DLHODOBÉ PROJEKTY S CELOSLOVENSKÝM VPLYVOM

V rámci stratégie spoločenskej zodpovednosti sme si vytýčili dve hlavné línie, ktorým sa systematicky venujeme – deti a ich zdravie a životné prostredie. Keďže sme odborníci na „rožky a jogurty“, nie na spoločenskú situáciu na Slovensku, pri všetkých CSR projektoch spolupracujeme s odbornými garantmi (napr. medicínskymi špecialistami, pedagógmi).

Sme nesmierne hrdí, že v posledných rokoch sa nám spolu so zákazníkmi a zamestnancami podarilo dosiahnuť nasledujúce výsledky:

50 moderných a bezpečných detských ihrísk Žihadielko v celkovej hodnote 4 350 000 eur

Projektom Žihadielko podporujeme zdravý pohyb detí už od roku 2016 (5 ročníkov)

■ ŽIHADIELKO 2018

- Viac ako 1 400 000 odovzdaných hlasov na webe zihadielko.sk
- Kde vyrástli Žihadielka v obchodnom roku 2018?
Bernolákovo, Brezno, Komárno, Levoča, Poprad, Rimavská Sobota, Senec, Senica, Štúrovo, Trenčín



■ ŽIHADIELKO 2019

- Viac ako 4 500 000 odovzdaných hlasov na webe zihadielko.sk
- Kde vyrástli Žihadielka v obchodnom roku 2019?
Bánovce nad Bebravou, Hurbanovo, Komárno, Košice-Sídlisko KVP, Nové Zámky, Partizánske, Prievidza, Revúca, Rimavská Sobota, Svit

■ ŽIHADIELKO 2020

- Viac ako 9 000 000 odovzdaných hlasov na webe zihadielko.sk
- Žihadielka vyrastú v nasledujúcich lokalitách. Pre mimoriadnu situáciu spojenú s COVID-19 budú postavené až v obchodnom roku 2021.
Dunajská Streda, Hnúšťa, Kolárovo, Komárno, Košice-Nad Jazerom, Košice-Sídlisko Ťahanovce, Rožňava, Šurany, Tisovec, Topoľčany

„Žihadielko je projekt, ktorý celé roky spájal komunity a vytváral vzťahy. Verím, že to bude platiť aj dlho po slávnostnom otvorení posledného, päťdesiateho ihriska. Včielka Maja a jej kamaráti sú obľúbenou súčasťou mnohých slovenských miest. Žihadielko totiž podporuje spoločné, aktívne a bezpečné trávenie času detí s ich rodičmi, so starými rodičmi, súrodencami, s priateľmi. O obľúbenosti tohto projektu svedčí aj viac ako 20 000 000 odovzdaných hlasov za celú históriu súťaže.“



TOMÁŠ BEZÁK
vedúci úseku komunikácie

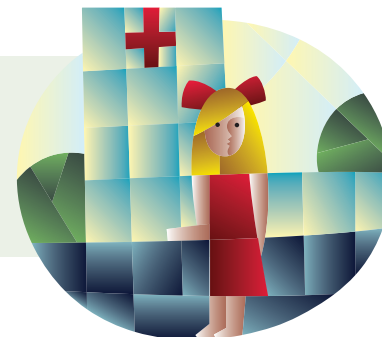
Život zachraňujúce zostavy prístrojov pre všetky zdravotnícke pracoviská na Slovensku umožňujúce bezplatný pôrod v celkovej hodnote takmer 4 500 000 eur.

Projektom Dobré rozprávky pomáhame predčasne narodeným deťom už od roku 2015 (5 ročníkov)

Každé 11. dieťa narodené na Slovensku sa vypýta na svet predčasne a mnoho z týchto približne 5 000 novorodencov potrebuje v prvých, tzv. „zlatých minútach“ svojho života intenzívnu lekársku starostlivosť. Vďaka našim zákazníkom získali aj v obchodných rokoch 2018 a 2019 títo malí hrdinovia dôležitú pomoc. Zákazníci mohli tento projekt podporiť kúpou tradičnej slovenskej audiorozprávky na motívy rozprávok Pavla Dobšinského za symbolické 1 euro, ktoré mohli získať za každých 20 eur nákupu.

OBCHODNÝ ROK 2018

- Audiorozprávky – Koza odratá a jež, Tri citróny, Trojruža
- 52 podporených zdravotníckych pracovísk
- 52 zostáv život zachraňujúcich prístrojov zložených z inkubátora a monitora srdca
- Takmer 900 000 eur – hodnota darovaných prístrojov



OBCHODNÝ ROK 2019

- Audiorozprávky – Mechúrik Koščúrik, Myšacia bundička, Zlatá priadka
- 52 podporených zdravotníckych pracovísk
- 52 zostáv život zachraňujúcich prístrojov (nemocnice si mohli vybrať z dvoch alternatív):
 - resuscitačné transportné lôžko na stabilizáciu novorodenca v pôrodnej sále aj pri oneskorenom podviazaní pupočnej šnúry
 - prenosný systém na resuscitáciu novorodenca v pôrodnej sále, ako aj na udržanie tlaku v pľúcach počas transportu novorodenca z pôrodnej sály na oddelenie s možnosťou nasledujúcej dychovej podpory na oddelení bez centrálného rozvodu plynov
- Takmer 1 000 000 eur – hodnota darovaných prístrojov



„Sme veľmi radi, že takéto veľké spoločnosti, aj napriek tomu, že nemusia, myslia na tých najzraniteľnejších, ktorými sú práve novorodenci. O to zvlášť, ak ide o kritických novorodencov. Verím, že život zachraňujúce resuscitačné transportné lôžko na stabilizáciu novorodenca v pôrodnej sále nájde uplatnenie na našom novorodeneckom oddelení.“

MUDR. PETER VANĚK

riaditeľ ÚVN SNP Ružomberok – FN

Adresná pomoc 90 rodinám s deťmi v núdzi v celkovej hodnote viac 200 000 eur

Projektom Od začiatku v dobrých rukách pomáhame zdravotne znevýhodneným deťom od marca 2018 (aktuálne beží 3. ročník)

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 3 rokov, ktorým chýbajú financie na zlepšenie zdravotného stavu dieťaťa, a rodinám, ktoré sa z viacerých dôvodov ocitli v neľahkej situácii.

OBCHODNÝ ROK 2018:

- 42 podporených príbehov
- celková výška podpory za daný obchodný rok v hodnote 105 000 eur

OBCHODNÝ ROK 2019:

- 48 podporených príbehov
- celková výška podpory za daný obchodný rok v hodnote 120 000 eur

Športové potreby a didaktické pomôcky pre 81 škôl v celkovej hodnote viac ako 240 000 eur

Projektom Váš nákup = Veľká pomoc skvalitňujeme vzdelávanie a prinášame šport do základných a spojených škôl od roku 2015 (aktuálne beží 6. ročník)



Podporujeme základné školy, ktoré sa nachádzajú v okolí našich novootvorených (v minulosti aj zmodernizovaných) predajní. V prvý deň otvorenia venujeme školám za každý nákup v hodnote nad 10 eur 1 euro na obstaranie didaktických a športových potrieb podľa ich vlastného výberu.

