

RESPONSABILI PENTRU NOI

fapte pentru un viitor mai bun



Raport de sustenabilitate Lidl România

Perioada de raportare: 1 martie 2021 – 28 februarie 2022





Cuprins

Cuvânt-înainte	2
Despre acest raport.....	6
Despre Lidl.....	8
Definirea conținutului acestui raport.....	14
 Resurse	21
 Lanțul de aprovizionare	29
 Operațiuni	41
 Clienți	67
Tabelul de conținut GRI.....	86

PENTRU
UN VIITOR
MAI BUN





Pentru noi, responsabilitatea înseamnă să lucrăm ASTĂZI pentru răspunsurile la întrebările de MÂINE.

În pregătirea pentru un viitor mai bun, facem tot ce ține de noi pentru a ne asigura că acțiunile noastre sunt bune pentru planetă, bune pentru comunitățile din care facem parte și bune pentru clienții noștri, atât pe termen scurt, cât și pe termen lung.

Ultimii ani ne-au arătat că un business care are sustenabilitatea în ADN-ul său poate face față provocărilor pe care noi, ca societate, le întâmpinăm. Deși, la nivel de industrie, dar și de societate, ultimii ani au adus obstacole fără precedent, în perioada aceasta de raportare (1 martie 2021 – 28 februarie 2022) noi, Lidl, ne-am continuat dezvoltarea, în linie cu Obiectivele de Dezvoltare Durabilă lansate de Organizația Națiunilor Unite.

Reușim să facem acest lucru pentru că avem o misiune clară: să păstrăm echilibrul între dezvoltarea economică, sprijinul oferit comunităților din care facem parte și protejarea planetei noastre. Acesta este modul în care ne îndeplinim promisiunea pe care le-am făcut-o românilor de a lucra zilnic pentru a le oferi produse la cel mai bun raport calitate-preț, fiind mereu atenți la nevoile lor. Este modul în care ne arătăm respectul față de clienții noștri, dar și față de mediul înconjurător.

Planeta, dar și noi, societatea, trecem prin schimbări care ne afectează viața. Dacă ne gândim doar la schimbările climatice, acestea au efecte de asemenea natură, încât dacă nu le contracarăm acum, noile generații se vor confrunta cu provocări din ce în ce mai mari. Dacă nu



RESURSE



**LANȚUL DE
APROVIZIONARE**



OPERAȚIUNI



CLIEȚI

dezvoltăm un mod de a lua decizii și în viitor astfel încât să nu contribuim la încălzirea globală, ci să ne atenuăm impactul, Pământul nu va mai fi așa cum îl știm.

Mă bucur că noi, întreaga echipă Lidl România, formată din peste 10.500 de colegi, împărtășim aceleași valori: noi credem în modelul nostru de business, construit având în vedere dezvoltarea durabilă și bazat pe etică și transparență. Ne-am asumat responsabilitatea atât pentru noi, cât și pentru noi generații, așa că lucrăm zi de zi, împreună cu furnizorii și partenerii noștri locali, și nu numai, pentru a veni în întâmpinarea clienților noștri cu produse de calitate la prețuri accesibile, respectând mediul înconjurător. În echipa noastră, asigurăm egalitatea drepturilor atât între angajații noștri, cât și în ceea ce privește locurile de muncă pe care le creăm și le susținem pe întregul lanț de valoare specific domeniului din care facem parte. Depunem toate eforturile pentru

combaterea poluării și a risipei alimentare și susținem educația echitabilă și dezvoltarea comunităților, prin luarea de măsuri cu impact direct în business, dar și prin programe gândite pe termen lung, alături de partenerii noștri din societatea civilă. Am ajuns astfel să vă prezentăm, în cele ce urmează, cel de-al cincilea raport în care ne măsurăm impactul și evaluăm măsurile luate de noi, alături de obiectivele pe care ni le-am setat, astfel încât fiecare acțiune să fie sustenabilă, eficientă și cu impact pozitiv pe termen lung asupra mediului, societății și economiei.

Considerăm că este datoria fiecăruia dintre noi să participe la crearea celui viitor pe care ni-l dorim. Căci doar împreună putem contribui cu fapte concrete pentru un viitor mai bun. Pentru tine. Pentru România. Pentru planetă. Vă mulțumesc.

Marco Giudici,

Președintele Consiliului de conducere

HIGHLIGHTS

1 martie 2021 – 28 februarie 2022

PAG. 34

-200 DE TONE 

DE PLASTIC FOLOSIT ÎN CASEROLE
PENTRU CARNE PROASPĂTĂ

PAG. 45

53.522 DE TONE DE DEȘEURI 

TRIMISE
LA CENTRELE
DE RECICLARE
ÎN 2021

PAG. 46

98% 
ENERGIE ELECTRICĂ
PROVENITĂ
DIN SURSE
REGENERABILE

PAG. 47

44% 
MAGAZINE
MONITORIZATE
LA DISTANȚĂ PENTRU
CONSUMUL DE APĂ

PAG. 50

530 DE TONE
DE PRODUSE ALIMENTARE DONATE

208 TONE
DE PRODUSE NEALIMENTARE DONATE

470 DE TONE
DE HRANĂ PENTRU ANIMALE DONATE

PAG. 73

PESTE
35.000.000
DE LEI – BUGETUL DE INVESTIȚII SOCIALE ÎN 2021



PAG. 70



65.000.000 DE EURO
ÎN 2021

AM CONTINUAT SĂ FACILITĂM EXPORTUL PRODUSELOR
FURNIZORILOR ROMÂNI CĂTRE MAGAZINELE LIDL DIN EUROPA.



Cristina Hanganu,
Director comunicare și CSR



Teodora Antonia Toma,
CSR manager

Fapte pentru un viitor mai bun

Acesta este al cincilea raport de sustenabilitate al Lidl România, rezultatul unui efort constant de transparentizare și prezentare a informațiilor despre măsurile luate de compania noastră pentru crearea unui viitor mai bun pentru colegii noștri, pentru clienți, pentru furnizori, pentru comunități.

Ciclul de raportare acoperit de acest document a fost marcat de evenimente care ne-au pus tuturor abilitățile la încercare: efectele unei pandemii care încă nu s-a încheiat, o criză energetică ale cărei consecințe se vor resimți o bună perioadă de timp, un război care a adâncit disfuncționalitățile din lanțurile de aprovizionare, acutizarea efectelor schimbărilor climatice, la care suntem obligați să ne adaptăm, și o agravare a crizei forței de muncă.

Sunt riscuri pe care le analizăm și pentru care ne pregătim, pentru care trebuie să găsim soluții și pe care trebuie să le evităm în anii care vor urma.

Ne ajută faptul că lucrăm alături de oameni valoroși: angajați competenți, furnizori tenace și flexibili, ONG-uri cu ambiții mari și ancorate la nevoile comunităților locale. Colaborăm cu universități, cu autorități locale și centrale, cu parteneri de afaceri care au un țel comun: **dezvoltarea durabilă**.

Rezultatele prezentate în paginile acestui raport sunt oglinda unor demersuri constante și coerente în vederea reducerii impacturilor negative generate de activitatea noastră, dar și a eforturilor permanente de a genera valoare.

Iată cum a arătat în ansamblu anul financiar 2021:

- Am continuat să urmărim și să respectăm măsurile de protecție și de siguranță a angajaților noștri, precum și a clienților care ne trec pragul.
- Am continuat să investim substanțial în pregătirea profesională a colegilor noștri, indiferent că este vorba despre cei aflați la început de drum sau despre cei care au o carieră bine conturată, inclusiv prin extinderea ofertei de școlarizare digitală.
- Am actualizat procedurile și am adaptat regulamentele interne, astfel încât colegii noștri să aibă un echilibru mai bun între viața profesională și cea personală.
- A crescut cantitatea de energie provenită din surse regenerabile care este folosită în punctele noastre de lucru

(sediul central, sediile regionale și magazine) și a scăzut, în consecință, volumul emisiilor indirecte.

- Am introdus în sortimentul de produse marcă proprie o serie de produse neutre din punct de vedere climatic.
- Am recuperat deșeuri (organice, anorganice) și am reintrodus în circuitul de valoare acele materiale care îndeplinesc toate condițiile pentru a putea fi reutilizate.
- A crescut numărul de puncte de încărcare a mașinilor electrice puse la dispoziția clienților.
- Au fost luate măsuri pentru reducerea emisiilor provenite din activitatea de transport. Chiar dacă efectul se va vedea în timp, primii pași sunt operarea cu camioane dotate exclusiv cu motoare tip Euro5 și Euro6, precum și creșterea numărului de mașini hibride care sunt folosite de angajați.
- În lanțul de aprovizionare, au fost luate măsuri pentru remunerarea echitabilă, astfel încât să ne asigurăm că în achiziția de mărfuri sunt respectate atât principiile privind drepturile omului, cât și cele de protejare a mediului înconjurător.

Aspectele de mai sus sunt detaliate și însoțite de date în paginile acestui raport de sustenabilitate. Vă invităm să îl citiți și să ne trimiteți opiniile la adresa csr@lidl.ro

La fel ca în anii anteriori, am parcurs un nou proces respectând cerințele Standardelor GRI pentru raportarea de sustenabilitate și am urmărit Obiectivele de Dezvoltare Durabilă ale Organizației Națiunilor Unite (vezi tabelul de la pag. 86).

Pentru a ne asigura că procesul de raportare și informațiile colectate sunt corecte, am beneficiat de sprijinul Denkstatt România, care s-a ocupat de verificarea externă a unor părți din raport. Declarația de conformitate este disponibilă la <https://www.lidl.ro/ro/catalogue/declara-ie-de-verificare-an-fiscal-2021/ar/0>. În plus, am apelat la organizația Global Reporting Initiative pentru serviciul Materiality Disclosures (vezi timbrul de conformitate de la pag. 86).

Procesul de raportare a fost parcurs și încheiat cu bine grație implicării colegilor noștri din toate departamentele responsabile, precum și datorită sprijinului oferit de echipa de consultanți ai CSR BootIQ și echipei Sunday Morning Communication.



Despre acest raport

GRI 102-54

Acesta este cel de-al cincilea raport de sustenabilitate al Lidl România și acoperă anul financiar 2021 (1 martie 2021 – 28 februarie 2022). Documentul a fost întocmit pe baza GRI Standards – Standardele pentru raportarea de sustenabilitate, elaborate de organizația Global Reporting Initiative (GRI).

Documentul de față reflectă activitatea Lidl în România și analizează impacturile economice, sociale și de mediu pe care le generăm. Frecvența cu care publicăm raportul de sustenabilitate este anuală, iar acest demers este suplimentar obligației legale de a publica un raport nefinanciar anual.

Toate rapoartele noastre anterioare, atât cele de sustenabilitate, cât și cele nefinanciare, pot fi consultate pe website-ul Lidl, la <https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/rapoarte-csr>

Structura documentului prezent reflectă cele patru etape ale lanțului valoric în care se încadrează ariile de responsabilitate ale Lidl România (1. Resurse; 2. Lanțul de aprovizionare; 3. Operațiuni; 4. Clienți) și detaliază temele care au fost identificate ca fiind relevante pe plan local atât de echipa de management și de angajații noștri, cât și de partenerii noștri externi consultați în acest sens.

Informațiile prezentate în raport se referă la activitatea Lidl România și au fost colectate de Departamentul comunicare și CSR și verificate și validate de Departamentul intern de controlling. În plus, secțiuni ale acestui document au fost verificate și de o terță parte, Denkstatt România, în cadrul unui proces de verificare externă, rezultatul fiind prezentat în declarația disponibilă la linkul <https://www.lidl.ro/ro/catalogue/declara-ie-de-verificare-an-fiscal-2021/ar/0>

Raportul include și informații care nu se referă direct la activitatea Lidl România, cum ar fi date statistice, trimiteri către legislația locală și/ sau internațională, către analize, studii și rapoarte, inițiative specifice, proiecte colaborative, dar și informații puse la

dispoziția noastră de alți colaboratori (de obicei, furnizori). Acestea au fost incluse pentru a asigura o înțelegere corectă și completă a contextului de sustenabilitate în care ne desfășurăm activitatea și au fost semnalate corespunzător, cu precizarea sursei.

Față de ultimul nostru raport de sustenabilitate, nu există schimbări nici la nivelul structurii documentului, nici în ceea ce privește lista de teme identificate ca fiind materiale. Modul în care aplicăm principiul precauției, obiectivele de raportare, limitele și procesul de colectare a datelor au rămas neschimbate.

Acest raport de sustenabilitate este elaborat în conformitate cu Standardele GRI, opțiunea „De bază”. Tabelul de conținut de la pagina 86 include referințe către toate capitolele, domeniile materiale și expunerile impuse de metodologie.

Limitele raportului

Termenul „magazine” se referă la punctele noastre de comercializare. Informațiile din acest raport au acoperire națională, cu excepția unor situații menționate ca atare (de exemplu, inițiative internaționale sau achiziții de produse din afara României).

O serie de servicii (transport, curățenie, pază, securitate și siguranță în muncă) sunt externalizate. De asemenea, pe lângă angajați, există și contractori care desfășoară activitate în cadrul companiei. Întrucât nu deținem informații complete în acest sens, impactul acestor activități este acoperit parțial de prezentul raport.



Mulțumiri

Le mulțumim, în primul rând, celor care ne trec pragul în calitate de clienți, care ne scriu indiferent de canalele alese, dintre cele disponibile, și ne ajută, astfel, să ne îmbunătățim permanent activitatea. Siguranța și încrederea lor sunt și continuă să fie pentru noi preocupări constante.

Furnizorii noștri merită, la rândul lor, o mențiune specială: alături de ei asigurăm continuitatea în aprovizionare și oferim la raft toate produsele pe care clienții și le doresc sau de care au nevoie.

În ultimii ani am fost cu toții martorii unor schimbări majore din perspectiva lanțurilor de aprovizionare, a securității zonale, a consumului de resurse, dar și a condițiilor economice. Dorim să le mulțumim pentru dialogul permanent, feedbackul constructiv și susținerea constantă tuturor partenerilor noștri, precum

autorități publice, organizații neguvernamentale, jurnaliști.

Mulțumirile noastre se îndreaptă, ca de obicei, și către toată echipa Lidl România, fiecare persoană contribuind la rezultatele obținute și redate în acest document.

Nu în ultimul rând, dorim să-i mulțumim pentru contribuția personală fiecărei persoane care s-a implicat, direct sau indirect, în identificarea și documentarea subiectelor care definesc conținutul acestui raport. Credem că cea mai bună dovadă a seriozității cu care tratăm sustenabilitatea este consecvența cu care publicăm informații despre impactul pe care îl generează activitatea noastră.

Opiniile și sugestiile sunt binevenite și pot fi transmise la adresa: csr@lidl.ro



Despre Lidl Stiftung & Co. KG

Lidl face parte din Grupul Schwarz, având o prezență pe piața de bunuri alimentare în 31 de țări din întreaga lume. Rețeaua include peste 12.000 de magazine și peste 200 de depozite și centre logistice. Lidl are peste 341.000 de angajați, inclusiv în Asia.

Lidl Stiftung & Co. KG are sediul central în Neckarsulm, Germania, și colaborează cu subsidiarele naționale pentru a stabili cadrul operațional de afaceri. Ca furnizor sistemic, compania este responsabilă pentru conceptualizarea și designul unor procese standardizate.