OBCHODNÝ ROK 2018:

- 16 podporených škôl
- celková výška podpory za daný obchodný rok v hodnote 48 000 eur

OBCHODNÝ ROK 2019:

- 20 podporených škôl
- celková výška podpory za daný obchodný rok v hodnote 60 000 eur



„Spojená škola Háľkova sa venuje výchove a vzdelávaniu žiakov so zdravotným znevýhodnením. Až 90 % žiakov tvoria žiaci s autizmom. Okrem iných problémov majú aj ťažkosti s koordináciou pohybu a koncentráciou. Vďaka vašej pomoci budeme vedieť prispieť k ešte kvalitnejšej výučbe a ponúknuť svojim žiakom ešte viac možností športových aktivít, za čo vám v mene celej školy, našich žiakov a zamestnancov úprimne ďakujem.“

ELEONÓRA KOSTOLANSKÁ

riaditeľka Spojenej školy na Háľkovej 54 v Bratislave

Viac ako milión stromčekov v Lidl lese

Projektom Voda pre stromy pomáhame zalesňovať kalamitou zničené Tatry už od roku 2012 (aktuálne beží 9. ročník)

Zapojiť sa do obnovy slovenského prírodného pokladu môže každý zákazník diskontu zakúpením 1,5l minerálnej vody Saguario. Vďaka svojim zákazníkom sme v Nízkyh a Vysokých Tatrách doteraz vysadili približne 450 hektárov nového lesa.

OBCHODNÝ ROK 2018:

- 185 000 sadeničiek
- 80 hektárov nového lesa
- Počas dobrovoľníckej akcie viac ako 60 zamestnancov spoločnosti Lidl vysadilo v priebehu jedného dňa 8 000 sadeníc, čím sme zlomili slovenský rekord.

OBCHODNÝ ROK 2019:

- 185 000 sadeničiek
- 80 hektárov nového lesa
- Počas dobrovoľníckej akcie viac ako 60 zamestnancov spoločnosti Lidl vysadilo v priebehu jedného dňa 8 500 sadeníc, čím sme zlomili slovenský rekord.



Florbal pre viac ako 100 000 žiakov

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

Fair play, tímovosť, dynamika, osobný rozvoj a výsledky – to sú hodnoty, ktorým sa deti učia aj prostredníctvom športu, a zároveň ide o hodnoty, ktorými v Lidli žijeme. Florbal je dynamicky sa rozvíjajúci šport, ktorý je prístupný v podstate každému, keďže nie je finančne náročný. Projekt Florbal SK Liga objavuje medzi žiakmi mimoriadne športové talenty, motivuje ich na športovú aktivitu a rozvíjanie zručností a schopností.



Hrášková polievka na podporu prevencie rakoviny prsníka

V rámci Roka prevencie 2019, ktoré vyhlásilo Ministerstvo zdravotníctva SR, sme ako exkluzívny partner uviedli do predaja osvetový produkt – Hráškovú polievku v špecifickom ružovom obale, ktorý informoval o dôležitosti preventívnych vyšetrení. Zachytenie rakoviny prsníka v skorom štádiu totiž znamená až 90 % šancu na vyliečenie. Hrášok ako symbol mal ukázať, že aj ložisko jeho veľkosti možno mamografickým vyšetrením odhaliť a úspešne liečiť. Cieľom kampane bolo informovať aj o tom, že každá žena nad 50 rokov môže absolvovať mamografické vyšetrenie raz za dva roky bezplatne, 4 z 5 žien však túto možnosť nevyužívajú. Hrášková polievka sa predávala vo všetkých predajniach Lidl na Slovensku od septembra 2019, pričom sa jej predalo viac ako 60 000 kusov. Za každú predanú polievku venoval Lidl 5 centov na liečbu rakoviny prsníka. Z vyzbieranej sumy, ktorú sme ešte zvýšili, sme nakúpili infúzne pumpy pre Východoslovenský onkologický ústav v hodnote 6 000 eur.



Angažovanosť našich zamestnancov v kocke

OBCHODNÝ ROK 2018

- V rámci internej dobrovoľníckej akcie pomohlo **170** zamestnancov **13** organizáciám v **10** mestách Slovenska. Organizácie si navrhli priamo naši kolegovia.
- Viac ako **250** zamestnancov darovalo krv.
- V rámci zbierky šatstva sme spolu podporili **800** ľudí, ktorým sme darovali viac ako **1 000 kilogramov** vyzbieraných vecí, ktoré im pomôžu v neľahkej situácii. Do zbierky sa zapojilo viac ako **150** kolegov z centrály a našich troch logistických centier.
- **Desiatky kolegov** sa zapojili do charitatívnych behov.
- Viac ako **60** Lidl dobrovoľníkov vysadilo **8 000** stromčekov v Tatrách v rámci projektu Voda pre stromy.
- V rámci vianočného Stromčeka želaní sme rozdali darčeky viac ako **300** deťom z krízových centier.

OBCHODNÝ ROK 2019

- V rámci zbierky šatstva sme spolu s kolegami podporili **500** ľudí v núdzi, pre ktorých sme vyzbierali viac ako **2 000 kilogramov** vecí. Do zbierky sa zapojilo vyše **200** kolegov z centrály a našich troch skladov.
- Viac ako **280** kolegov darovalo krv.
- **Desiatky kolegov** sa zapojili do charitatívnych behov.
- Viac ako **60** Lidl dobrovoľníkov vysadilo **8 500** stromčekov v Tatrách v rámci projektu Voda pre stromy.
- V rámci vianočného Stromčeka želaní sme rozdali darčeky viac ako **300** deťom z krízových centier.

Viac o našich projektoch sa dozviete na našej webovej stránke www.spolocenskazodpovednost.sk.

CELÝ SVOJ ZISK ZDAŇUJEME NA SLOVENSKU

Spoločnosť Lidl má príkladnú daňovú disciplínu a v tomto ohľade patrí medzi najpoctivejšie spoločnosti na Slovensku. Ako verejná obchodná spoločnosť zdaňuje príjmy na Slovensku prostredníctvom spoločníka CE Beteiligungs GmbH, ktorý už 5-krát získal prestížne ocenenie Merkúr od Finančnej správy SR ako najlepší platiteľ dane registrovaný na Daňovom úrade Bratislava. Ocenenie, ktorého tradícia siaha do roka 2013 a Lidl ho teda doteraz nezískal iba v jednom prípade, sa udeľuje nielen na základe výšky dane, ale aj za dobrú daňovú disciplínu. Znamená to žiaden dlh na daniach voči štátu, žiadne nálezy z daňových kontrol nad 10 000 eur a žiadne porušenia zákona o elektronických registračných pokladniciach.

V indexe daňovej spoľahlivosti za rok 2019 získala spoločnosť Lidl od Finančnej správy aj tzv. oprávnenie na osobitné daňové režimy na základe splnenia prísnych kritérií daňovej disciplíny.

V súvislosti s činnosťou Lidl Slovenská republika a na základe dosiahnutého zisku v obchodnom roku 2018 (marec 2018 – február 2019) zaplatil spoločník do štátneho rozpočtu korporátnu daň vyššiu ako 24 mil. eur. V súčte s ostatnými majetkovými daňami, DPH a so spotrebnou daňou sa spoločnosť Lidl radí medzi významných prispievateľov do štátneho rozpočtu SR.

„Zisk ocenenia Merkúr a Index daňovej spoľahlivosti potvrdzujú, že si ctíme zákony, dôsledne si plníme daňové povinnosti, celý svoj zisk zdaňujeme podľa slovenského daňového systému a v plnej miere spolupracujeme s daňovými úradmi. Na Slovensku pôsobíme už viac ako 15 rokov a chceme, aby z nášho úspechu profitovala aj krajina a jej obyvatelia. Väčšina nášho zisku zostáva na Slovensku a daň z príjmu v plnej miere putuje do štátneho rozpočtu. Aj toto je súčasťou našej politiky spoločenskej zodpovednosti.“



KATARÍNA MATEJOVIE
konateľka za rezort administratívy

Prehľad zaplatených daní spoločnosťou Lidl SR za obchodné roky 2018 a 2019:¹

	Obchodný rok 2018 (v EUR)	Obchodný rok 2019 (v EUR)
Daň z pridanej hodnoty	183 287 989	192 024 191
Daň z príjmov PO	23 859 657	24 205 630
Daň z nehnuteľností	1 065 357	1 102 395
Spotrebné dane	8 612 131	9 056 995
Daň z motorových vozidiel	71 286	75 376

Vytvorená priama ekonomická hodnota za obchodné roky 2018 a 2019:²

	Obchodný rok 2018 (v EUR)	Obchodný rok 2019 (v EUR)
Čisté tržby	1 233 622 000	1 368 521 000
Prevádzkové náklady	1 111 324 000	1 247 303 000
Spotreba materiálu	910 980 000	1 018 870 000
Ostatné prevádzkové náklady	200 344 000	228 433 000

Všetky důležité finanční údaje společnosti Lidl Slovenská republika sú verejne dostupné v našich účtovných zvierkach: <https://www.registeruz.sk/>.

PÔSOBIEME GLOBÁLNE, MYSLÍME LOKÁLNE

Na konci obchodného roka 2019 sme mali na Slovensku 142 predajní v 92 mestách Slovenska. Vo všetkých svojich predajniach ponúkame rovnaký tovar za rovnaké ceny. Či sú to Krompachy, alebo Trnava – v každom meste sa snažíme byť dobrým susedom a počúvať spoločenské problémy, ktoré okolitú komunitu trápia. Navyše, vďaka celoslovenskému pôsobeniu prinášame nové pracovné miesta aj do regiónov s vysokou nezamestnanosťou, čo je v súlade so Stratégiou zamestnanosti Slovenskej republiky do roku 2020.

Pri otváraní nových predajní Lidl investujeme aj do okolitých chodníkov, ciest, križovatiek či do výsadby stromov a zelených plôch. Preferujeme nielen slovenských dodávateľov potravín, ale aj slovenské stavebné firmy, ktoré pre nás zabezpečujú výstavbu a modernizáciu predajní. Príkladom je slovenská firma OravPit, s ktorou spolupracujeme už viac ako 10 rokov. Za ten čas sa z partie štyroch chlapov z regiónu Orava stala úspešná stavebná firma s takmer 4-miliónovým obratom, na ktorom má spolupráca s Lidlom podiel až 95 %.

Negatívny vplyv na životné prostredie spojený s výstavbou a prevádzkou našich predajní sa snažíme znižovať najmä inštaláciou moderných technológií, zazenaním našej firemnej flotily, recykláciou odpadu a implementáciou princípov cirkulárnej ekonomiky v podnikaní. Navyše organizujeme aj v téme životného prostredia spoločensky zodpovedné projekty s celoslovenským vplyvom, do ktorých vždy zapájame aj svojich zákazníkov a zamestnancov.¹

V obchodnom roku 2018
pochádzalo 5 z 8, t. j. 62,5 % našich konateľov
a obchodných riaditeľov zo Slovenska.

V obchodnom roku 2019
pochádzalo 7 z 9, t. j. 77,8 % našich konateľov
a obchodných riaditeľov zo Slovenska.²

ZÁKAZNÍK V CENTRE ZÁUJMU

NAŠE DLHODOBÉ CIELE V TEJTO TÉME:

- Nainštalovať CSR storytelling vo všetkých Lidl predajniach na Slovensku.
- Scitlivovať zákazníkov a zamestnancov spoločnosti Lidl na témy trvalej udržateľnosti a pravidelne komunikovať tieto témy prostredníctvom externých aj interných komunikačných kanálov.

NÁŠ MANAŽÉRSKY PRÍSTUP

Zákazníkov sa snažíme vzdelávať, čo znamená trvalá udržateľnosť v praxi. Touto cestou ich chceme motivovať na nakupovanie zdravších alternatív obľúbených produktov, sledovanie etikiet a certifikácií a podporu CSR projektov,

ktorými sa snažíme prinášať pozitívnu zmenu na Slovensku. Realizácia spomínaných aktivít je výsledkom aktívnej spolupráce úseku komunikácie a úseku reklamy, pričom proces zbierania komunikovaných informácií sa nesie naprieč celou našou spoločnosťou.

„Transparentná, otvorená a najmä obojstranná komunikácia je základom budovania dlhodobého a intenzívneho vzťahu so zákazníkmi. V rámci našich možností sa snažíme v čo najskoršom čase reagovať na každý jeden podnet, ktorý nám bol adresovaný, či už ide o list, elektronickú poštu, komunikáciu prostredníctvom sociálnych sietí, alebo o akúkoľvek inú formu. Vyvíjame pritom maximálnu snahu zodpovedať položené otázky a podnety postupujeme konkrétnemu úseku či oddeleniu v rámci spoločnosti. Robíme tak prostredníctvom zákazníckej linky, zákazník nás môže kontaktovať e-mailom a telefonicky, prostredníctvom sociálnych sietí, ktoré manažujeme vo vlastnej réžii, alebo sa môže obrátiť priamo na náš úsek komunikácie. Práve úsek komunikácie zastrešuje okrem internej a externej komunikácie aj všetky aktivity v rámci spoločenskej zodpovednosti. Popri novinárskej obci a verejnosti je pre nás dôležitý aj interný zákazník – náš zamestnanec.“



TOMÁŠ BEZÁK
vedúci úseku komunikácie

O tom, že komunikáciu spoločnosti Lidl zákazníci oceňujú, svedčí aj 24 prvenstiev od odbornej poroty v rámci súťaže Hermes Komunikátor roka a 13 prvenstiev v rámci prestížneho ocenenia Obchodník roka.