Despre Grupul Schwarz

Grupul Schwarz este una dintre cele mai mari companii internaționale de retail, cu o rețea de aproximativ 13.300 de magazine și având 550.000 de angajați în 33 de țări. În anul financiar 2021, grupul a avut o cifră de afaceri de 133,6 miliarde de euro. Activitățile Grupului Schwarz sunt împărțite în divizii de producție, retail și mediu, acoperind întregul ciclu operațional. Lidl și Kaufland sunt cei doi poli ai vânzărilor alimentare ale grupului. Aceste entități dețin o gamă largă de produse marcă proprie, care variază de la înghețată la băuturi și care sunt produse de Schwarz Produktion. O atenție deosebită este acordată utilizării de materii prime sustenabile și ambalajelor minimum poluante. Prin intermediul PreZero, furnizorul de servicii de mediu, Grupul Schwarz își urmărește viziunea pe termen lung a reciclării de tip „closed-loop” – „închiderea buclei”. PreZero contribuie la crearea unui viitor mai curat, concentrându-și eforturile pe reutilizarea materialelor, printr-un management riguros al reciclării și deșeurilor. Divizia de servicii a Grupului, Schwarz Dienstleistungen, oferă asistență administrativă și operațională în cadrul Grupului. Toate companiile care fac parte din Grupul Schwarz sunt unite de o viziune comună asupra sustenabilității: responsabilitate globală prin diversitate.



Retail: În fiecare zi, grupurile **Lidl** și **Kaufland** oferă clienților lor din aproximativ 32 de țări o gamă largă de produse. Ambele grupuri își demonstrează angajamentul față de inițiativele diverse susținute pe întregul lanț de valoare, cum ar fi combaterea schimbărilor climatice, protejarea biodiversității sau reducerea consumului de resurse.

SCHWARZ



Schwarz Dienstleistungen este divizia de servicii a Grupului Schwarz, prin care sunt asistate Lidl, Kaufland, Schwarz Produktion și PreZero. Unind diferitele servicii administrative și operaționale, cum ar fi controlling, financiar, resurse umane și achiziții, sunt generate sinergii și sunt asigurate operațiuni eficiente și sustenabile.



Producție: Schwarz

Produktion produce pentru Lidl și Kaufland o gamă largă de articole marcă proprie de cea mai bună calitate, care include băuturi, ciocolată, fructe uscate, articole de brutărie și înghețată. În plus, trei fabrici de plastic și reciclare fac parte dintr-o buclă unică de reciclare, în care majoritatea sticlelor PET sunt fabricate din material 100% reciclat.



IMAGINE DE ANSAMBLU
A GRUPULUI SCHWARZ



Colectare/ reciclare:

PreZero, divizia de mediu a Grupului Schwarz, asigură managementul deșeurilor și al reciclării. Serviciile includ colectarea, sortarea, procesarea și reciclarea materialelor reutilizabile. Resursele sunt conservate prin intermediul unor soluții inovatoare, iar cantitatea de deșeuri nereciclabile este redusă până aproape de zero.

Despre Lidl România

În anul financiar 2021, Lidl Discount și-a desfășurat activitatea în 320 de magazine și 5 centre regionale de distribuție amplasate în România. La finalul acestei perioade, numărul de angajați a fost de 10.545. Sediul central al Lidl România se află în București.



Prezența noastră la nivel național, precum și modul în care sunt organizate și funcționează sediile noastre regionale sunt detaliate pe website-ul nostru, la <https://cariere.lidl.ro/centre-logistice>

Adresele magazinelor care formează în prezent rețeaua noastră pot fi găsite accesând website-ul nostru, <https://www.lidl.ro/cautare-magazin>

Clienții găsesc în magazinele Lidl România o gamă largă de produse de cea mai bună calitate, disponibile permanent la raft. Sortimentul nostru permanent include, în medie, 3.566 de produse destinate consumului zilnic și este completat de un număr total de 1.760 de articole de tip in-and-out, disponibile periodic în promoțiile noastre săptămânale. În afara produselor alimentare, gama noastră include și produse nealimentare, precum cosmetice, articole de îmbrăcăminte și aparate electrice de mici dimensiuni. Gama de produse alimentare de marcă reprezintă 21% din gama totală de produse. Produsele alimentare

marcă proprie reprezintă 79% din gama totală de produse. În ceea ce privește produsele cu diferite certificări, 184 de articole marcă proprie au fost certificate BIO (organice) și 74 de articole au fost certificate Fairtrade.

Principiile noastre, care ne ghidează în tot ceea ce facem, sunt publice și pot fi accesate pe website-ul companiei, la <https://corporate.lidl.ro/despre-lidl>

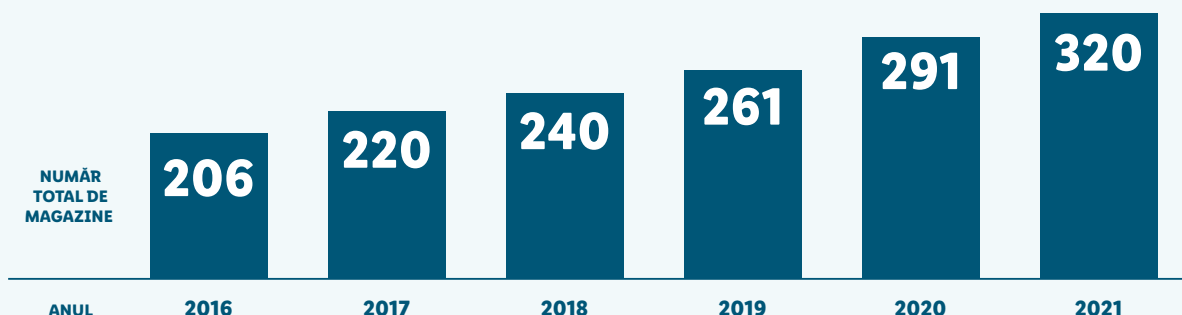
Lidl România este formată din următoarele societăți: Lidl Discount SRL (CUI 22891860), Lidl Imobiliare România Management SCS (CUI 15139385), Lidl România SCS (CUI 15300120), Lidl România SRL (CUI 14962609).

Informațiile financiare ale firmelor care fac parte din grupul Lidl România pot fi accesate pe website-ul Ministerului Finanțelor Publice, pe baza codului unic de identificare (CUI) menționat în tabelul de mai jos.

Firma	CUI
Lidl Discount SRL	22891860
Lidl Imobiliare România Management SCS	15139385
Lidl România SCS	15300120
Lidl România SRL	14962609

GRI 102-45

Evoluție număr total de magazine 2016-2021:



O reprezentare grafică a lanțului nostru de aprovizionare a fost inclusă în primul nostru raport de sustenabilitate, 2016-2017¹, la pag. 14. La pag. 15 a aceluiași document veți găsi și o prezentare a mărcilor proprii și a produselor noastre. Dintre acestea, amintim: Pikok, Pilos, Chef Select, Brutăria Lidl, Piața Lidl, Alesto, Argus, Lupilu, Solevita, Bellarom, Cămara Noastră, Fin Carré, Orlando și Coshida.



Managementul CSR al Lidl România analizează atât impacturile directe, cât și efectele indirecte pe care activitatea noastră le produce pe întregul lanț de valoare. Temele incluse în Modelul Lidl de responsabilitate (LRM) sunt luate în calcul pentru definirea strategiei de sustenabilitate și a raportării de sustenabilitate din compania noastră. LRM oferă un cadru uniform de referință pentru toate activitățile care au legătură cu sustenabilitatea și care au potențial relevant pentru temele de CSR. Ne oferă, de asemenea, posibilitatea de a evalua efectele pozitive și negative pe care le produce/ cauzează Lidl în relație cu dezvoltarea durabilă, ținând cont de contextul specific la nivel național.

¹ Sursa: Lidl România, Raport de sustenabilitate 2016-2017 – <https://www.lidl.ro/ro/catalogue/raport-de-sustenabilitate-2016/view/flyer/page/1>

Conducerea companiei la 28 februarie 2022

Marco Giudici, Președintele Consiliului de conducere

Olga Drăguinea, Director național administrativ, membru al Consiliului de conducere

Mihaela Ioniță, Director național resurse umane, membru al Consiliului de Conducere

Zita Szlavikovics, Director național vânzări și logistică, membru al Consiliului de conducere

Daniel Ștefănescu, Director național achiziții și marketing, membru al Consiliului de conducere

Dragoș Ionescu, Director național servicii centrale și expansiune, membru al Consiliului de conducere

Celula de criză, care a devenit operațională la începutul crizei sanitare și care a funcționat pe toată perioada stărilor de urgență și de alertă, și-a continuat activitatea. Componenta acesteia (responsabilii cu activitățile de achiziții, logistică, vânzări, resurse umane, sănătate și siguranță a muncii, organizare corporativă, juridic, compliance, comunicare și CSR și IT) a rămas aceeași.

Afilieri

Lidl România este reprezentată în următoarele asociații și organizații (selecție):

- AMRCR – Asociația Marilor Rețele Comerciale din România
- Camera de Comerț România-Germania
- Women Empowerment Principles

În plus, prin intermediul Lidl Stiftung & Co. KG, Lidl România este reprezentată în următoarele asociații și organizații internaționale:

- amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI)
- Partner for Sustainable Textiles
- ACT – Action, Collaboration, Transformation
- Leather Working Group
- International ACCORD
- German Initiative on Sustainable Cocoa
- Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)
- Round Table on Responsible Soy (RTRS)
- Donau Soja
- Sustainable Rice Platform (SRP)
- World Banana Forum
- Forest Stewardship Council (FSC)
- Fruit Juice Platform
- Sustainable Agricultural Supply Chain Initiative (INA)
- Global G.A.P. și GlobalG.A.P. GRASP
- Alliance for Water Stewardship
- International Network Leading Executives Advancing Diversity (LEAD)
- Sustainable Nut Initiative
- Ethical Tea Partnership
- Ethical Trade Initiative
- ILO Better Work

Prin intermediul Grupului Schwarz, Lidl România este membră în următoarele organizații (selecție):

- Ellen MacArthur Foundation
- UN Global Compact
- Science Based Target initiative (SBTi)

Lidl România colaborează și cu următoarele organizații-partener (selecție):

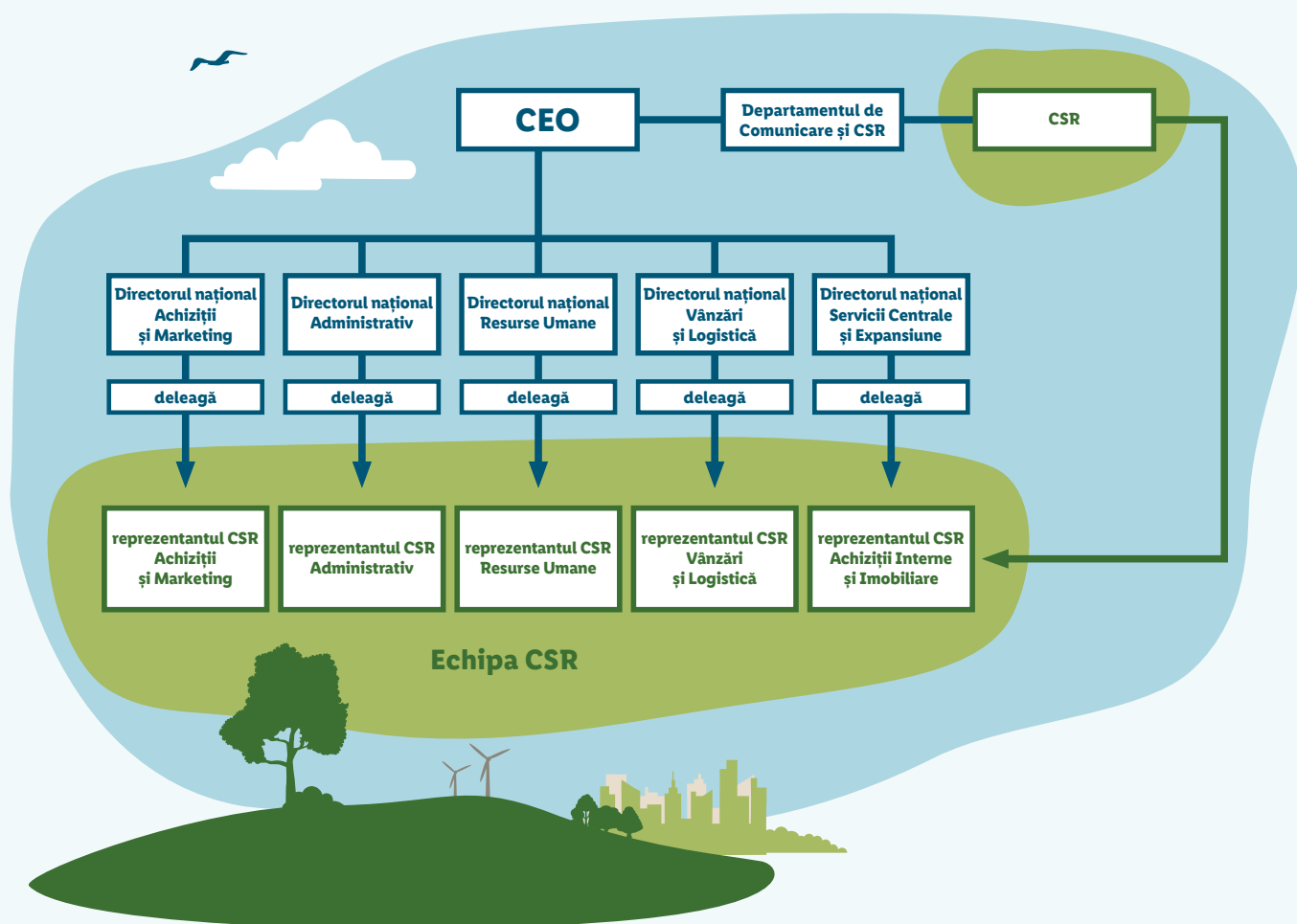
- Marine Stewardship Council
- Fairtrade
- Aquaculture Stewardship Council
- Save the Children

Sustenabilitatea în Lidl România

Sustenabilitatea este o prioritate de ordin strategic și operativ, ancorată la nivelul echipei de management a Lidl România. Responsabilitatea de ansamblu îi aparține Președintelui Consiliului de conducere. Departamentul care coordonează activitățile de CSR (integrat în activitatea de comunicare corporativă și denumit Departamentul de Comunicare și CSR) și echipa de management sunt în egală măsură responsabile de stabilirea direcțiilor strategice de acțiune, gestionând activitățile interdepartamentale care au ca subiect sustenabilitatea. Coordonatorul activităților de CSR din Lidl România raportează (direct sau prin Directorul Departamentului de Comunicare și CSR) Președintelui Consiliului de conducere.

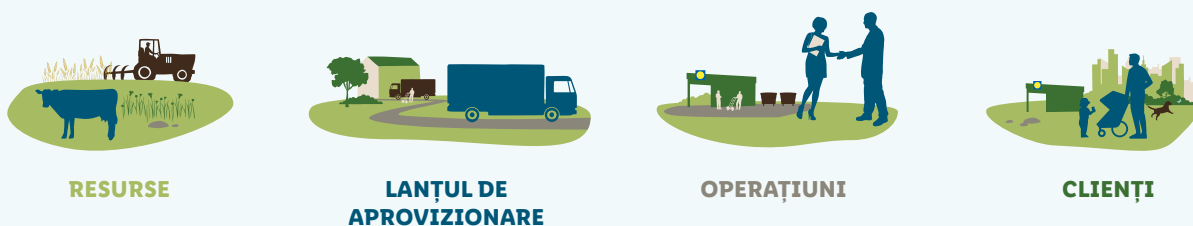
Departamentul de Comunicare și CSR este susținut de echipa interdepartamentală de CSR, care include reprezentanți ai tuturor departamentelor responsabile de ariile de impact din Lidl România. Tendințele de sustenabilitate sunt discutate în cadrul Echipei CSR. Temele punctuale sunt analizate individual la nivelul fiecărui departament, iar obiectivele și măsurile agreeate sunt prezentate echipei de management, care, prin procesul decizional, trasează direcția strategică și transpune angajamentele în practică.