„Sme jediný diskont pôsobiaci na celom Slovensku. Okrem troch hlavných atribútov, na ktorých stojí náš biznis – cena, kvalita a čerstvosť, chceme zákazníkom prinášať aj niečo navyše. Preto na pultoch Lidla nájdete spotrebiteľia čoraz viac „potravín s pridanou hodnotou“. Teda takých, ktoré boli vyrobené za férových podmienok spôsobom šetrným k životnému prostrediu, ktoré majú recyklovateľné obaly či sú bez konzervantov a farbív. Príkladom je bezéčkový rožok a neskôr aj bezéčkový konzumný a kváskový chlieb dostupný vo všetkých našich predajniach, ktorý sme v obchodnom roku 2018 ako prvý potravinársky reťazec zaradili do predaja. Chceme ísť príkladom a upriamiť zákazníka na dôležité environmentálne a spoločenské témy. Mnoho problémov, ako napríklad plytvanie potravinami či nedostatočná recyklácia, sa totiž deje priamo v domácnostiach. Na Slovensku sme dosiahli postavenie, vďaka ktorému vieme ovplyvňovať správanie zákazníkov, a na správne nákupné rozhodnutia ich každodenne navádzame využívaním viacerých marketingových a komunikačných kanálov. Za jeden z najvýznamnejších projektov považujeme CSR storytelling vo svojich predajniach, o ktorom sa dočítate na nasledujúcich stránkach.“



BRANISLAV BRZULA
vedúci úseku reklamy

Pri všetkých svojich aktivitách sa riadime internými smernicami a firemnými zásadami aj etickým kódexom reklamnej praxe. Pre zákazníkov a ich podnety je šesť dní v týždni dostupná naša zákaznícka linka, v rámci ktorej ročne reagujeme na desaťtisíce otázok.³

Počet podnetov na Zákazníckej linke za obchodné roky 2017 až 2019:

58 389 podnetov

Obchodný rok 2017
(k 28. 2. 2018)

60 413 podnetov
(medziročne +3,5 %)

Obchodný rok 2018
(k 28. 2. 2019)

77 998 podnetov
(medziročne +29,1 %)

Obchodný rok 2019
(k 29. 2. 2020)

LIDL PROJEKTY POZNÁ TAKMER KAŽDÝ SLOVÁK

Na základe reprezentatívneho prieskumu agentúry Go4insight pod názvom „Sponzoring na Slovensku 2020“, ktorý bol publikovaný v máji 2020, je Lidl druhou najznámejšou značkou na Slovensku, ktorú si ľudia spájajú so sponzoringom podujatí a spoločensky zodpovedných aktivít. Myslí si to až 31% z 1 500 zapojených respondentov (v roku 2018 to bolo 27 %). Navyše, projekt Žihadielko je po festivale Pohoda druhou najznámejšou sponzorovanou aktivitou. Projekt výstavby detských ihrísk je výnimočný tým, že je najlepšie spájanou aktivitou s konkrétnou značkou a zároveň jednou z najsympatickejších aktivít z pohľadu populácie Slovenska.

Pri otázke, ktorá spoločnosť sa najviac angažuje v podpore športu, označilo 22 % opýtaných Lidl ako svoju top voľbu. Prvenstvo sme s 30 % obsadili aj v kategórii ochrany životného prostredia a v rámci podpory lokálnych komunít, kde nás ako lídra označilo až 24 % respondentov.

„Veľmi nás teší, že na základe hodnotenia slovenskej verejnosti sme získali prvenstvo aj v kategórii Najsympatickejšie podujatie na Slovensku. Je ním práve náš dlhodobý projekt Voda pre stromy, vďaka ktorému rastie v Tatrách už viac ako 1 000 000 stromčekov.“



ZUZANA SOBOTOVÁ
vedúca oddelenia CSR koordinácie

ZÁKAZNÍKOV SA SNAŽÍME POSTRČIŤ, ABY NAKUPOVALI ZODPOVEDNE¹

Svoje spoločensky zodpovedné témy komunikujeme na každodennej báze. Prostredníctvom externej komunikácie vo forme príspevkov na sociálnych sieťach, bilbordov, reklamy, aplikácie Lidl Plus či webových stránok www.lidl.sk a www.spolocenskazodpovednost.sk sa snažíme upozorniť spotrebiteľov na lokálne a certifikované produkty, zdravé stravovanie, potrebu recyklácie, spravodlivé odmeňovanie zamestnancov či na svoje CSR projekty, ktorými sú napríklad Voda pre stromy, Žihadielko či Od začiatku v dobrých rukách.

Tešíme sa, že základňa našich fanúšikov na sociálnych sieťach sa ustavične rozrastá:

Počet fanúšikov na Facebooku Lidl Slovensko:

423 498 fanúšikov

Obchodný rok 2017
(k 28. 2. 2018)

455 044 fanúšikov
(medziročne +7,4 %)

Obchodný rok 2018
(k 28. 2. 2019)

478 968 fanúšikov
(medziročne +5,3 %)

Obchodný rok 2019
(k 29. 2. 2020)

Počet fanúšikov na Instagrame Lidl Slovenská republika:

32 595 fanúšikov

Obchodný rok 2017
(k 28. 2. 2018)

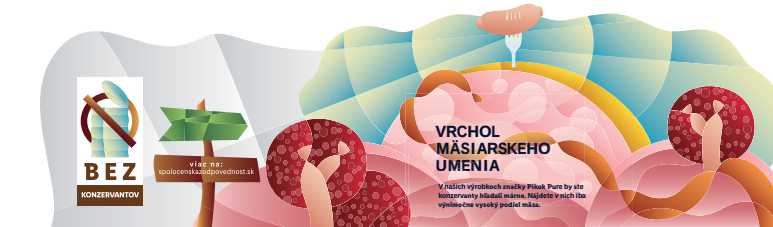
55 328 fanúšikov
(medziročne +69,7 %)

Obchodný rok 2018
(k 28. 2. 2019)

83 715 fanúšikov
(medziročne +51,3 %)

Obchodný rok 2019
(k 29. 2. 2020)

Trvalú udržateľnosť sa snažíme komunikovať aj priamo v mieste predaja. Novinkou v obchodnom roku 2019 bola pilotná inštalácia špeciálneho CSR storytellingu vo vybraných predajniach Lidl. Mohli ste si ho všimnúť napríklad v našej predajni v Bratislave na Ružinovskej ulici. Atraktívnymi ilustráciami sa snažíme upozorniť spotrebiteľa na zaujímavé informácie, ktoré by si možno na prvý pohľad nevšimol. Príkladmi sú 100% certifikácia našich kvetov medzinárodným certifikátom GlobalG.A.P. platná od 1. januára 2020, produkty so zníženým obsahom cukru a soli či špeciálny rad mäsových výrobkov Pikok Pure, ktoré sú bez farbív a konzervantov. CSR storytelling dopĺňajú aj špeciálne plagáty a cenovky. Naším cieľom na obchodný rok 2020 je tento koncept vyrolovať do všetkých predajní Lidl na Slovensku.



Dôležitým nosičom informácií o našich spoločensky zodpovedných aktivitách je aj Lidl leták, ktorý nielenže obsahuje tematické CSR sekcie, ale o dôležitých informáciách informuje aj priamo pri produktoch uvedených v letákoch (napr. UTZ certifikácia pri čokoládach). Environmentálne správanie zákazníkov podporujeme aj tým, že im ponúkame čoraz viac bezobalového ovocia a zeleniny, možnosťou zakúpiť si certifikované vrecká a tašky na viac použítí či nabíjacími stanicami na elektromobily pri vybraných predajniach, ktoré môže verejnosť používať zdarma. Svojich interných zákazníkov, teda zamestnancov, vzdelávame prostredníctvom intranetu LidlNet, novej aplikácie We Are Lidl aj prostredníctvom firemného časopisu Medzi nami. Na konci obchodného roka 2019 sme navyše spustili nový koncept internej komunikácie – Lidl CSR vesmír, ktorým chceme podporiť komunikáciu a zapájanie zamestnancov do CSR aktivít. V rámci tohto konceptu napríklad každý zamestnanec Lidla dostane CSR balíček, ktorý obsahuje sklenenú nádobu na jedlo, certifikovanú bavlnenú tašku a vrecká na ovocie a zeleninu na opakované použitie.