Echipa CSR



Față de ciclul anterior de raportare, Modelul Lidl de responsabilitate (Lidl Responsibility Model) nu a suferit modificări, modul în care abordăm direcțiile principale și denumirile acestora fiind aceleași (Resurse, Lanțul de aprovizionare, Operațiuni și Clienți). Prioritățile noastre sunt publice și pot fi consultate la <https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate>

Ariile de responsabilitate



Impactul activității noastre și arealul nostru de responsabilitate se extind în afara companiei. De aceea, cerințele noastre cu privire la standardele de mediu și sociale cu care operează partenerii noștri de afaceri sunt actualizate constant și sunt integrate în Codul de conduită, baza relațiilor noastre de afaceri, a proceselor interne și a viziunii noastre referitoare la sustenabilitate pe tot lanțul de aprovizionare. Codul poate fi consultat la <https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/codul-de-conduita>

Cele patru arii de responsabilitate și-au păstrat obiectivele specifice, relevante și măsurabile, cu termene clare și cu rezultate care sunt monitorizate, analizate, îmbunătățite și raportate periodic.





DEFINIREA CONȚINUTULUI RAPORTULUI



GRI 102-46



Definirea conținutului acestui raport

Acesta este cel de-al cincilea raport de sustenabilitate al Lidl România. Încă de la primul exercițiu de raportare, am folosit cea mai cunoscută metodologie în domeniu și cea mai utilizată la nivel internațional – **Standardele GRI**. Pe măsură ce aceste standarde au fost actualizate, ne-am adaptat procesele, am colectat datele în formatele noi și am respectat cerințe tot mai complexe.

De aceea, urmărim cu interes stadiul elaborării de către EFRAG a standardelor europene pentru raportarea de sustenabilitate² (ESRS), astfel încât să ne putem adapta corespunzător mecanismele de colectare a datelor. În același timp, suntem foarte atenți la dezbaterile de la nivelul Uniunii Europene pe marginea Directivei privind raportarea de sustenabilitate³ (CSR-D) și a Regulamentelor pentru transpunerea în practică a acestei Directive și la schimbările legislative menite a susține planul Uniunii Europene pentru tranziția la un viitor verde.

Nu în ultimul rând, urmărim modul în care pachetul legislativ european va fi transpus în legislația națională, în concordanță cu obiectivele asumate de România prin Planul Național de Redresare și Reziliență⁴ (PNRR).

În ceea ce privește relația cu partenerii noștri, avem un schimb de informații constant și deschis cu aceștia. Ne ținem la curent stakeholderii printr-o multitudine de căi și mijloace, de la rapoarte de sustenabilitate la comunicate de presă, de la broșuri pentru clienți și website la aplicații mobile și portal Intranet pentru angajați. Încurajăm și organizăm schimburi de informații în cadrul unor evenimente cu participare largă sau întruniri în cadru restrâns. Prin opiniile experților, observațiile și criticile constructive pe care ni le transmit, stakeholderii noștri ne furnizează un feedback valoros, care este apoi integrat în activitatea pe care o desfășurăm.

GRI 102-43



² Sursa: EFRAG, comunicat pentru consultarea publică pe tema primelor proiecte de standarde europene pentru raportarea de sustenabilitate – <https://www.efrag.org/Assets/Download?assetUrl=%2Fsites%2Fwebpublishing%2FsiteAssets%2FPRESS%2520RELEASE%2520220429%2520FINALv.pdf> <https://www.globalreporting.org/standards/standards-development/>

³ Sursa: Consiliul Uniunii Europene – <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-6292-2022-INIT/en/pdf>

⁴ Sursa: Ministerul Investițiilor și Fondurilor Europene, PNRR – <https://mfe.gov.ro/pnrr/>



În plus, Lidl România se implică într-o serie de colaborări și rețele (amintite mai sus), participând la dialoguri și evenimente organizate de terțe părți.

De câte ori avem posibilitatea, analizăm relevanța pentru Lidl România a temelor legate de sustenabilitate. La intervale regulate de timp, dar cel puțin la fiecare doi ani, o astfel de analiză are loc sub forma unui proces consultativ dedicat raportului de sustenabilitate.

Am decis ca prezentul raport să respecte rezultatele procesului consultativ demarat la finalul anului 2020, respectiv să reflecte ceea ce stakeholderii consultați atunci au considerat a fi relevant pentru activitatea noastră. Informațiile care documentează atât procesul consultativ, cât și modul în care au fost identificate impacturile și temele materiale sunt explicate pe larg la pag. 8-11 ale raportului⁵ de sustenabilitate aferent anului financiar 2020.

Așadar, am considerat valide:

- ✓ răspunsurile primite din partea clienților (400 de persoane), angajaților (97), jurnaliștilor (10), furnizorilor (5), organizațiilor neguvernamentale (15) și factorilor decizionali (5);
- ✓ analiza impacturilor efectuată de responsabilii CSR din companie;
- ✓ opiniile exprimate în cele 11 interviuri individuale;
- ✓ validarea listei finale de teme materiale de către Echipa CSR și echipa de management a Lidl România.

Structura raportului nostru de sustenabilitate este neschimbată și reflectă fidel cele patru etape ale lanțului nostru valoric: Resurse, Lanțul de aprovizionare, Operațiuni, Clienți.



⁵ Sursa: Lidl România, Raport de sustenabilitate pentru anul financiar 2020 – <https://www.lidl.ro/ro/cataloge/raport-de-sustenabilitate-2020/view/flyer/page/10>



DESPRE
ACEST
RAPORT



TEMELE PREZENTATE ÎN RAPORT ALESE ÎN URMA
CONSULTĂRII CU STAKEHOLDERII



1

RESURSE

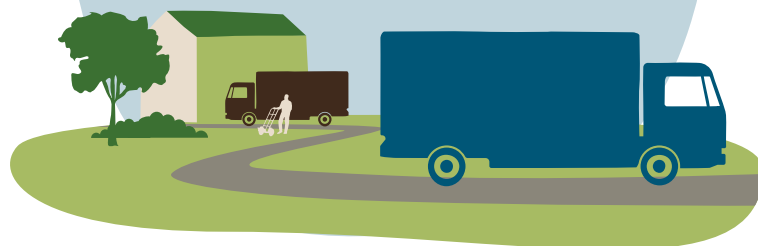


PROTEJAREA ECOSISTEMELOR

Apă dulce
Materii prime
Poluare
Biodiversitate

2

LANȚUL DE APROVIZIONARE (LA)



PROTECȚIA MEDIULUI PE LANȚUL DE APROVIZIONARE ȘI PROCESARE

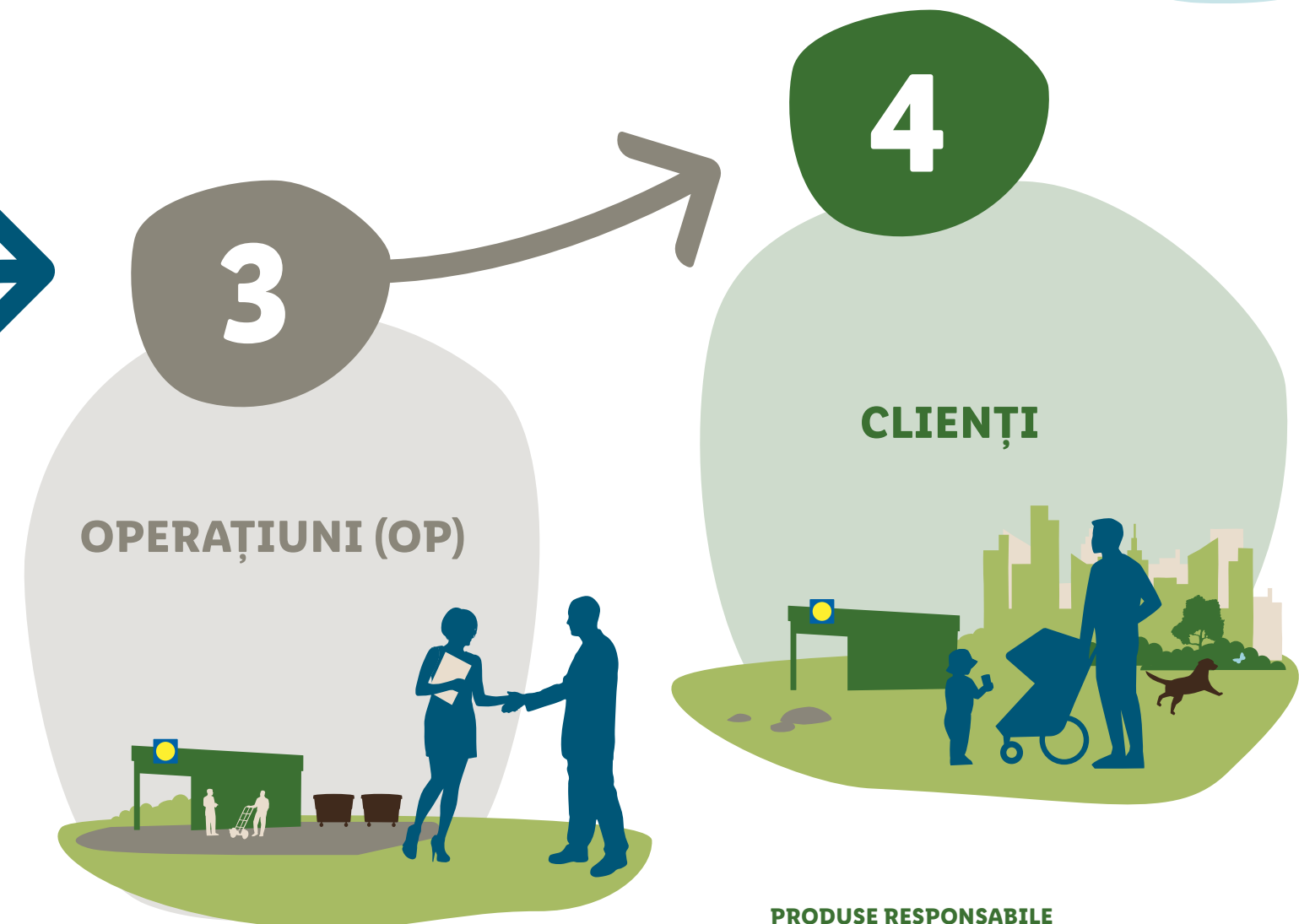
Protecția mediului (LA)
Conservarea resurselor (LA)
Transport (LA)
Economie circulară

DREPTURILE ANGAJAȚILOR DIN LANȚUL DE APROVIZIONARE ȘI PROCESARE

Remunerare echitabilă
Sănătate în muncă (LA)
Exploatarea copiilor prin muncă

DEZVOLTAREA PIEȚEI ȘI A FURNIZORILOR

Practici corecte de business



PROTECȚIA MEDIULUI ÎN CADRUL OPERAȚIUNILOR ȘI PROCESELOR LIDL ROMÂNIA

*Protecția mediului (OP)
Conservarea resurselor (OP)
Planificare și construcții
Risipa alimentară*

ANGAJAȚI

*Sănătatea și siguranța la locul de muncă (OP)
Drepturile angajaților
Remunerarea angajaților (OP)
Formarea și dezvoltarea angajaților*

PRODUSE RESPONSABILE

*Produse sustenabile
Furnizori locali
Produse de calitate și siguranța produselor*

TRANSPARENȚĂ LA PUNCTUL DE VÂNZARE

*Trasabilitate
Ingrediente și informații nutriționale
Etichetarea produselor*

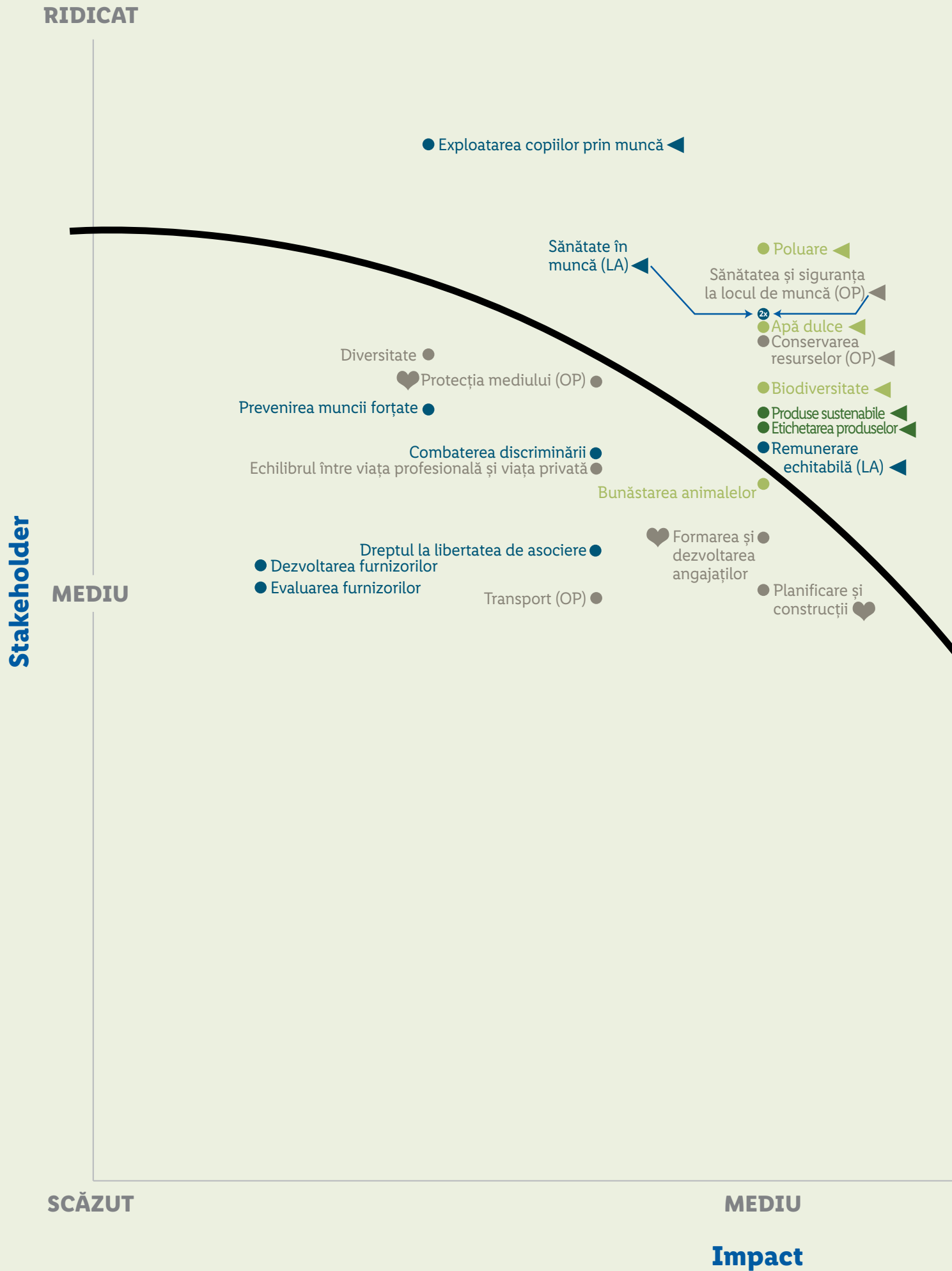
CREAREA DE VALOARE SOCIALĂ

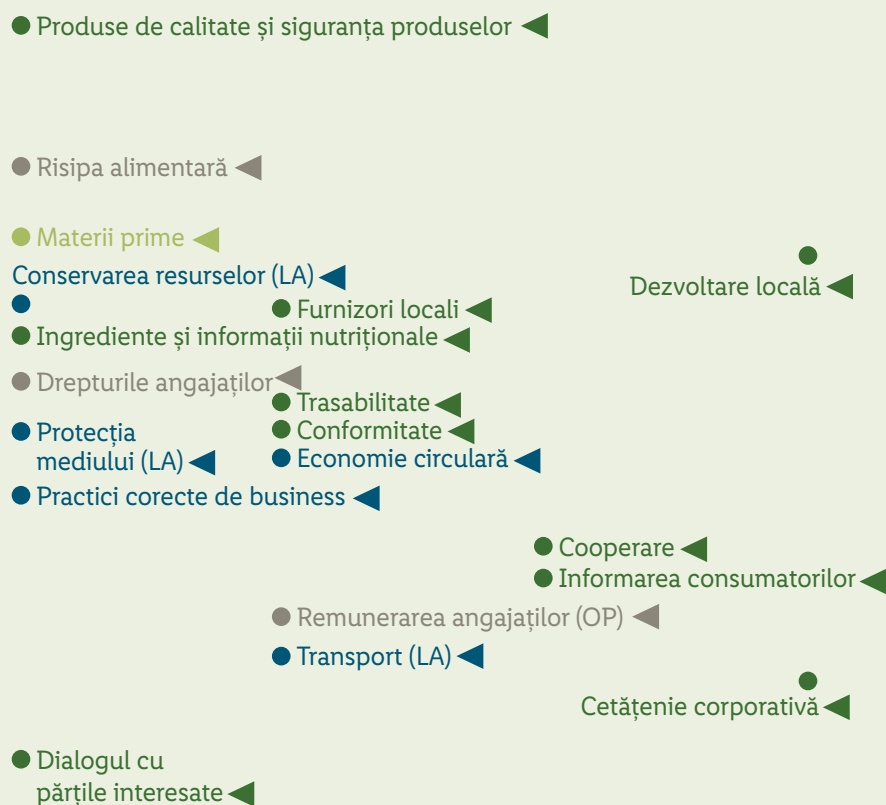
*Cetățenie corporativă
Conformitate
Dezvoltare locală*

Cooperare

COMUNICARE RESPONSABILĂ

*Dialogul cu părțile interesate
Informarea consumatorilor*





Legendă:

LA - LANȚUL DE APROVIZIONARE

OP - OPERAȚIUNI

♥ - TEME CU IMPACT
SEMNIFICATIV ÎN
OPERAȚIUNILE LIDL

◀ - TEME MATERIALE DE
INTERES MAJOR PENTRU
TOATE CATEGORIILE DE
STAKEHOLDERI

RESURSE

LANȚUL DE APROVIZIONARE

OPERAȚIUNI

CLIEȚI

RIDICAT

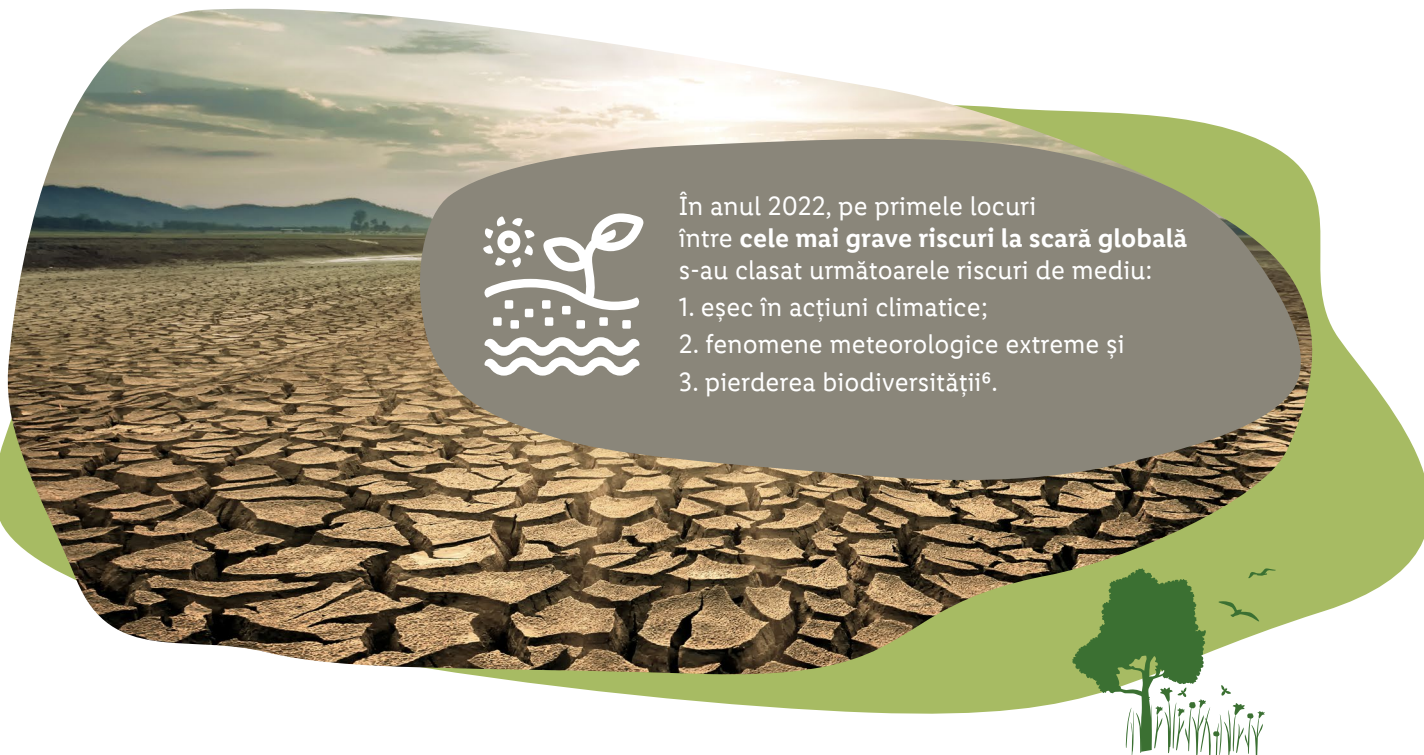




RESURSE

PROTEJAREA ECOSISTEMELOR

Apă dulce
Materii prime
Poluare
Biodiversitate



În anul 2022, pe primele locuri între **cele mai grave riscuri la scară globală** s-au clasat următoarele riscuri de mediu:

1. eșec în acțiuni climatice;
2. fenomene meteorologice extreme și
3. pierderea biodiversității⁶.

Prin ritmul în care consumăm resursele regenerabile, ca lemnul, apa dulce, solul, aerul, fauna și flora, precum și prin dependența aproape totală de resurse neregenerabile, precum combustibili fosili, metale și minerale rare și alte resurse materiale necesare pentru a ne susține modul de viață actual, **punem în pericol întregul ecosistem al planetei**. În prezent consumăm resurse ca și cum am avea la dispoziție aproape două planete Pământ și, dacă nu schimbăm nimic în modul în care producem și consumăm, în anul 2050 vom consuma resurse ca și cum am avea la dispoziție trei planete⁷.

Am expus pe larg în raportul nostru anterior motivele pentru care apa potabilă, materiile prime, poluarea și biodiversitatea sunt domenii relevante pentru activitatea Lidl în ansamblu. Am arătat cum principiile de sustenabilitate sunt integrate în modul nostru de operare, iar utilizarea cu responsabilitate a resurselor naturale epuizabile este analizată transparent de-a

lungul întregului lanț de aprovizionare și producție. De asemenea, am prezentat pașii urmați și măsurile specifice întreprinse cu privire la aceste 4 domenii materiale⁸.

Departamentul de achiziții marfă gestionează întreaga paletă de politici, inițiative și măsuri referitoare la impacturile generate în cele patru domenii deja menționate, în strânsă coordonare cu colegii noștri de la Lidl Stiftung. Astfel, **prin activitatea acestui departament**, avem șansa de a demara schimbări active, în vederea conservării materiilor prime și a biodiversității, în ceea ce privește utilizarea responsabilă a apei și protejarea climei.

În cele ce urmează, prezentăm principalele rezultate înregistrate în anul financiar 2021, schimbările la nivel de politici, unde au avut loc și obiectivele asumate pentru fiecare domeniu în parte.

⁶ Sursa: World Economic Forum, The Global Risks Report 2022 – <https://bit.ly/3wtZkZ7>

⁷ Sursa: Population Matters – <https://populationmatters.org/resources-consumption-and-global-footprint-network> – <https://www.footprintnetwork.org>

⁸ Sursa: Lidl România, Raport de sustenabilitate 2020 – <https://www.lidl.ro/ro/cataloge/raport-de-sustenabilitate-2020/view/overview/page/20>



Apă dulce

Consumul de apă generat de operațiunile noastre, dar și de activitățile agricole, de prelucrarea ulterioară și de activitatea de aprovizionare, precum și poluarea potențială a apei rămân cele două riscuri asupra cărora ne concentrăm atenția în ceea ce privește acest domeniu. Politica noastră privind consumul responsabil de apă în achiziția de mărfuri⁹ este în continuare valabilă pentru modul în care apa este utilizată în producția și prelucrarea grupurilor noastre de produse alimentare, fructe și legume, flori și plante, articole near-food și nealimentare.

Am continuat să ne concentrăm eforturile pe acțiunile care s-au dovedit eficace în ceea ce privește consumul responsabil de apă. Astfel, am continuat identificarea acelor certificări cu contribuție pozitivă în utilizarea apei ca resursă, colaborarea cu furnizori cu certificări în domeniu și creșterea numărului de produse certificate din cadrul sortimentului nostru de articole.

Informații referitoare la consumul responsabil și diminuarea pierderilor potențiale de apă în operațiunile noastre se găsesc în acest raport în secțiunea Conservarea resurselor din capitolul Protecția mediului în cadrul operațiunilor și proceselor Lidl România, de la pag. 42.

Certificări și etichete de sustenabilitate prezente pe articole comercializate de Lidl:



BIO



Fairtrade



Rainforest Alliance

(<https://www.rainforest-alliance.org/>)



**ALLIANCE FOR
WATER STEWARDSHIP**

**Alliance for Water Stewardship
(AWS)**



GLOBALG.A.P.

GlobalG.A.P. SPRING

⁹ Sursa: website-ul Lidl – <https://www.lidl.ro/ro/cataloge/politica-lidl-consum-responsabil-apa-2021/view/flyer/page/1>



Materii prime

Prelucrarea ulterioară a produselor agricole primare și procesele de producție și transport care derivă din acestea au impact ecologic și social. **Dorim să ne asigurăm că standardele de mediu și sociale sunt îmbunătățite pas cu pas.** În acest scop, prin parteneriate cu furnizorii, reducem utilizarea materiilor prime ori de câte ori este posibil și încorporăm conceptul de **reciclare** în procesele noastre de producție. Prin angajamentul său, Lidl România lucrează, de asemenea, pentru îmbunătățirea condițiilor de viață și de muncă ale oamenilor din țările producătoare, care a fost consolidată, printre altele, de aderarea Grupului Schwarz la Pactul Global al ONU¹⁰.

Prin procese de achiziție responsabilă de materii prime și prin acțiuni de susținere a producătorilor în cultivarea sustenabilă a acestora, reușim să contribuim la diminuarea efectelor negative asupra oamenilor și planetei.

Preocuparea pentru achiziționarea unor produse agricole cu impact negativ redus a fost prezentă în activitatea noastră de mai mulți ani, iar ea transpare și în Politicile pentru un sortiment responsabil, care încorporează atât măsurile, cât și obiectivele noastre în achiziționarea sustenabilă a următoarelor materii prime: cacao, cafea, ceai, flori și plante, ouă, pește și crustacee și produse derivate, ulei de palmier¹¹, lemn, hârtie și ambalaje care conțin celuloză.

În plus, la finalul anului fiscal 2021, am publicat Politica de achiziții privind materiile prime, în care sunt prezentate strategia Lidl pentru materiile prime și obiectivele pe care și le-a asumat în ceea ce privește materiile prime critice și certificările acestora. La fel precum celelalte politici ale noastre, și acest document este public, pe website-ul companiei¹².



Suntem în curs de atingere a celor 3 obiective anunțate în rapoartele anterioare, până la finalul anului 2022:

- ✓ atingerea unei rate de certificare de **50%** a materiilor prime pentru ceaiurile din plante și fructe, prin certificările UTZ/ Rainforest Alliance, Fairtrade sau BIO;
- ✓ obținerea unei certificări de **100%** a materiilor prime pentru ceaiul verde, negru și rooibos, atestate prin etichetele UTZ/ Rainforest Alliance, Fairtrade sau BIO, cu condiția ca materia primă să fie disponibilă în locul de origine, la calitatea dorită;
- ✓ utilizarea în producția alimentelor marcă proprie numai a uleiului (din sămburi) de palmier segregat conform certificării RSPO¹³.



¹⁰ Sursa: UN Global Compact – <https://www.unglobalcompact.org>

¹¹ Sursa: website-ul Lidl – <https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/politici-sortiment>

¹² Sursa: website-ul Lidl – <https://www.lidl.ro/ro/catalogue/politica-de-achizitii-privind-materiile-prime/view/flyer/page/1>

¹³ Sursa: website-ul Roundtable on Sustainable Palm Oil – <https://rspo.org/certification>

Referitor la certificarea cacauei, încă de la finalul anului 2020, Lidl România a folosit cacao certificată în proporție de 100% în toate produsele marcă proprie ce conțin cacao. Organismele de certificare agreate sunt: UTZ, Rainforest Alliance, Fairtrade, Fairtrade Cocoa Programme și BIO.



(<https://www.rainforest-alliance.org/de/utz/>) (<https://www.rainforest-alliance.org/>)

Din iulie 2020, certificarea UTZ a fost integrată sub umbrela Rainforest Alliance și militează pentru aceleași obiective.



De asemenea, ne propunem ca, până la finalul anului 2022, ingredientul cacao din tabletele de ciocolată din sortimentul permanent să fie certificat Fairtrade Cocoa Programme.



Poluare

Impacturile nefaste ale poluării asupra sănătății se manifestă în special în rândul celor mai vulnerabili dintre noi: copii, persoane în vârstă sau care suferă de diferite afecțiuni cronice, persoane cu dizabilități sau care trăiesc în condiții socioeconomice precare. De aceea, în Planul de acțiune al UE „Către reducerea la zero a poluării aerului, apei și solului”, reducerea poluării este considerată și o măsură de asigurare a egalității și echității sociale¹⁴.

Exploatarea solului în activitățile agricole reprezintă una dintre sursele de poluare atât a surselor de apă existente, cât și a solului, iar legătura noastră cu aceste efecte nedorite provine din faptul că punem la raft produse care utilizează ingrediente obținute din agricultură.

Fiind conștienți de responsabilitatea pe care o avem în acest domeniu, reducerea considerabilă a substanțelor de protecție a culturilor în activitățile agricole a fost un obiectiv pe care ni l-am asumat încă de la intrarea noastră pe piața din România. Limita de referință, stabilită în mod voluntar împreună cu producătorii noștri de legume și fructe, a fost de la început o treime din maximul legal admis pentru orice reziduuri de ingrediente active.

În raportul anterior, la pag. 24, am prezentat programul Lidl de reducere a utilizării produselor pentru protecția culturilor, prin care am întocmit și publicat o listă a ingredientelor active pentru fructe și legume proaspete¹⁵.

Am continuat eforturile de colaborare cu furnizorii noștri de fructe și legume pentru ca în final să ajungem ca utilizarea acestor substanțe să fie în totalitate evitată. Adoptarea schemei de tratament și identificarea celor mai adecvate variante de cultivare a plantelor fără a utiliza aceste substanțe necesită timp. Vom continua să urmărim, prin analize de laborator, fiecare produs, până vom ajunge să atingem obiectivul comun stabilit împreună cu partenerii noștri în acest efort.



¹⁴ Sursa: Comisia Europeană – https://ec.europa.eu/environment/pdf/zero-pollution-action-plan/communication_en.pdf

¹⁵ Sursa: website-ul Lidl – <https://www.lidl.ro/catalogue/raport-de-sustenabilitate-2020/view/overview/page/26>



Biodiversitate

Cum arătam la începutul acestui capitol, pierderea biodiversității este percepută în 2022 ca al treilea risc major la scară planeteară pentru următorii 10 ani.