V rámci služby, ktorá skúma zverejnenie relevantných tém (Materiality Disclosures Service), GRI Services potvrdila, že Index obsahu GRI je jasne prezentovaný a odkazy na ukazovatele 102-40 až 102-49 sú v súlade s príslušnými sekciami v tejto správe. Toto potvrdenie bolo zrealizované na základe správy v slovenskom jazyku.

INDEX OBSAHU GRI¹

GRI ŠTANDARD	GRI UKAZOVATEĽ	STRANA/Y, KDE JE ZVEREJNENÝ	DÔVODY NA VYNECHANIE INFORMÁCIÍ/KOMENTÁRE
GRI 101: ZÁKLADNÉ INFORMÁCIE 2016			
GRI 102: VŠEOBECNÉ UKAZOVATELE 2016			
GRI 102: Všeobecné ukazovatele 2016	Profil organizácie		
	102-1: Názov organizácie	2	
	102-2: Činnosť, značky, produkty a služby	12 – 15, 25	
	102-3: Sídlo vedenia organizácie	2	
	102-4: Miesto vykonávanej činnosti	12, 16	
	102-5: Vlastníctvo a právna forma	13	
	102-6: Obsluhované trhy	12 – 13	
	102-7: Veľkosť organizácie	14 – 15	
	102-8: Informácie o zamestnancoch a ďalších pracovníkoch	14 – 15	Počet zamestnancov bol vypočítaný metodikou „na hlavu“. Rozdelenie zamestnancov podľa regiónov bolo interne zadefinované na základe miesta výkonu práce a následne rozdelené na 8 krajov v Slovenskej republike. Rozdelenie zamestnancov podľa typu pracovnej zmluvy nie je následne delené na regióny, keďže také komplexné informácie nemáme k dispozícii.
	102-9: Dodávateľský reťazec	25	
	102-10: Významné zmeny v organizácii a dodávateľskom reťazci	60 – 62	Všetky CSR iniciatívy, ktorých je spoločnosť Lidl SR členom, sú dobrovoľné.
	102-11: Preventívny princíp alebo prístup	24	
	102-12: Externé iniciatívy	13	Všetky CSR iniciatívy, ktorých je spoločnosť Lidl SR členom, sú dobrovoľné.
	102-13: Členstvo v asociáciách	13	
	Stratégia		
	102-14: Vyhlásenie najvyššieho manažéra organizácie	2 – 3	
	102-15: Kľúčové vplyvy, riziká a príležitosti	24	Ciele v jednotlivých relevantných témach sú opísané v rámci tematických kapitol.

GRI ŠTANDARD	GRI UKAZOVATEĽ	STRANA/Y, KDE JE ZVEREJNENÝ	DÔVODY NA VYNECHANIE INFORMÁCIÍ/KOMENTÁRE
GRI 102: Všeobecné ukazovatele 2016	Etika a integrita		
	102-16: Hodnoty, princípy, štandardy a normy správania sa	16 – 18	S firemnými hodnotami a zásadami spoločnosti Lidl SR sa jej zamestnanci oboznamujú už počas nástupných školení a sú im pravidelne pripomínané prostredníctvom kanálov internej komunikácie, akými sú napríklad intranet LidlNet, aplikácia We Are Lidl či nástenky a plagáty v kuchynkách a zázemiach.
	102-17: Mechanizmy pre poradenstvo v etických otázkach	103	
	Riadenie		
	102-18: Štruktúra správneho orgánu organizácie	31	
	102-19: Určenie kompetencií a zodpovedností	30	
	102-20: Zodpovednosť riadiacej úrovne za ekonomické, environmentálne a sociálne oblasti	30	
	102-21: Konzultácie so zainteresovanými subjektmi na ekonomické, environmentálne a sociálne témy	32 – 33	
	Zapojenie stakeholderov		
	102-40: Zoznam skupín stakeholderov	33 – 34	
	102-41: Kolektívne vyjednávanie		K 29. 2. 2020 sa na žiadneho zamestnanca spoločnosti Lidl Slovenská republika nevzťahovala kolektívna zmluva.
	102-42: Identifikácia a výber stakeholderov	34	Predstavitelia stakeholderských skupín, ktorí boli oslovení v rámci stakeholderskej analýzy predchádzajúcej tvorbe tejto CSR správy, sú výsledkom interných diskusií a prieskumu trhu. Taktiež boli v tomto smere oslovení aj partneri, s ktorými sme spolupracovali pri príprave našej CSR správy za obchodný rok 2017.
	102-43: Prístup k spolupráci so stakeholdermi	33	

GRI ŠTANDARD	GRI UKAZOVATEĽ	STRANA/Y, KDE JE ZVEREJNENÝ	DÔVODY NA VYNECHANIE INFORMÁCIÍ/KOMENTÁRE
	102-44: Kľúčové témy a záujmy, ktoré sa objavili	35	Reakcie spoločnosti Lidl SR na jednotlivé témy sú opísané v rámci tematických kapitol na stranách 37 až 115.
	Profil správy		
	102-45: Subjekty zahrnuté v konsolidovanej finančnej správe	13	
	102-46: Definovanie obsahu správy a vymedzenie tém	25 – 27, 34	
	102-47: Zoznam relevantných tém	26 – 27, 36	
	102-48: Úpravy informácií		Celkový počet zamestnancov za obchodné roky 2018 a 2019 bol pri všetkých ukazovateľoch počítaný metodikou „na hlavu“. K menšej zmene metodiky prišlo pri GRI 416-1, táto zmena je opísaná priamo pri danom ukazovateli. Inak neprišlo k žiadnym významným úpravám informácií.
	102-49: Zmeny v reportovaní		Nové relevantné témy oproti obchodnému roku 2017: Suroviny, Škodlivé látky, Zákaz diskriminácie (DR), Šetrenie zdrojov (PP), Doprava (PP), BOZP (PP), Rozmanitosť a inklúzia. Témy vykazované v obchodnom roku 2017, ktoré nevyšli ako relevantné v obchodnom roku 2019 a nie sú tak súčasťou tejto správy: Odmeňovanie (DR), Spolupráca, Rozhovor s partnermi v podnikaní. Téma Vzdelávanie a rozvoj, ktorá bola reportovaná v obchodnom roku 2017, bola premenovaná na Interné možnosti rozvoja a jej súčasťou sa stala aj téma Zamestnanecká uvedomelosť, ktorú sme reportovali v obchodnom roku 2017. Téma Balenie produktov bola premenovaná na tému Cirkulárna ekonomika. Obe tieto témy vyšli ako relevantné v obchodnom roku 2019 a sú súčasťou tejto správy. Témy Spôľahlivosť dodávania, Komunikácia, Lobing nie sú v roku 2019 súčasťou CSR modelu spoločnosti Lidl. Zároveň v Lidl CSR modeli pribudli nové témy, a to Sloboda združovania, Zákaz diskriminácie, Detská práca a Nútená práca.