În prezent, amprenta noastră ecologică arată că, pentru a asigura conservarea în mare măsură a biodiversității actuale de pe glob, este necesar ca specia umană să renunțe să mai folosească peste jumătate din planetă¹⁶ ¹⁷. Fie și numai pentru asigurarea conservării ariilor protejate în prezent, este necesară o voință politică și socială care să tranșeze orice interese de ordin financiar de moment.

În ceea ce privește biodiversitatea, impacturile semnificative sunt generate, în special, la nivelul cultivatorilor de legume și fructe. Căutăm să-i sprijinim activ pe furnizorii noștri de legume și fructe în obținerea certificării GLOBALG.A.P. În plus, căutăm să extindem sortimentul nostru de articole organice și să dezvoltăm în continuare marca proprie BIO Organic. Prin aceste eforturi, reușim să susținem agricultura sustenabilă, certificată și care asigură o utilizare responsabilă a solului și protejarea ecosistemelor naturale.

Comparativ cu capacitatea de regenerare a planetei noastre, amprenta ecologică a speciei umane a crescut cu 140% față de anul 1961, iar deficitul ecologic se traduce în distrugerea capitalului natural la nivelul tuturor speciilor, precum și în acumularea de gaze de seră, care conduc la modificări climatice cu efecte dezastruoase asupra ecosistemului planetei¹⁸.



¹⁶ Sursa: <https://www.footprintnetwork.org/biodiversity/>

¹⁷ Sursa: <https://www.half-earthproject.org/discover-half-earth/#why-half>

¹⁸ Sursa: <https://www.footprintnetwork.org/biodiversity/>



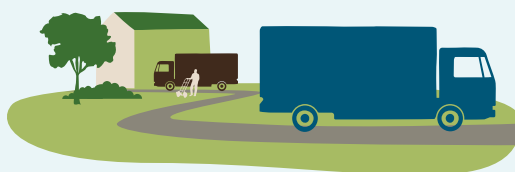
GLOBALG.A.P.

În prezent, toți furnizorii noștri locali de fructe și legume sunt certificați GLOBALG.A.P.

În perioada de raportare, alături de GLOBALG.A.P. și specialiști din domeniul alimentar și din agricultură, **am continuat elaborarea primului standard agricol pentru protejarea și conservarea biodiversității în producția convențională de fructe și legume.** Acest standard va suplimenta certificarea GLOBALG.A.P. Detalii privind acest standard vom include în următoarele noastre rapoarte de sustenabilitate.







LANȚUL DE APROVIZIONARE

PROTECȚIA MEDIULUI PE LANȚUL DE APROVIZIONARE ȘI PROCESARE

Protecția mediului (LA)
Conservarea resurselor (LA)
Transport (LA)
Economie circulară

DREPTURILE ANGAJAȚILOR DIN LANȚUL DE APROVIZIONARE ȘI PROCESARE

Remunerare echitabilă
Sănătate în muncă (LA)
Exploatarea copiilor prin muncă

DEZVOLTAREA PIEȚEI ȘI A FURNIZORILOR

Practici corecte de business



PROTECȚIA MEDIULUI PE LANȚUL DE APROVIZIONARE ȘI PROCESARE

Tipurile de impact pe care activitățile economice le au asupra obiectivelor climatice asumate de Uniunea Europeană prin Pactul verde european¹⁹ sunt în prezent analizate cu atenție de forurile de profil și fac obiectul unor regulamente deja aprobate sau în curs de elaborare.

Dintre acestea, amintim Regulamentul delegat (UE) 2021/2139²⁰ al Comisiei Europene, prin care se urmărește stabilirea unor criterii tehnice pe baza cărora să se poată examina dacă și care dintre activitățile economice contribuie sau nu la atenuarea schimbărilor climatice sau la adaptarea la aceste schimbări. Odată identificate, activitățile economice care au cel mai mare potențial de a reduce semnificativ emisiile de gaze cu efect de seră sau care sunt favorabile biodiversității vor fi încurajate și susținute.

Avem, așadar, toate motivele pentru a continua să ne reconfigurăm procesele și să ne propunem obiective ambițioase în ceea ce privește protecția mediului pe lanțul de aprovizionare și distribuție.



Protecția mediului (LA)

Schimbările climatice sunt principala provocare de mediu a vremurilor noastre. Pentru a menține efectele acestor schimbări la niveluri gestionabile de către generațiile viitoare, comunitatea globală trebuie să ia rapid măsuri pentru a le combate cauzele. Așa cum s-a agreat în 2015, în cadrul Acordului climatic de la Paris, și s-a confirmat ulterior la COP26 de la Glasgow, în 2021, statele lumii au convenit, pe baza argumentelor științifice, să limiteze creșterea temperaturii globale la cât de mult posibil sub 2 grade Celsius sau, în cel mai bun caz, la 1,5 grade Celsius. Lidl România susține acest obiectiv.

Este ceea ce urmărește și Uniunea Europeană prin Pactul verde european – planul Comisiei UE de a face economia UE mai sustenabilă: până în 2050, Europa ar trebui să devină neutră din punct de vedere climatic. Îndeplinirea acestui obiectiv înseamnă că emisiile de gaze cu efect de seră (GES) trebuie să fie aproape de zero până în 2050. Prin activitățile lor, oamenii și companiile pot influența evoluția schimbărilor climatice; pentru a atinge obiectivele climatice, trebuie să folosească această influență și să își reducă semnificativ impacturile negative.

Lidl România se dedică obiectivelor Acordului climatic de la Paris și a elaborat o procedură clară în acest sens. Aceasta include, ca prim pas, calcularea emisiilor de GES (dioxid de carbon – CO₂, metan – CH₄, protoxid de azot – N₂O, hexafluorură de sulf – SF₆, hidrofluorocarburi – HFC, perfluorocarburi – PCF și trifluorură de azot – NF₃) din amprenta noastră de mediu. Pe baza acestui calcul se poate monitoriza cantitatea exactă de emisii de gaze cu efect de seră de care compania se face responsabilă.

Cantitatea de gaze cu efect de seră emise ne oferă fundamentul managementului climatic, și anume analiza potențialului de reducere. Amprenta de carbon ne permite să identificăm potențialul de reducere, să revizuiem eficacitatea măsurilor noastre și să documentăm progresul în atingerea obiectivelor noastre climatice.

Cea mai mare parte a amprentei de carbon a companiei (aproape 85%) provine din procesul de producție a articolelor noastre. Dar producem emisii și ca urmare a activităților din propriile magazine, centre logistice, clădiri de servicii și prin flota noastră de vehicule. Avem o mare influență asupra acestor emisii directe de GES și le putem evita sau reduce direct prin măsurile noastre. Compensăm emisiile inevitabile de GES de tip Scope 1 și Scope 2 cu proiecte certificate de protecție a climei.

Discuțiile pe care le-am purtat cu furnizorii noștri în ultimii ani au avut, printre altele, două subiecte constante: **reducerea impacturilor negative semnificative din lanțul de aprovizionare și producție** care ni se datorează, prin relațiile de afaceri, și alinierea practicilor furnizorilor la standardele cu care operăm.

Preocuparea noastră este de a identifica ex-ante efectele asupra mediului pe care le are fiecare stadiu al activităților agricole și de producție, astfel încât să le putem reduce și/ sau remedia, după caz. Este un proces complex, cu atât mai mult cu cât furnizorii noștri operează în regiuni diferite, cu grade diferite de dezvoltare, cu acces diferit la infrastructură și cu un apetit diferit pentru adaptarea rapidă la noile politici și proceduri din domeniul protecției mediului.

¹⁹ Sursa: website-ul Comisiei Europene, A European Green Deal – https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en

²⁰ Sursa: Portalul legislativ al Uniunii Europene – <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=CELEX:32021R2139>

În raportul nostru anterior, la pag. 28, am explicat mecanismele noastre de diligență, măsurile pe care le-am avut în vedere de-a lungul timpului, aspectele pe care le considerăm prioritare.

De asemenea, Politicile noastre pentru un sortiment responsabil sunt disponibile pe website-ul nostru, la <https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/politici-sortiment>. Dintre acestea, amintim în special Politica privind diligența antreprenorială și protecția mediului, care include atât obiectivele pe care ni le-am stabilit până în 2025, cât și informații despre cum evaluăm și gestionăm riscurile de mediu în lanțul de aprovizionare și producție. Documentul, care, alături de Codul de conduită Lidl²¹, stă la baza colaborării cu furnizorii

noștri, este disponibil la <https://www.lidl.ro/ro/cataloge/politica-lidl-diligenta/view/flyer/page/1>

Nu în ultimul rând, în capitolul Resurse din raportul nostru anterior²², precum și în capitolul cu același titlu al prezentului document (vezi pag. 22) am inclus detalii relevante despre modul în care gestionăm temele materiale Apă dulce, Materii prime, Poluare și Biodiversitate.

Față de perioada anterioară de raportare, nu au existat schimbări nici în modul în care această temă este gestionată de Lidl România, nici în politicile și procedurile aferente.



Conservarea resurselor (LA)

Programul Națiunilor Unite pentru Mediu²³ (UNEP) avertizează că, în ritmul actual de consum și de producție, până în 2050 vom avea nevoie de peste 183 de miliarde de tone de materiale în fiecare an. Cu o populație mondială în creștere, eforturile necesare susținerii unui astfel de consum trebuie să vizeze măsuri de o eficiență nemaiîntâlnită. Acestea, pe de o parte, trebuie gândite astfel încât să satisfacă nevoile evidente; pe de altă parte, însă, trebuie avute mereu în vedere riscurile asociate: degradarea mediului, respectiv dezechilibrele economice și sociale cauzate de conflicte și de disfuncționalități inerente apărute în lanțurile de aprovizionare și producție.

Pornind de la premisa că în construirea unei societăți și a unei economii sustenabile companiile joacă un rol important, Comisia Europeană a adoptat în februarie 2022 o propunere²⁴ de directivă pentru procesul de **due diligence** în sustenabilitate. Scopul acestei inițiative legislative este de a întări comportamentul

responsabil și sustenabil în lanțurile globale de valoare.

Odată intrată în vigoare, directiva va obliga companiile să-și identifice și, în măsura în care este necesar, să prevină, stopeze sau remedieze efectele adverse pe care activitatea lor o are asupra drepturilor omului și a mediului (de exemplu, ca urmare a poluării și a pierderilor la nivelul biodiversității).

Politicile noastre pentru un sortiment responsabil, cum ar fi cele pentru flori și plante, ouă, pește etc. nu au suferit modificări față de perioada anterioară de raportare. Documentele, care pot fi accesate pe website-ul nostru, la <https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/politici-sortiment>, alături de rapoartele noastre de sustenabilitate (disponibile la <https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/rapoarte-csr>), precum și de paginile raportului de față reprezintă atât dovezi ale preocupărilor noastre, cât și acțiuni și rezultate concrete care le susțin.

Conservarea resurselor ne preocupă de foarte mulți ani, pentru că activitatea noastră poate deveni vulnerabilă în fața volatilității prețurilor și a efectelor schimbărilor climatice (degradarea solului, lipsa apei ca resursă esențială), putând pune în pericol continuitatea în aprovizionare.



²¹ Sursa: website-ul Lidl România, Codul de conduită Lidl – <https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/codul-de-conduita>

²² Sursa: Lidl România, Raport de sustenabilitate 2020 – <https://www.lidl.ro/ro/cataloge/raport-de-sustenabilitate-2020/view/flyer/page/1>, pag. 28.

²³ Sursa: UNEP, Document de prezentare pentru SDG12 – Consum și producție responsabile – https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/25764/SDG12_Brief.pdf?sequence=1&isAllo

²⁴ Sursa: Comisia Europeană, Reguli pentru o economie justă și sustenabilă – https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_1145



Transport (LA)

Conform Regulamentului²⁵ delegat 2021/2139 al Comisiei Europene, decarbonizarea activității de transport (flotă și infrastructură), care la nivelul Uniunii Europene generează aproximativ 23% din totalul emisiilor de gaze cu efect de seră, are un rol semnificativ în atenuarea efectelor schimbărilor climatice.

Activitatea noastră generează impacturi semnificative atât prin mărfurile care trebuie transportate, cât și prin numărul mare de angajați și lucrători (proprii sau ai furnizorilor) care se deplasează zilnic în interesul serviciului.

Transportul este, așadar, unul dintre aspectele pe care le analizăm și reevaluăm constant la nivelul

organizației, dar și împreună cu furnizorii de servicii de profil. **Căutăm mereu soluții pentru reducerea emisiilor poluante, pentru optimizarea rutelor și a încărcăturii și facem analize comparative între mai multe moduri de transport, astfel încât mișcările de bunuri să fie cât mai nepoluante posibil.**

Am prezentat în rapoartele noastre anterioare de sustenabilitate cum a evoluat în timp flota de camioane cu care operăm. Diferențele sunt notabile și merită evidențiată disponibilitatea transportatorilor de a se alinia standardelor noastre de combatere a poluării. Măsurile privind normele de poluare a camioanelor contractate au fost transpuse în planurile de achiziții, noii transportatori fiind aleși în funcție de tipurile de motoare și de principiile pe care trebuie să le respecte.

	2020	2021
Număr de furnizori de servicii de transport	27	27
Număr total de camioane utilizate	198	221
Motoare Euro6	30,8%	39,37%
Motoare Euro5	69,2%	60,63%
Emisii totale* în tone CO ₂ (camioane)	33.091	39.051

* Factorul mediu de emisie este 3,1859 kg CO₂/l și este calculat utilizând studiul „well-to-wheel” (de la sursa de combustibili la vehicul).

²⁵ Sursa: Portalul legislativ al Uniunii Europene – <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=CELEX:32021R2139>

În acest moment, flota de transport este formată 100% din camioane echipate cu motoare Euro5 și Euro6. Este unul dintre rezultatele importante obținute de noi în perioada de raportare. Pentru a asigura continuitatea acestor rezultate, verificăm constant procesele ce țin de transport. În plus, **efectuăm anual o analiză pentru a urmări cum sunt folosite camioanele în activitatea de transport și pentru a remedia eventualele disfuncționalități, găsind soluții alternative.**

O altă soluție pentru transport sustenabil este contractarea serviciilor de transport cu ajutorul a 14 camioane CNG (gaz natural comprimat), pe care ne propunem să le vedem operând la capacitate maximă în cursul anului financiar 2022. Suplimentar, am început demersurile pentru montarea stației CNG



la noul nostru centru logistic din Fundeni, județul Călărași, care va deveni operațional în următorul an financiar. Pentru anul financiar 2022 ne propunem să avem în flota de transport marfă un prim camion 100% electric.

Un alt pas în sensul decarbonizării activității de transport este optimizarea rutelor. Soluția digitală Quintiq, la care ne-am referit și în raportul nostru anterior, ne indică permanent informațiile necesare: care este eficiența proceselor de transport, ce rată de utilizare a camioanelor avem și care sunt timpii de livrare. Pe baza lor, luăm măsuri pentru ca impactul negativ asupra mediului să fie redus. Printre acestea se numără cuplarea livrărilor către magazinele apropiate ca distanță, pentru a permite o planificare optimă a curselor din punctul de vedere al kilometrilor parcurși, precum și asigurarea unui grad maxim de încărcare cu marfă a camioanelor, pentru ca fiecare cursă să fie eficientă.

	2020	2021
Distanța medie depozit/ magazin (km)	115	119

Creșterea distanței medii de transport depozit/ magazin față de anul anterior este motivată de expansiunea continuă. **Odată cu deschiderea noului nostru depozit din Fundeni, distanța medie se va reduce.**



Principiul „a nu aduce prejudicii semnificative” este esențial într-o economie circulară.

Ca parte a Grupului Schwarz, Lidl și-a luat angajamentul, conform strategiei REset Plastic a grupului, ca până în 2025 să reducă cu 20% cantitatea de plastic din ambalajele produselor marcă proprie și să ia măsuri astfel încât toate ambalajele produselor marcă proprie să fie în proporția maximă posibilă reciclabile. De asemenea, ne-am propus să folosim în medie 25% material reciclat în ambalajele din plastic ale produselor noastre marcă proprie. De aceea, în 2018, am semnat la nivel de grup Angajamentul global al noii economii a materialelor plastice al Fundației Ellen MacArthur.

Între 4,8 și 12,7 milioane de tone de plastic²⁶ sfârșesc în fiecare an în apele mărilor și oceanelor, avertizează Programul Națiunilor Unite pentru Mediu (UNEP). În același interval de timp sunt generate 40 de milioane de tone de deșeuri electronice, acestea putând afecta sever atât ecosistemele, cât și sănătatea, ba chiar și viața celor din așezările populate.

Viziunea noastră: Mai puțin plastic – închiderea buclei.

Economia liniară este echivalentă cu utilizarea inefficientă a resurselor, motiv pentru care toate eforturile noastre sunt îndreptate spre evitarea sau/ și reducerea generării de deșeuri. Atunci când evitarea nu este posibilă, uneori inclusiv din motive legislative, intervenim prin măsuri care să ne ajute să ne îndeplinim obiectivele asumate prin strategia privind economia circulară.

În anul financiar acoperit de acest document, ne-am atins obiectivul de a nu mai folosi plastic negru la ambalarea produselor marcă proprie negociate local și am crescut capacitatea acestor ambalaje de a fi reciclate.

²⁶ Sursa: UNEP – https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/25764/SDG12_Brief.pdf?sequence=1&isAll



LANȚUL DE APROVIZIONARE

În cazul roșiilor cherry 250 g și al celor cocktail cu ciorchine 300 g, au fost îmbunătățite toate ambalajele, prin utilizarea de material reciclat sau prin trecerea la un tip de ambalaj din material reciclabil. Clienții noștri găsesc acum, pe spatele fiecărui ambalaj, o mențiune specială în acest sens.

Începând cu anul financiar 2021, am început să ambalăm 73 dintre produsele noastre din carne proaspătă (carne de pui, curcan, vită, oaie și porc, carne mix) de la furnizorii români în **caserole fabricate folosind semnificativ mai puțin plastic și cu o capacitate de a fi reciclate în proporție maximă.**

Caserolele beneficiază de un design inovator, cu folie de tip easy-open, pentru o desigilare facilă, și păstrează produsele din interior într-o atmosferă protejată, tehnologie ce extinde durata de valabilitate a alimentelor. Mai mult decât atât, caserolele integrează o serie de alveole sub formă de fagure ce colectează lichidul din carne și o serie de proeminențe cilindrice care împiedică contactul direct al produsului cu lichidul, contribuind la păstrarea unei culori uniforme a cărnii și la păstrarea proprietăților acesteia pentru un timp mai îndelungat. De aceea, am renunțat complet la utilizarea absorbantului în ambalajul produselor din carne de pui și curcan de la furnizorii locali, odată cu introducerea noului tip de caserolă. Pentru produsele din carne roșie (vită, oaie și porc), care conțin o cantitate mai mare de lichid, am optat pentru înlocuirea absorbantului clasic cu un nou tip de absorbant celulozic, care are capacitatea de a fi reciclat.



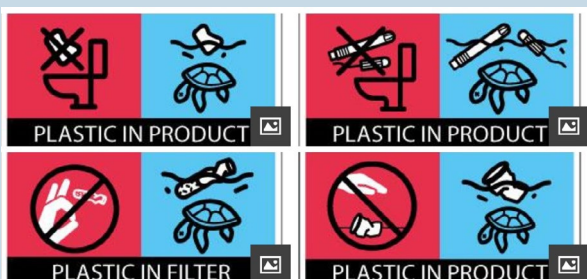
-200 TONE

plastic în caserole
pentru carne proaspătă



Astfel, ca urmare a acestei modificări, în perioada de raportare am redus cantitatea de plastic folosită cu 200 de tone, iar cea de absorbant cu 49 de tone, noile ambalaje putând fi colectate cu celelalte deșeuri din plastic și reciclate în proporție maximă.

Trei produse de carne de vită sunt, din anul financiar 2021, ambalate în carton plat (flatboard) (în loc de caserolă de plastic), ceea ce reprezintă o reducere cu 36% a cantității de plastic pe acest segment.



Pentru a-i ajuta pe clienții noștri să ia decizii de cumpărare informate și responsabile, produsele noastre marcă proprie care au în conținutul lor plastic, cum sunt cele din gama de articole de igienă pentru femei, produse din tabac, șervețelele (de exemplu, cele umede, antibacteriene, cele pentru șters mobilă și cele pentru bebeluși), dar și iaurtul de băut 2% Pilos sunt marcate cu acest logo de atenționare, ca urmare a directivei SUP²⁷.

Printre alte inițiative se numără ambalajul reciclabil pentru plantele aromatice și sacoșul Lidl, care este produsă din plastic provenit din activitatea Lidl, colectat și reciclat.



²⁷ Sursa: Portalul oficial al Uniunii Europene. Directiva UE 2019/904 privind reducerea impactului anumitor produse din plastic asupra mediului (cunoscută și ca Directiva SUP). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=celex%3A32019L0904>

Pentru că în viitor va intra în vigoare sistemul de garanție-returnare pentru PET, doze de aluminiu și sticlă, urmează să marcăm aceste ambalaje cu un logo specific, care urmează a fi creat de către autoritățile responsabile.



De asemenea, în iulie 2021 am introdus în sortimentul nostru de produse marcă proprie și produse neutre din punct de vedere climatic, aliniindu-ne astfel eforturile de îndeplinire a obiectivelor asumate în Acordul climatic de la Paris, prin aderarea Grupului Schwarz la Inițiativa Obiectivelor Bazate pe Știință (Science Based Targets initiative - SBTi) – așa cum este detaliat la pag. 30 a acestui raport.



Totodată, pentru a sensibiliza clienții cu privire la importanța consumului responsabil de apă și a oferi recomandări despre cum poate fi economisită apa în gospodărie, și nu numai, am introdus eticheta „Save Water” pe ambalajul produselor de igienă marcă proprie selectate.

DREPTURILE ANGAJAȚILOR DIN LANȚUL DE APROVIZIONARE ȘI PROCESARE



Remunerare echitabilă

Un salariu care asigură un nivel de trai decent reprezintă o condiție necesară pentru o viață demnă. Acesta este unul dintre motivele pentru care companiile sunt responsabile să garanteze un nivel de remunerare adecvat, corect și echitabil pentru fiecare angajat. În plus, garantarea unui astfel de venit reprezintă fundamentul unei relații de muncă bazate pe încredere și respect între angajat și angajator.

În condițiile în care provocările asociate perioadei de pandemie au persistat de-a lungul anului 2021 și vor continua să influențeze negativ economia globală²⁸, este de așteptat ca disparitățile socioeconomice prepandemice să se extindă și să se adâncească. Estimările la nivel mondial indică cu 51 de milioane mai mulți oameni care vor trăi în sărăcie extremă, comparativ cu datele prepandemice²⁹. Chiar și cei angajați în câmpul muncii se confruntă cu provocări în menținerea traiului zilnic. Datele Comisiei Europene

arată o lipsă a accesului la beneficii sociale (ajutor de șomaj, alocații pentru creșterea copilului, alocație în caz de boală etc.) în rândul a 40% din lucrătorii cu normă parțială și a 32% dintre cei cu normă întreagă³⁰.

În aceste condiții, asigurarea unei remunerări echitabile pe lanțul de aprovizionare rămâne o arie relevantă, ținând cont și de faptul că ne bazăm pe furnizori și producători în desfășurarea operațiunilor noastre.

²⁸ Sursa: World Economic Forum, The Global Risks Report 2022 – <https://bit.ly/3wtZkZ7>

²⁹ Idem 2.

³⁰ Sursa: Eurofound (2022), Living and working in Europe 2021, Publications Office of the European Union, Luxembourg – https://www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef_publication/field_ef_document/ef22029en.pdf



Aspectele relevante cu privire la remunerarea echitabilă în lanțul de aprovizionare sunt cuprinse în Politica noastră privind diligența antreprenorială pentru respectarea drepturilor omului și a mediului înconjurător în achiziția de mărfuri. Documentul este public, pe site-ul companiei: <https://www.lidl.ro/ro/cataloge/politica-lidl-diligenta/view/flyer/page/1>

În raportul nostru anterior am prezentat pe larg atât tipurile de riscuri (referitoare la drepturile omului și mediu) identificate în analiza lanțului nostru de producție și aprovizionare, criteriile și indicatorii utilizați în cuantificarea acestora, cât și modul în care le gestionăm, **în vederea eliminării și reducerii efectelor negative actuale și potențiale**. Am detaliat definițiile cu care operăm în acest domeniu, precum și obiectivele asumate.³¹

Continuăm să facem parte atât din rețeaua internațională amfori BSCI³², cât și din inițiativa ACT (Acțiune Colaborare Transformare)³³, sprijinind astfel obiectivele voluntare asumate prin aceste platforme de a ne asigura că furnizorii noștri de produse nealimentare respectă dreptul lucrătorilor la venituri care să le asigure existența, respectiv de a susține practicile de achiziție responsabilă din industria textilă din țările producătoare.

Pentru a atinge egalitatea de gen la nivel global, în ritmul actual de progres, va fi nevoie de 135,6 ani, conform celor mai recente date³⁴. Una dintre discrepanțele majore care derivă din inegalitatea de gen, existentă încă pe fiecare continent și în fiecare țară, o reprezintă diferența de remunerare între femei și bărbați. Acest aspect a fost identificat ca fiind potențial și pe câteva segmente, de exemplu materii prime, prelucrare/procesare, din lanțul nostru de aprovizionare.

Pentru a aborda în mod sistematic acest efect advers și a limita în mod adecvat apariția și prezența sa în rândul partenerilor noștri comerciali și a subcontractanților acestora, în perioada de raportare am actualizat Politica noastră de achiziții cu privire la egalitatea de gen în

lanțul de aprovizionare³⁵. În acest mod, **ne asigurăm că există cadrul în care furnizorii noștri își pot ancora și alinia propriile practici cu principiile egalității de gen, inclusiv în ceea ce privește remunerarea**. În ceea ce privește obiectivele asumate la nivel internațional și incluse în Politica de diligență antreprenorială, până în anul 2025, Grupul Lidl s-a angajat să efectueze în fiecare an câte 3 evaluări de impact asupra drepturilor omului (HRIA) în lanțul de aprovizionare și să facă publice rezultatele acestora. Până în prezent, a fost efectuată o astfel de evaluare, referitoare la lanțul de aprovizionare cu fructe de pădure (inclusiv căpșune).



³¹ Sursa: Lidl România, Raport de sustenabilitate 2020, pag. 34-35 - <https://www.lidl.ro/ro/cataloge/raport-de-sustenabilitate-2020/view/overview/page/36>

³² Sursa: amfori BSCI - <https://www.amfori.org/sites/default/files/amfori-2020-03-05-amfori-BSCI-code-of-conduct.pdf>

³³ Sursa: World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) - <https://humanrights.wbcd.org/project/action-collaboration-transformation-act-initiative/>

³⁴ Sursa: World Economic Forum, Global Gender Gap Report 2021 - https://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2021.pdf

³⁵ Sursa: <https://www.lidl.ro/ro/cataloge/politica-de-achizitii-egalitate-de-gen-pe-lantul-de-aprovizionare/view/flyer/page/2>



Sănătate în muncă (LA)

Activitățile agricole, de producție și de aprovizionare specifice sectorului nostru de activitate produc impacturi sociale, pe lângă cele ecologice. Riscurile asociate acestor activități țin de siguranța și securitatea persoanelor expuse accidentelor de muncă din cauze diverse sau hărțuirii, inclusiv cea sexuală, la locul de muncă.

Acestora li se adaugă riscurile provenite din tipul de muncă depusă. Date ale Comisiei Europene arată că aproximativ 10% dintre persoanele cu normă parțială și cu contract pe perioadă determinată nu beneficiază de concedii medicale sau de maternitate³⁶.

Ca expresie a importanței acestui domeniu, în martie 2022, Consiliul de administrație al Organizației Internaționale a Muncii (ILO) a anunțat pași

importanți³⁷ în vederea posibilei includeri a sănătății și siguranței ocupaționale între principiile fundamentale și drepturile la muncă³⁸.

Și în ceea ce privește sănătatea în muncă de-a lungul lanțului nostru de producție și aprovizionare, **urmărim Politica de diligență antreprenorială și respectarea Codului de conduită de către toți furnizorii noștri.**

Urmărim, în continuare, atât creșterea portofoliului nostru, prin extinderea sortimentului de produse certificate, cât și includerea în sortimentul nostru a produselor cu certificări³⁹ care țin de respectarea unor condiții corecte de muncă și comerciale. De asemenea, ne asigurăm de trasabilitatea pe tot lanțul de aprovizionare a materiilor prime care prezintă riscuri.



Exploatarea copiilor prin muncă

Abolirea muncii în rândul copiilor este unul dintre principiile fundamentale prevăzute în Declarația ILO privind principiile fundamentale și drepturile la muncă, obligatorii pentru statele membre⁴⁰.

Ca și în cazul sănătății în muncă și remunerării echitabile, și în ceea ce privește exploatarea copiilor prin muncă identificăm riscurile potențiale în toate procesele noastre de afaceri și propunem măsuri de combatere a acestora.

Atât Codul de conduită al Grupului Schwarz (din care Lidl face parte) pentru partenerii de afaceri, cât și Politica noastră de diligență antreprenorială ne ghidează în toate aceste procese de afaceri și ne ajută să implementăm principiul toleranței zero față de cazurile de muncă forțată și de muncă impusă copiilor. Ambele documente sunt publice pe site-ul companiei

noastre⁴¹.

În România, în afara auditurilor necesare certificării GLOBALG.A.P., prin care au trecut toți furnizorii noștri locali de legume-fructe, nu au fost realizate evaluări de impact asupra drepturilor omului. Vom continua să monitorizăm modul de implementare a Codului de conduită și a Politicii de diligență antreprenorială.

O măsură care vizează prevenirea, identificarea și remedierea riscurilor de încălcare a drepturilor omului (aspecte reflectate în tot acest capitol) se referă la accesul acestora la un mecanism eficient de soluționare a plângerilor. De aceea, în cursul anului 2021, la nivel internațional, Grupul Lidl a demarat un proiect de stabilire și testare a unor mecanisme-pilot de soluționare a plângerilor pentru lucrătorii din trei lanțuri de aprovizionare cu risc ridicat⁴².



GLOBALG.A.P.

³⁶ Sursa: Eurofound (2022), Living and working in Europe 2021, Publications Office of the European Union, Luxembourg - https://www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef_publication/field_ef_document/ef22029en.pdf

³⁷ Sursa: Organizația Internațională a Muncii - https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_839982/lang--en/index.htm

³⁸ În cazul adoptării, respectarea și promovarea condițiilor sigure de muncă va deveni parte din obligația statelor membre ale ILO la același nivel de angajament și în aceeași manieră în care promovează și respectă celelalte principii fundamentale și drepturi la muncă.