GRI ŠTANDARD	GRI UKAZOVATEĽ	STRANA/Y, KDE JE ZVEREJNENÝ	DÔVODY NA VYNECHANIE INFORMÁCIÍ/KOMENTÁRE
GRI 102: Všeobecné ukazovatele 2016	102-50: Reportované obdobie	2	
	102-51: Dátum vydania poslednej správy	2	
	102-52: Cyklus reportovania	2	
	102-53: Kontaktná osoba pre otázky ohľadom správy	2	
	102-54: Úroveň správy „v súlade“ s GRI Standards	2	
	102-55: Index obsahu GRI	118 – 128	
	102-56: Externé posúdenie	2, 129 – 131	
RELEVANTNÉ TÉMY (TEMATICKY ŠPECIFICKÉ UKAZOVATELE)			
GRI 201: EKONOMICKÁ VÝKONNOSŤ 2016			
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	101 – 102, 105 – 106	
GRI 201: Ekonomická výkonnosť 2016	201-1: Priama ekonomická hodnota, vytvorená a rozdelená	111	Dôvody na vynechanie informácií – obmedzenia dôvernosti. Informácie o mzdách našich zamestnancov a celkovej hodnote našich investícií do komunity považujeme za interné citlivé dáta. Ďalšie finančné ukazovatele sú dostupné vo finančnej závierke spoločnosti Lidl SR zverejnenej na www.registeruz.sk .
	201-4: Významná finančná pomoc od štátu	104	
GRI 202: PRÍTOMNOSŤ NA TRHU 2016			
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	71 – 72, 105 – 106	



GRI ŠTANDARD	GRI UKAZOVATEĽ	STRANA/Y, KDE JE ZVEREJNENÝ	DÔVODY NA VYNECHANIE INFORMÁCIÍ/KOMENTÁRE
GRI 202: Prítomnosť na trhu 2016	202-1: Výška štandardnej mzdy pri nástupe do zamestnania podľa pohlavia v porovnaní s miestnou minimálnou mzdou na významných miestach prevádzky.	73	Dôvody na vynechanie informácií – obmedzenia dôverylosti. Informácie o výške miezd na iných pracovných pozíciách ako predavač-pokladník považujeme za citlivé interné dáta. Rovnako významné sú pre nás všetky naše prevádzky na Slovensku (2018: 134 predajní, 2019: 142 predajní) vrátane troch logistických centier (Sereď, Nemšová, Prešov) a centrály spoločnosti (Bratislava). Dáta za obchodný rok 2017 sú uvedené v našej Správe o trvalej udržateľnosti za obchodný rok 2017 na strane 91.
	202-2: Pomer senior manažérov, prijatých z miestnych komunít	112	Pod senior manažment zaraďujeme konateľov a obchodných riaditeľov spoločnosti Lidl SR. Pod pojmom „lokálny“ chápeme „pôvodom zo Slovenskej republiky“. Rovnako významné sú pre nás všetky naše prevádzky na Slovensku (2018: 134 predajní, 2019: 142 predajní) vrátane troch logistických centier (Sereď, Nemšová, Prešov) a centrály spoločnosti (Bratislava). Dáta za obchodný rok 2017 sú uvedené v našej Správe o trvalej udržateľnosti za obchodný rok 2017 na strane 137.
GRI 203: NEPRIAME EKONOMICKÉ VPLYVY 2016			
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	59 – 60, 105 – 106	
GRI 203: Nepriame ekonomické vplyvy 2016	203-1: Investície do infraštruktúry a podpora služieb	60 – 62	Dáta za obchodný rok 2017 sú uvedené v našej Správe o trvalej udržateľnosti za obchodný rok 2017 na strane 80.
	203-2: Významné nepriame ekonomické vplyvy	112	Dáta za obchodný rok 2017 sú uvedené v našej Správe o trvalej udržateľnosti za obchodný rok 2017 na strane 137.
GRI 204: PRAKTIKY V DODÁVATEĽSKOM REŤAZCI 2016			
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	90 – 91	

GRI ŠTANDARD	GRI UKAZOVATEĽ	STRANA/Y, KDE JE ZVEREJNENÝ	DÔVODY NA VYNECHANIE INFORMÁCIÍ/KOMENTÁRE
GRI 204: Praktiky v dodávateľskom reťazci 2016	204-1: Pomer nákupov od lokálnych dodávateľov	91	Tieto informácie získali obmedzené uistenie od nezávislých audítorov zo spoločnosti Ernst & Young Slovakia, spol. s r. o.
GRI 205: PROTIKORUPČNÉ OPATRENIA 2016			
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	101 – 102	
GRI 205: Protikorupčné opatrenia 2016	205-2: Komunikácia a školenia v oblasti protikorupčnej politiky a procesov	104	Dôvody na vynechanie informácií – informácie nie sú dostupné. Pri tomto ukazovateli neuvádzame rozdelenie zamestnancov a obchodných partnerov na regióny, keďže nedisponujeme v tomto smere kompletnými číselnými údajmi.
GRI 206: PROTIKONKURENČNÉ SPRÁVANIE 2016			
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	101 – 102	
GRI 206: Protikonkurenčné správanie 2016	206-1 Celkový počet právnych sporov v dôsledku protikonkurenčného a protitrustového správania a monopolných praktík	104	Dáta za obchodný rok 2017 sú uvedené v našej Správe o trvalej udržateľnosti za obchodný rok 2017 na strane 129.
GRI 301: MATERIÁLY 2016			
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	45 – 46	
GRI 301: Materiály 2016	301-1: Použité materiály s uvedením ich váhy alebo objemu	49	Dôvody na vynechanie informácií – informácie nie sú dostupné a obmedzenia dôverylosti. Celkové množstvá obalových materiálov použité na balenie našich produktov sú citlivé informácie. Pri vybraných materiáloch neuvádzame informáciu, či ide o obnoviteľné alebo neobnoviteľné materiály, keďže nedisponujeme v tomto smere kompletnými dátami.
GRI 302: ENERGIE 2016			
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	59 – 60	



GRI štandard	GRI ukazovateľ	STRANA/Y, KDE JE ZVEREJNENÝ	DÔVODY NA VYNECHANIE INFORMÁCIÍ/KOMENTÁRE
GRI 302: Energie 2016	302-4: Úspory spotreby energie		Energie sú merané v kWh, nie v jouloch a ich násobkoch. Naša interná metodika je takto nastavená a z hľadiska zachovania kvality informácií sme sa rozhodli ponechať nami využívané jednotky. Dáta za obchodný rok 2017 sú uvedené v našej Správe o trvalej udržateľnosti za obchodný rok 2017 na strane 81.
GRI 303: VODA A ODPADOVÉ VODY 2018			
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	55	
GRI 303: Voda a odpadové vody 2018	303-1: Interakcie s vodou ako so zdieľaným zdrojom	55 – 56	
	303-2: Riadenie dopadov týkajúcich sa vypúšťania vody	55 – 56	
	303-5: Spotreba vody	56	Spotreba vody je meraná v m³, nie v megalitroch. Naša interná metodika je takto nastavená a z hľadiska zachovania kvality informácií sme sa rozhodli ponechať nami využívané jednotky. Na Slovensku sme sa pri našom podnikaní a vo vykazovanom období nestretli s problémom „vodného stresu“.
GRI 305: EMISIE 2016			
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	57 – 58	
GRI 305: Emisie 2016	305-1: Priame GHG emisie (rozsah 1)	58 – 59	Dôvody na vynechanie informácií – informácie nie sú dostupné. Meranie výšky emisií a uhlíkovej stopy v spoločnosti Lidl je zatiaľ v procese prípravy. Preto v rámci tohto ukazovateľa zatiaľ uvádzame iba údaje týkajúce sa spotreby pohonných hmôt v našej spoločnosti.
GRI 305: Emisie 2016	305-3: Iné nepriame GHG emisie (rozsah 3)	58 – 59	Dôvody na vynechanie informácií – informácie nie sú dostupné. Meranie výšky emisií a uhlíkovej stopy v spoločnosti Lidl je zatiaľ v procese prípravy. Preto v rámci tohto ukazovateľa zatiaľ uvádzame iba údaje týkajúce sa spotreby pohonných hmôt v našej spoločnosti.