³⁹ Sursa: în Raportul nostru anterior, la pag. 36 am inclus lista tuturor certificărilor care contribuie la promovarea drepturilor omului și pe care le urmărim - <https://www.lidl.ro/ro/catalogue/raport-de-sustenabilitate-2020/view/overview/page/38>

⁴⁰ Sursa: Organizația Internațională a Muncii - <https://www.ilo.org/declaration/thedeclaration/textdeclaration/lang--en/index.htm>

⁴¹ Sursa: website-ul Lidl România - <https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/codul-de-conduită>; <https://www.lidl.ro/ro/catalogue/politica-lidl-diligența/view/flyer/page/1>

⁴² Sursa: website-ul Lidl România - <https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/declaratia-cu-privire-la-respectarea-drepturilor-omului?fbclid=IwAR2BYciATNekCuqsMicGs29hMeHz2i761r9sbeZnNp44nf48fYLNq8740>



LANȚUL DE
APROVIZIONARE



DEZVOLTAREA PIEȚEI ȘI A FURNIZORILOR



Practici corecte de business

Lidl România oferă o piață de desfacere pentru mulți producători locali și o relație solidă, pe termen lung, atât cu aceștia, cât și cu furnizorii de servicii. Relațiile noastre de afaceri sunt deschise, transparente și au un obiectiv comun: satisfacția consumatorilor.





Toți cei care își doresc să colaboreze cu noi au la dispoziție o multitudine de canale pe care le pot accesa, iar în secțiunea Sustenabilitate a website-ului nostru (<https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate>) pot descoperi care este modelul nostru de business, care sunt valorile și principiile pe care le respectăm, dar și care sunt condițiile pe care furnizorii, la rândul lor, trebuie să le îndeplinească.

În colaborările noastre punem accent în primul rând pe termenele și condițiile în care urmează să se deruleze contractul, iar apoi pe posibilitatea de a dezvolta proiecte comune în viitor. Dacă aceste aspecte sunt îndeplinite, furnizorii noștri au posibilitatea de a le integra în propriile modele de business,

consolidându-și astfel relațiile cu alți clienți.

Mai mult, așa cum am arătat în raportul nostru de sustenabilitate pentru anul financiar 2020, la pg. 39, relațiile noastre sunt construite în primul rând pe baze legale, apoi pe clauze etice și contractuale care sunt negociate individual, cu fiecare furnizor, prin departamentul nostru juridic.

Parcurgând secțiunile Remunerare echitabilă și Sănătate în muncă (LA) din acest capitol, precum și secțiunea Furnizori locali, veți descoperi cum integrăm practicile corecte de business în activitatea noastră și cu ce rezultate.





Operațiuni

Protecția mediului în cadrul operațiunilor și proceselor LIDL România

Protecția mediului (OP)

Conservarea resurselor (OP)

Planificare și construcții

Risipa alimentară

Angajați

Sănătatea și siguranța la locul de muncă (OP)

Drepturile angajaților

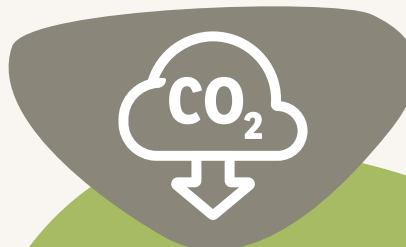
Remunerarea angajaților (OP)

Formarea și dezvoltarea angajaților

PROTECȚIA MEDIULUI ÎN CADRUL OPERAȚIUNILOR ȘI PROCESELOR LIDL ROMÂNIA

Primul an al pandemiei de COVID-19 a adus și o veste bună: o reducere semnificativă a emisiilor, înregistrată, în 2020, în rândul companiilor care și-au stabilit ținte de sustenabilitate bazate pe dovezi științifice. SBTi⁴³ arată că emisiile⁴⁴ Scope 1 și Scope 2 au scăzut, în medie, cu 12% față de anul 2019. În termeni absoluți, diferența⁴⁵ între anii 2015 și 2020 este de -419 MtCO₂eq, adică echivalentul a de 3,7 ori totalul emisiilor înregistrate de România⁴⁶ în anul 2019. Trebuie precizat că aceste rezultate reflectă situația dintr-un an atipic și au fost calculate doar pentru țările în care sunt prezente cel puțin 20 de companii-partener ale SBTi.

În 2021, însă, concentrațiile emisiilor de gaze cu efect de seră au crescut la niveluri record. Organizația Meteorologică Mondială (WMO⁴⁷) consideră că activitatea umană produce efecte la scară planetară asupra solului, oceanelor și atmosferei, consecințele⁴⁸ devastatoare asupra dezvoltării durabile și ecosistemelor fiind de durată și deosebit de ramificate.



În ceea ce privește România, țara a înregistrat în 2019 a treia cea mai mică valoare a emisiilor per capita din Uniunea Europeană. Între 2005 și 2019, valoarea emisiilor per capita a scăzut cu 18%, față de 21%, cât a fost media europeană în același interval de timp.



Protecția mediului (OP)

Contextul în care ne desfășurăm activitatea s-a modificat semnificativ în ultima perioadă, însă politicile elaborate în anii anteriori, măsurile luate și indicatorii de performanță pe care îi urmărim cu mare atenție ne ajută să ne adaptăm cu rapiditate, să atingem un grad confortabil de reziliență și să reducem din posibilele vulnerabilități.

După cum am explicat la pag. 43 a raportului de sustenabilitate pentru anul financiar 2020, **protejarea mediului în cadrul operațiunilor și proceselor Lidl România se referă la consumul de energie la nivelul tuturor clădirilor noastre (magazine, centre logistice și sediul central), la transportul angajaților și deplasările în interes de serviciu, respectiv la energia verde (sistemele de panouri fotovoltaice pentru consumul propriu, stațiile de încărcare a mașinilor electrice).**



Sistemele de management care țin de protecția mediului cu care operăm – și care presupun revizuirii permanente și îmbunătățiri continue – ne ajută atât să fim în conformitate deplină cu legislația locală, cât și să fim ambițioși în ceea ce privește asumarea de obiective și nivelul ridicat de performanță.

Rețeaua noastră de magazine a continuat să se extindă, ajungând la 320 de unități. Ritmul expansiunii a fost ușor accelerat față de ultimii ani, însă detaliile legate de acest aspect sunt incluse în secțiunea Planificare și construcții. Menționăm aici că **am obținut recertificarea ISO 50001:2018** pentru toate magazinele deschise până în decembrie 2021, proces care va continua și în anul financiar 2022.

⁴³ Sursa: SBTi/ Science Based Targets este o inițiativă pluripartită formată din organizații precum CDP, Pactul Global al Națiunilor Unite (UN Global Compact), World Resources Institute (WRI) și World Wide Fund for Nature (WWF). Prin intermediul Grupului Schwarz, Lidl România este membră a acestei inițiative – <https://sciencebasedtargets.org/about-us>

⁴⁴ Sursa: SBTi Progress Report 2021 – <https://sciencebasedtargets.org/resources/files/SBTiProgressReport2021.pdf>

⁴⁵ Sursa: Conform GHG Protocol, emisiile Scope 1 sunt cele generate direct ca urmare a activității unei organizații (de exemplu, consumul de combustibil al flotei proprii), iar emisiile Scope 2 sunt cele generate indirect (de exemplu, datorită consumului de resurse necesar producerii de energie). <https://ghgprotocol.org/>

⁴⁶ Sursa: Parlamentul European, Climate Action in Romania – [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/696185/EPRS_BRI\(2021\)696185_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/696185/EPRS_BRI(2021)696185_EN.pdf)

⁴⁷ Sursa: WMO, State of the Global Climate in 2021 Report – https://mcusercontent.com/e35fa2254c2a4394f75d43308/files/3d2f5b01-11a6-dee2-a42a-13ad5002dc33/1290_Statement_2021_en_1_.pdf

⁴⁸ Sursa: <https://unfccc.int/news/four-key-climate-change-indicators-break-records-in-2021>

În ceea ce privește deplasările în interesul serviciului, ținând cont de faptul că numărul angajaților a crescut (vezi capitolul Angajați), este firesc ca și numărul de kilometri parcurși în scop de afaceri să crească. Cu toate că numărul de mașini hibride din flota noastră a crescut, iar numărul de mașini echipate cu motoare diesel s-a redus, emisiile rezultate din utilizarea flotei interne au crescut odată cu numărul de kilometri parcurși.

	2020	2021
Număr de kilometri parcurși de angajați în interesul serviciului	16.013.824	18.472.721
Emisii (tone CO ₂)	3.493	4.296

	2020	2021	2020	2021
	Autoturisme		Procent din total	
Benzină	333	395	44%	48%
Motorină	354	261	47%	32%
Hibrid	65	164	9%	20%

În 2022

55%

mașini cu motoare
Mild Hybrid



Pentru a ne reduce și mai mult impactul negativ asupra mediului rezultat din activitatea proprie de transport, ne propunem ca în 2022 să extindem procesul de achiziționare a mașinilor hibride, astfel încât 55% din parcul actual să fie compus din mașini cu motoare Mild Hybrid. De asemenea, intenționăm să începem testarea utilizării mașinilor electrice, iar apoi, în funcție de rezultate, să decidem dacă măsura poate fi extinsă la nivel național.

Totodată, la nivel de grup, Lidl lucrează cu parteneri consacrați pentru a compensa emisiile de carbon. Proiectele de compensare sunt selectate în conformitate cu cerințe riguroase.

La nivel de grup, compensăm pentru emisiile din Scope 1 și Scope 2 prin următoarele proiecte:

- "<https://fpm.climatepartner.com/project/details/1294/en>" Apă potabilă curată în Eritreea;
- "<https://fpm.climatepartner.com/project/details/1273/en>" Energie solară în India.

În Sediul nostru Regional din Roman, produsele alimentare (legume, fructe și panificație) care sunt returnate de magazine, însă, din diferite motive, nu pot fi donate, sunt sortate și direcționate spre o stație de biogaz. Astfel, acestea sunt reintroduse în circuitul de valoare și nu mai ajung să fie deșeuri menajere. Pe parcursul perioadei de raportare, 768,7 tone de astfel de produse au fost direcționate pentru a fi folosite la o stație de biogaz. În funcție de rezultatele obținute în această primă fază de testare, dorim să extindem practica la nivel național. Următoarele centre unde ne dorim să implementăm acest proiect vor fi Sediile noastre Regionale din Chiajna și Nedelea.



Recuperarea deșeurilor (organice, anorganice) și reintroducerea lor în circuitul de valoare a rămas o preocupare constantă, toate eforturile noastre vizând **minimizarea cantității de deșeuri care ajunge la groapa de gunoi și prelungirea ciclului de viață al acelor materiale care îndeplinesc toate condițiile pentru a putea fi reutilizate.**



Așa cum am precizat și în rapoartele noastre anterioare, cantitățile de deșeuri reciclabile (folie, carton, metal, lemn, baterii și echipamente electrice și electronice) sunt colectate în depozitele noastre, care sunt autorizate în acest sens. Suntem, așadar, colectori ai propriilor deșeuri de ambalaj, pe care le sortăm și le transferăm, apoi, către stațiile de reciclare sau către fabrici. Celelalte deșeuri generate de activitatea proprie sunt predate către reciclatori și colectori autorizați, conform normelor legale în vigoare.

Ne-am continuat toate inițiativele din sediul central, magazine și depozite care vizau îmbunătățirea proceselor interne de colectare și sortare, dar mai ales pe cele de informare a angajaților în ceea ce privește importanța fiecărei acțiuni corecte în fluxul de gestionare a deșeurilor.

Procedurile interne ne obligă să urmărim cu atenție datele privind deșeurile proprii colectate, evidența

acestora fiind atent monitorizată, pentru a putea interveni imediat ce sesizăm variații semnificative în cantitățile generate, implicit cele predate spre reciclare și valorificare. În acest sens, am dezvoltat proiectul WeWe, care prevede ca fiecare magazin să fie analizat lunar și ne permite să urmărim unde se înregistrează cele mai mari volume de deșeu menajer versus deșeu reciclabil.

Un alt pas important în fluxul de gestionare a deșeurilor este colectarea ambalajelor de la clienți prin intermediul aparatelor de colectare selectivă automată. Astfel, la finalul anului financiar 2021, în 92 dintre magazinele noastre existau aparate de colectare selectivă automată⁴⁹. Procesele de autorizare și instalare a acestor aparate în magazine sunt în curs de desfășurare și vor continua și în următoarea perioadă de raportare, până la finalizarea instalării aparatelor la nivel național.

⁴⁹ Aparatele sunt echipamente pentru colectare și reciclare, în special pentru deșeurile de ambalaje provenite de la diferite băuturi.

Deșeurile anorganice care au fost colectate în cursul anului acoperit de prezentul raport, în funcție de categoriile de materiale, se prezintă astfel:

	2020	2021
Folie și plastic (tone)	2.054	2.654
Carton și hârtie (tone)	39.701	46.114
Fier (tone)	588	742
Lemn (tone)	3 928	3.723
DEEE – deșeuri de echipamente electrice și electronice (tone)	196	260
Baterii (tone)	36	29
Total (tone)	46.503	53.522



Criza energiei, cu toate cele patru dimensiuni ale sale (securitate, disponibilitate, accesibilitate și sustenabilitate), este o problemă tangibilă, cu efecte predictibile, dar încă greu de estimat. Institutul pentru Studii de Securitate al Uniunii Europene (EUISS⁵⁰) avertizează că aceasta nu va fi ultima criză în etapa de tranziție către energia verde, ba chiar că turbulențele de pe piețe vor continua în deceniile următoare, alimentate de impacturile schimbărilor

climatice (creșterea temperaturilor, modificarea tiparelor climatice, politici secvențiale și procese de decarbonizare gestionate incorect).

Mai mult, avertizează aceeași sursă, este necesară o evaluare holistică a rezilienței sistemelor energetice în cazul unor vulnerabilități precum fenomenele meteo extreme, atacuri cibernetice, vulnerabilități ale infrastructurii și accidente industriale.



Pe de altă parte, Organizația Meteorologică Mondială (WMO)⁵¹ susține că **o criză a apei este iminentă**. Chiar dacă lipsa apei se manifestă în prezent mai ales în regiuni din Asia, ploile masive și inundațiile catastrofale sunt tot mai dese în Europa.

Indicatorul⁵² acces la o sursă de apă curată este staționar în România, însă pentru anii 2019-2021⁵³ nu sunt disponibile date relevante, care să ofere o imagine actualizată a disponibilității apei.

Abordarea noastră față de modul în care gestionăm resursele a rămas constantă și nu a suferit modificări față de perioada anterioară de raportare. Din acest motiv, ne vom referi aici mai mult la performanța din anul financiar 2021 și mai puțin la politicile, procedurile și activitățile care ne-au condus spre aceste rezultate.

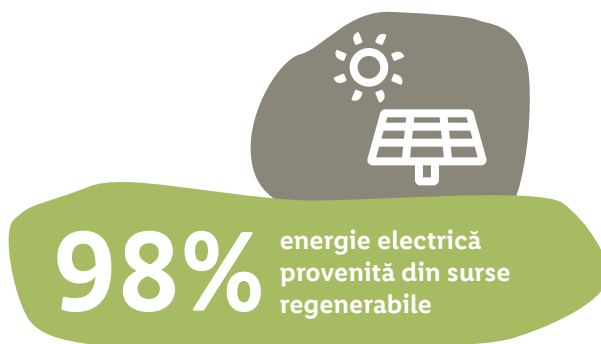
⁵⁰ Sursa: EUISS, Europe's Energy Conundrum. Origins, Impacts and Way Forward – <https://www.iss.europa.eu/content/europes-energy-crisis-conundrum>

⁵¹ Sursa: WHO, 2021 State of the Climate Service – https://library.wmo.int/index.php?lvl=notice_display&id=21963#.YVxOUfdBxUO

⁵² Sursa: Macrotrends, Romania Clean Water Access 2000-2022 – <https://www.macrotrends.net/countries/ROU/romania/clean-water-access-statistics>

⁵³ Sursa: Sustainable Development Report 2021 – <https://dashboards.sdindex.org/static/profiles/pdfs/SDR-2021-romania.pdf>

Dacă în anul financiar 2020 prioritatea noastră a fost să identificăm un furnizor care să ne asigure energia regenerabilă, anul acesta ne-am concentrat **să creștem cota de utilizare a energiei regenerabile**, ajungând la 98% din consumul nostru total.