GRI štandard	GRI ukazovateľ	STRANA/Y, KDE JE ZVEREJNENÝ	DÔVODY NA VYNECHANIE INFORMÁCIÍ/KOMENTÁRE
GRI 306: ODPADOVÉ VODY A ODPAD 2016			
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	45 – 46	
GRI 306: Odpadové vody a odpad 2016	306-2: Odpady podľa typu a spôsobu zneškodnenia	48 – 49	
	306-4: Doprava hazardného odpadu	56	
GRI 308: HODNOTENIE DODÁVATEĽOV V OBLASTI ŽIVOTNÉHO PROSTREDIA 2016			
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	41 – 42, 86 – 87	
GRI 308: Hodnotenie dodávateľov v oblasti životného prostredia 2016	308-2: Významné negatívne environmentálne vplyvy v dodávateľskom reťazci a aktivity na ich odstránenie	43, 88 – 89	Dôvody na vynechanie informácií – informácie nie sú dostupné. V rámci tohto ukazovateľa uvádzame iba informácie k našim globálnym environmentálnym auditom u výrobcov textilu a tiež k certifikáciám trvalej udržateľnosti. V Lidl SR sa snažíme presadzovať environmentálne šetrné praktiky u svojich dodávateľov. Lokálny audit však v tomto smere zatiaľ nemáme nastavený.
GRI 401: ZAMESTNANIE 2016			
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	71 – 72, 75	
GRI 401: Zamestnanie 2016	401-1: Celkový počet a pomer nových zamestnancov a fluktuácia zamestnancov	74	Dáta za obchodný rok 2017 sú uvedené v našej Správe o trvalej udržateľnosti za obchodný rok 2017 na stranách 92 – 93.
	401-3: Rodičovská dovolenka	76	Dôvody na vynechanie informácií – informácie nie sú dostupné. Mieru návratnosti do práce a mieru retencie našich zamestnancov-rodíčov v Lidl SR sme za vykazované obdobie nesledovali, preto tieto dáta nie sú v správe uvedené. Táto téma vyšla zo stakeholderskej analýzy ako relevantná až v roku 2019, takže uvádzame k nej dáta iba za posledné dva obchodné roky.

GRI ŠTANDARD	GRI UKAZOVATEĽ	STRANA/Y, KDE JE ZVEREJNENÝ	DÔVODY NA VYNECHANIE INFORMÁCIÍ/KOMENTÁRE
GRI 403: BEZPEČNOSŤ A OCHRANA ZDRAVIA PRI PRÁCI 2018			
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	67 – 68, 77 – 78	
GRI 403: Bezpečnosť a ochrana zdravia pri práci 2018	403-1: Systém riadenia bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci	67 – 68	Táto téma vyšla zo stakeholderskej analýzy ako relevantná až v roku 2019, takže uvádzame k nej dáta iba za posledné dva obchodné roky.
	403-2: Identifikácia nebezpečenstva, hodnotenie rizika a vyšetrovanie nehôd	68	Táto téma vyšla zo stakeholderskej analýzy ako relevantná až v roku 2019, takže uvádzame k nej dáta iba za posledné dva obchodné roky.
	403-3: Zdravotná služba pri práci	68 – 69	Táto téma vyšla zo stakeholderskej analýzy ako relevantná až v roku 2019, takže uvádzame k nej dáta iba za posledné dva obchodné roky.
	403-4: Oboznamovanie a informovanie zamestnancov	67 – 68	Táto téma vyšla zo stakeholderskej analýzy ako relevantná až v roku 2019, takže uvádzame k nej dáta iba za posledné dva obchodné roky.
	403-5: Školenia zamestnancov o bezpečnosti a ochrane zdravia pri práci	70	Táto téma vyšla zo stakeholderskej analýzy ako relevantná až v roku 2019, takže uvádzame k nej dáta iba za posledné dva obchodné roky.
	403-6: Podpora zdravia pracovníkov	80 – 81	Táto téma vyšla zo stakeholderskej analýzy ako relevantná až v roku 2019, takže uvádzame k nej dáta iba za posledné dva obchodné roky.
	403-7: Prevencia a zmierňovanie následkov v rámci BOZP	67 – 68	Táto téma vyšla zo stakeholderskej analýzy ako relevantná až v roku 2019, takže uvádzame k nej dáta iba za posledné dva obchodné roky.
	403-9: Pracovné úrazy	70 – 71	Táto téma vyšla zo stakeholderskej analýzy ako relevantná až v roku 2019, takže uvádzame k nej dáta iba za posledné dva obchodné roky.
	403-10: Choroby z povolania	70 – 71	Táto téma vyšla zo stakeholderskej analýzy ako relevantná až v roku 2019, takže uvádzame k nej dáta iba za posledné dva obchodné roky.

GRI ŠTANDARD	GRI UKAZOVATEĽ	STRANA/Y, KDE JE ZVEREJNENÝ	DÔVODY NA VYNECHANIE INFORMÁCIÍ/KOMENTÁRE
GRI 404: ŠKOLENIA A VZDELÁVANIE 2016			
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	81 – 83	
GRI 404: Školenia a vzdelávanie 2016	404-1: Priemerný počet hodín školení počas roka na jedného zamestnanca	83	Dáta za obchodný rok 2017 sú uvedené v našej Správe o trvalej udržateľnosti za obchodný rok 2017 na strane 98.
	404-3: Percento zamestnancov dostávajúcich pravidelné hodnotenie pracovných výsledkoch a kariérneho rozvoja	84	Dáta za obchodný rok 2017 sú uvedené v našej Správe o trvalej udržateľnosti za obchodný rok 2017 na strane 100.
GRI 405: DIVERZITA A ROVNOSŤ PRÍLEŽITOSTÍ 2016			
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	75	
GRI 405: Diverzita a rovnosť príležitostí 2016	405-1: Diverzita a rovné možnosti	76 – 77	Dôvody na vynechanie informácií – informácie nie sú dostupné. Kompletné dáta k tomuto ukazovateľu sú dostupné iba za obchodný rok 2019, keďže dovtedy zber dát v rámci tohto ukazovateľa nebol nastavený.
	405-2: Pomer základnej mzdy mužov k ženám podľa kategórie zamestnancov vo významných lokalitách prevádzky	75	Dáta za obchodný rok 2017 sú uvedené v našej Správe o trvalej udržateľnosti za obchodný rok 2017 na strane 91.
GRI 406: NEDISKRIMINÁCIA 2016			
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	50 – 51	
GRI 406: Nediskriminácia 2016	406-1: Prípady diskriminácie a prijaté nápravné opatrenia	51	Táto téma vyšla zo stakeholderskej analýzy ako relevantná až v roku 2019, takže uvádzame k nej dáta iba za posledné dva obchodné roky.
GRI 416: ZDRAVIE BEZPEČNOSŤ ZÁKAZNÍKOV 2016			
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	93 – 95	

GRI ŠTANDARD	GRI UKAZOVATEĽ	STRANA/Y, KDE JE ZVEREJNENÝ	DÔVODY NA VYNECHANIE INFORMÁCIÍ/KOMENTÁRE
GRI 416: Zdravie bezpečnosť zákazníkov 2016	416-1: Zhodnotenie zdravotných a bezpečnostných dopadov produktov a produktových kategórií	96	Tieto informácie získali obmedzené uistenie od nezávislých audítorov zo spoločnosti Ernst & Young Slovakia, spol. s r. o. V obchodnom roku 2017 bola pri výpočte ukazovateľa 416-1 použitá iná metodika, preto uvádzame na porovnanie iba počet pravidelných produktových analýz, ktorý už je prepočítaný podľa novej metodiky, a teda nie je porovnateľný s dátami uvedenými v našej Správe o trvalej udržateľnosti za obchodný rok 2017. Od roku 2018 bola na výpočet počtu produktových analýz v rámci spoločnosti Lidl medzinárodne stanovená metodika, pričom finálny percentuálny podiel sa počíta z celkového množstva produktov v našom stálom sortimente a po vyradení akčných produktov z celkového počtu analyzovaných produktov. Na obchodný rok 2017 je preto aplikovaný nasledujúci dôvod na vynechanie informácií: informácie nie sú dostupné.
	416-2: Celkový počet prípadov týkajúcich sa nedodržievania predpisov a dobrovoľných záväzkov vzhľadom na vplyvy produktov a služieb na zdravie a bezpečnosť	96	Tieto informácie získali obmedzené uistenie od nezávislých audítorov zo spoločnosti Ernst & Young Slovakia, spol. s r. o.
GRI 417: MARKETING A OZNAČOVANIE PRODUKTOV A SLUŽIEB 2016			
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	98 – 100	
GRI 417: Marketing a označovanie produktov a služieb 2016	417-1: Požiadavky na uvádzanie informácií o produktoch a službách a ich označovanie	100 – 101	Dáta za obchodný rok 2017 sú uvedené v našej Správe o trvalej udržateľnosti za obchodný rok 2017 na strane 123.
FP OBSTARÁVANIE/SOURCING PRAKTIKY (SEKTOROVÝ DOPLNOK SPRACOVANIE JEDLA)			
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	86 – 87	

GRI ŠTANDARD	GRI UKAZOVATEĽ	STRANA/Y, KDE JE ZVEREJNENÝ	DÔVODY NA VYNECHANIE INFORMÁCIÍ/KOMENTÁRE
FP Obstarávanie/ Sourcing praktiky (Sektorový doplnok Spracovanie jedla)	FP2: Percento produktov zakúpených na základe udržateľných štandardov	88 – 89	Dáta za obchodný rok 2017 sú uvedené v našej Správe o trvalej udržateľnosti za obchodný rok 2017 na stranách 113 – 115.
FP DOBRÉ PODMIENKY PRE ZVIERATÁ (SEKTOROVÝ DOPLNOK SPRACOVANIE JEDLA)			
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	38 – 39	
FP Dobré podmienky pre zvieratá (Sektorový doplnok Spracovanie jedla)	FP11: Chov hospodárskych zvierat	39, 42	Dôvody na vynechanie informácií – informácie nie sú dostupné. V rámci tohto ukazovateľa uvádzame informácie iba pre chovné systémy sliepok (čerstvé vajcia) a morských rýb, keďže informácie o chove ostatných druhov zvierat nie sú kompletné, a preto sme sa ich z hľadiska zachovania kvality dát rozhodli nezverejniť.
LIDL – ŠPECIFICKÁ TÉMA: OBCHODNÉ VZŤAHY S DODÁVATEĽMI			
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	50 – 51	
	Zabezpečenie férových obchodných vzťahov	52 – 53	Dáta za obchodný rok 2017 sú uvedené v našej Správe o trvalej udržateľnosti za obchodný rok 2017 na stranách 68 a 75.
LIDL – ŠPECIFICKÁ TÉMA: POTRAVINOVÝ ODPAD			
GRI 103: Manažérsky prístup 2016	103: Manažérsky prístup 2016 (inkluzívny pre 103-1, 103-2 a 103-3)	64 – 65	
	Zabezpečenie zodpovedného zaobchádzania s potravinovými zvyškami	65 – 66	Dáta za obchodný rok 2017 sú uvedené v našej Správe o trvalej udržateľnosti za obchodný rok 2017 na stranách 84 a 88.



Zodpovednosť odborníka

Uskutočnili sme uisťovaciu zákazku v súlade s Medzinárodným štandardom pre uisťovacie zákazky (ISAE) 3000 (revidované znenie). Podľa tohto štandardu máme dodržiavať etické požiadavky, naplňovať a vykonať preverenie tak, aby sme získali limitované uistenie o vybraných informáciách.

Dodržiavame Medzinárodný štandard na kontrolu kvality ISQC 1 a máme zavedený systém na kontrolu kvality, vrátane zdokumentovaných zásad a postupov pre dodržiavanie súladu s etickými požiadavkami, odbornými štandardmi a relevantnými legislatívnymi požiadavkami.

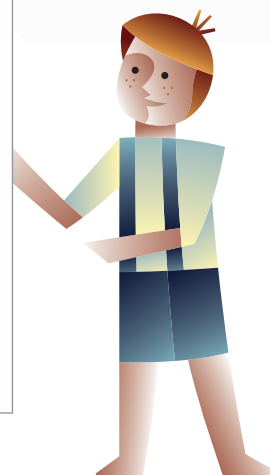
Dodržiavame nezávislosť a iné etické požiadavky Etického kódexu pre účtovných odborníkov IESBA, ktorý stanovuje základné zásady integrity, objektivity, odbornej spôsobilosti a náležitej starostlivosti, dôvernosti a profesionálneho správania.

Zvolené postupy závisia od odborného úsudku odborníka. Medzi tieto postupy patrí najmä komunikácia s osobami poverenými zberom a vykazovaním vybraných informácií a dodatočné procedúry zamerané na získanie dôkazov týkajúcich sa vybraných informácií.

Uisťovacia zákazka zodpovedá limitovanému uisteniu. Časovanie, typ a škála uisťovacích procedúr je tým pádom limitovaná oproti procedúram pri primeranom uistení. Tento fakt má za následok celkové nižšie uistenie.

V súvislosti s vybranými informáciami uvedenými vyššie sme vykonali najmä 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
- Preverku vybraných informácií z hľadiska detailného posúdenia a odsúhlasenia na zdrojovú podkladovú dokumentáciu na báze vybraných vzoriek
- Analytickú preverku 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.



Záver

Na základe vykonaných procedúr a získanej podpornej dokumentácie sme nezistili významnú skutočnosť, ktorá by vyžadovala prehodnotenie vybraných informácií tak, aby boli v súlade so štandardmi o trvalej udržateľnosti GRI.

30. októbra 2020
Bratislava, Slovenská Republika

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

Dalimil Draganovský
Licencia SKAU č. 893