Energie	2020	2021
Consum total de energie electrică (MWh)	154.632	182.458
Din care: energie electrică provenită din surse regenerabile	94%	98%
Din care: energie electrică provenită din surse convenționale și regenerabile	6%	2%
Emisii CO ₂ la nivelul României (g/kWh) – conform etichetei de energie electrică de la furnizor	214	213
Total emisii indirecte CO ₂ provenite din utilizarea de energie electrică având ca sursă combustibili fosili (t CO ₂) – valoare estimativă	1.979	875

Toate datele privind consumurile de energie sunt **verificate periodic**, pentru a îmbunătăți continuu sistemele de contorizare. De asemenea, managerul energetic face inspecții și verificări periodice pentru a se asigura că sistemele funcționează în parametri. În acest fel, poate interveni și rezolva deficiențele, dacă este cazul, dar se și asigură că înregistrarea consumurilor și raportarea acestora este corectă.



Procesul de înlocuire a vitrinelor frigorifice (la care ne-am referit la pag. 47 a raportului⁵⁴ de sustenabilitate aferent anului financiar 2020) a continuat pe parcursul perioadei de raportare în 29 de magazine, iar pentru anul următor ne propunem ca încă 5 magazine să fie dotate cu astfel de echipamente.



⁵⁴ Sursa: Lidl România, Raport de sustenabilitate pentru anul financiar 2020 – <https://www.lidl.ro/ro/cataloge/raport-de-sustenabilitate-2020/view/flyer/page/1>

Pentru a monitoriza în orice moment consumul de apă, am instalat în magazine **contoare de apă care comunică cu platforma de monitorizare la distanță** (la finalul ciclului de raportare, 44% dintre magazinele noastre erau conectate la sistemul de monitorizare a consumului de apă). Astfel, în aproape jumătate dintre magazine, la punctul de conectare la rețeaua publică, deci acolo unde se află un astfel de contor, putem urmări consumul în timp real.

Fiecare contor comunică cu platforma de monitorizare la distanță și, prin funcția de setare a unei alarme, fiecare facility manager regional este notificat în situația în care există eventuale scurgeri de apă sau alte deficiențe ale sistemului de alimentare. În acest

44%

magazine monitorizate
la distanță pentru
consumul de apă



mod putem interveni rapid și remedia orice defecțiune, dar mai ales putem evita pierderile potențiale de apă.

Mai mult, în magazinele noastre în care există sisteme de irigare au fost montați senzori de ploaie, astfel încât instalațiile să funcționeze doar atunci când este necesar, adică atunci când nu plouă.

Apă	2020	2021	Variație
Consum total de apă (mc)	442.064	413.665	-6,42%
Apă pluvială canalizată conform normelor în vigoare (mc)	537.644	575.910	+7,11%

Pentru a crește nivelul de conștientizare a colegilor noștri privind consumul responsabil de energie și resurse, am inițiat proiectul educațional **#NoiLidlPentruPlanetă**. Prin intermediul acestuia, începând cu perioada următoare de raportare, printr-un parteneriat cu unul dintre cei mai mari furnizori de energie electrică din piață, urmează să organizăm sesiuni de instruire pe tema utilizării responsabile a resurselor naturale pentru colegii care doresc să participe, din toată țara. Ne propunem ca în această etapă a programului să organizăm sesiuni de instruire în toate sediile regionale, pentru un număr cât mai mare de colegi.

793

de copaci
salvați

-1.051.947

kg eCO₂

-85.584

kg
deșeuri



Proiectul privind utilizarea în comun a paleților reutilizabili a continuat, iar datele furnizate de partenerul nostru, CHEP România, ne arată următoarele rezultate: au fost salvați de la tăiere 793 de copaci (față de 640 în anul anterior), gradul de poluare a fost redus cu 1.051.947 kg eCO₂ (față de 798.298 kg eCO₂ în aceeași perioadă a anului trecut), iar cantitatea de deșeuri a fost redusă cu 85.584 kg (față de 71.928 kg în perioada similară de referință).

CHEP

A Brambles Company



Planificare și construcții



320
de magazine
deschise

La finalul anului financiar 2021, Lidl România avea o rețea de 320 de magazine (cu 29 mai mult față de anul anterior) și 5 centre logistice. Amintim faptul că am continuat procesul de certificare EDGE a magazinelor noastre și am ajuns astfel la 277 de magazine (dintre care 5 magazine au fost modernizate în 2021) și 5 centre logistice certificate (100%). **Un nou centru logistic va fi dat în folosință în anul financiar 2022, iar ritmul de expansiune va rămâne constant.**



277
de magazine
86%

+ 5
centre logistice
100%



Toate cele 29 de magazine deschise în ciclul curent de raportare au fost dotate cu stații de încărcare a mașinilor electrice, iar alte 11 magazine au fost adaptate noilor standarde de construcție cu care operăm, fie prin înlocuire/relocare, fie prin demolare și reconstruire.

Evoluția numărului de magazine

	2020	2021
Număr de magazine (total)	291	320
Număr de magazine noi deschise	30	29

Suntem conștienți de impactul pe care îl avem din cauza activității de construire, de aceea îl evaluăm și încercăm să îl reducem cât mai mult posibil. Preocuparea noastră este susținută prin faptul că **suntem constanți în obținerea certificărilor** conform standardelor voluntare pentru toate clădirile noastre, dintre aceste certificări amintind: EDGE & BREEAM și ISO 50001:2018.

În anul financiar 2021, am început montarea de **panouri fotovoltaice** pe 5 noi magazine, astfel încât utilizarea de energie regenerabilă acoperă circa 20% din energia utilizată de echipamentele montate în aceste magazine. Angajamentul nostru este ca această practică să fie continuată în cazul tuturor magazinelor pe care le vom deschide și care permit din punct de vedere tehnic montarea panourilor.

Pentru a ne asigura că luăm cele mai bune decizii, facem analize pentru a determina ce tip de stație de încărcare a mașinilor electrice (clasică sau rapidă) este

necesară sau se pretează în locațiile noastre.

Nu în ultimul rând, toate materialele pe care le folosim la construcții (de exemplu, cărămidă, vată minerală) și cele mai multe dintre echipamente și sisteme (de exemplu, iluminare cu LED, senzori) sunt la un **nivel înalt de calitate**. Toate magazinele din rețeaua Lidl în care sunt montate sisteme de panouri fotovoltaice și stații de încărcare a mașinilor electrice respectă integral cerințele de conformitate din punct de vedere tehnic ale standardului nZEB (nearly Zero-Energy Building) cu privire la eficiența energetică ridicată a clădirilor.

	2020	2021
Număr de puncte de încărcare a mașinilor electrice puse la dispoziția clienților	104	220



Risipa alimentară

Cu toate că securitatea alimentară este o problemă care se acutizează, o treime⁵⁵ din produsele alimentare sfârșesc în fiecare an la groapa de gunoi, ca deșeuri. Nu este de mirare că, la nivelul Uniunii Europene, s-a considerat necesară o strategie de tipul Farm to

Fork⁵⁶ (de pe câmp, direct în farfurie). Pe baza acesteia, Comisia Europeană urmează să stabilească o serie de ținte specifice, care vor deveni obligatorii până la sfârșitul anului 2023 și care urmăresc **reducerea risipei alimentare** pe tot cuprinsul UE.



⁵⁵ Sursa: UNEP - https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/25764/SDG12_Brief.pdf?sequence=1&isAllo

⁵⁶ Sursa: Uniunea Europeană - https://ec.europa.eu/food/horizontal-topics/farm-fork-strategy_en

Datele statistice privind risipa alimentară colectate și prezentate de organizația EUFIC⁵⁷ sunt **îngrijorătoare**: cele aproximativ 88 de milioane de tone de deșeuri alimentare din Uniunea Europeană se traduc într-o medie de 174 kg/persoană, pierderi de 143 de miliarde de euro sau 170 de milioane de tone de CO₂.

După cum arătam la pag. 49 a raportului nostru de sustenabilitate aferent anului financiar 2020, gestionarea responsabilă a stocurilor (planificarea și managementul inventarului de produse) sunt **esențiale pentru a putea reduce impacturile negative**.

Printre măsurile în sprijinul combaterii risipei alimentare pe care am continuat să le luăm se numără și:

- ✓ reducerea de preț de 30% (aplicată unor produse cum ar fi: pâinea împachetată, legume și fructe ambalate sau vândute la bucată, articole refrigerate al căror termen de valabilitate se apropie de limită), inclusiv introducerea unor spații speciale de vânzare la raft pentru aceste produse, a fost extinsă la nivelul întregii rețele de magazine în octombrie 2021;
- ✓ o monitorizare minuțioasă a pierderilor *versus* rulajul articolelor;
- ✓ pe website-ul nostru, [lidl.ro](https://www.lidl.ro), la rubrica Stop risipă, dar și pe paginile noastre de Facebook și Instagram, le aducem la cunoștință clienților noștri cât de important este să nu risipească hrana.



*Rețeta Responsabilă*⁵⁸ este o inițiativă prin care încercăm să ne îndrumăm clienții către un consum responsabil, oferindu-le idei și soluții pentru depozitarea, consumul și re folosirea alimentelor. Prin această inițiativă, au ocazia să afle mai multe despre risipa alimentară, care apare atât la nivelul proceselor de producție și procesare, cât și în gospodării.

Postările pe paginile noastre de social media sunt noi surse de informare, menite a reduce risipa alimentară. **Eforturile noastre în această direcție vor continua și în viitor.**

Și anul acesta am continuat să donăm produse alimentare și nealimentare către rețeaua națională a Băncilor pentru Alimentație din România, al cărei partener fondator suntem din 2016.

	2020	2021
Cantitate de produse alimentare donate (tone)	198	530
Cantitate de produse nealimentare donate (tone)	90	208
Cantitate hrană pentru animale donată (tone)	459	470

⁵⁷ Sursa: EUFIC – <https://www.eufic.org/en/food-safety/article/food-waste-in-europe-statistics-and-facts-about-the-problem>

⁵⁸ Sursa: website-ul companiei – <https://www.lidl.ro/sanatate-si-nutritie/stop-risipa?ar=2>



ANGAJAȚI

Un criteriu esențial pentru o dezvoltare socioeconomică armonioasă îl reprezintă accesul oricărei persoane la muncă decentă⁵⁹. Indiferent că vorbim despre femei, migranți, persoane cu dizabilități, persoane în vârstă sau tineri, fiecare om are nevoie de resurse pentru o viață demnă. Importanța acestor aspecte este reflectată și în Obiectivul de Dezvoltare Durabilă #8 – Muncă decentă și creștere economică.

Conform datelor publicate în 2021 la nivelul Uniunii Europene⁶⁰, acest obiectiv a cunoscut progrese

importante în majoritatea aspectelor monitorizate: creșterea economică durabilă, ocuparea forței de muncă și munca decentă. În ultimii ani, o îmbunătățire semnificativă a fost înregistrată atât referitor la securitatea economică, cât și la siguranța condițiilor de muncă. **Aceste două aspecte au cunoscut o evoluție pozitivă și la nivelul României.**

Cu toate acestea, țara se situează încă printre statele cu o rată de angajare sub media UE (date din 2020) și cu un număr ridicat de accidente de muncă soldate cu deces (date din 2018)⁶¹.

⁵⁹ Sursa: Definiția Organizației Internaționale a Muncii (ILO) pentru muncă decentă – <https://bit.ly/39tdX7c>

⁶⁰ Sursa: Sustainable development in the European Union – Monitoring report on progress towards the SDGs in an EU context, 2021 edition – <https://bit.ly/3MphyBM>

⁶¹ Idem 2.

În anul 2021, în România, rata de ocupare în câmpul muncii a persoanelor în vârstă de 20-64 ani a fost de 67,1%, în creștere față de anul anterior cu 1,9 puncte procentuale⁶². Obiectivul asumat în noua Strategie Națională pentru Ocuparea Forței de Muncă⁶³ 2021-2027 este ca, până în anul 2027, rata de ocupare să ajungă la 75%. Populația activă a României a numărat 8,21 milioane de persoane.

În ceea ce privește piața forței de muncă, sectorul privat rămâne în continuare cel care absoarbe cea mai mare pondere din populația ocupată (81,7%), iar, ca sectoare de activitate, cele mai importante ponderi sunt înregistrate de industria prelucrătoare (22,3%), comerț (20,0%) și construcții (11,2%). În aceste condiții, poziționarea ca angajatori responsabili, preocupați de siguranța, securitatea și bunăstarea angajaților proprii, devine o condiție minimă necesară pentru companiile din sectorul comercial care doresc să rămână competitive.



Sănătatea și siguranța la locul de muncă (OP)

Importanța acestui domeniu material rezultă din dimensiunea noastră ca angajator, din sectorul în care activăm, precum și din interesul exprimat de stakeholderii noștri.

Gestionarea sănătății și siguranței ocupaționale se desfășoară din perspectiva protejării sănătății angajaților, a siguranței lor și a partenerilor noștri, urmărind evitarea și remedierea situațiilor și acțiunilor nesigure, care pot conduce la producerea unor accidente de muncă.

Pe parcursul anului financiar 2021 am înregistrat 2.224 de cazuri de îmbolnăviri cu COVID-19 în rândul colegilor, comparativ cu 598 de cazuri în 2020.



De aceea, ne-am asigurat că atât angajații, cât și contractorii noștri s-au aflat în siguranță la locul de muncă, atât prin implementarea sistemului de management privind sănătatea și siguranța la locul de muncă (SSM) din Lidl România, cât și prin continuarea aplicării măsurilor luate de la declanșarea pandemiei de COVID-19⁶⁴, în vederea protejării acestora.

⁶² Sursa: Institutul Național de Statistică – <https://bit.ly/3yCYo7n>

⁶³ Sursa: în luna mai 2021, Guvernul României a adoptat Strategia națională pentru ocuparea forței de muncă pentru 2021-2027 și Planul de acțiuni pentru implementarea strategiei – <https://bit.ly/3lfnPz1>

⁶⁴ Măsurile descrise la pag. 52 din raportul nostru anterior – <https://bit.ly/3FVa1VI> – au fost în vigoare pe tot parcursul anului financiar 2021.

Vom păstra aceste măsuri în concordanță cu evoluția ratei de infectare și cu actele normative emise de Guvern privind eliminarea restricțiilor impuse în perioada pandemiei.

Sistemul nostru de management SSM acoperă, ca și până acum, întregul personal angajat, precum și contractorii care desfășoară activitate pentru noi. Comitetul de sănătate și siguranță în muncă și-a continuat activitatea, toate întâlnirile desfășurându-se online. Superiorii ierarhici au continuat să facă verificări cu privire la modul în care angajații și contractorii Lidl România înțeleg și respectă măsurile de siguranță, inclusiv pe cele legate de situațiile de urgență (SU) și de restricțiile sanitare.

Detalii despre sistemul de management privind SSM, modul în care este evaluată eficacitatea politicilor și a procedurilor SSM (care nu au suferit modificări în perioada curentă de raportare), dar și despre rolul Comitetului SSM⁶⁵ sunt disponibile la pag. 39-41 ale raportului nostru de sustenabilitate aferent perioadei 2017-2018.

Procedurile pentru identificarea pericolelor și analiza riscurilor la locul de muncă⁶⁶ au rămas neschimbate față de perioada anterioară de raportare. De asemenea, am păstrat modalitățile prin care sunt comunicate incidentele/accidentele și situațiile periculoase și nu am adus modificări procedurii prin care lucrătorii se îndepărtează de situații de muncă potențial periculoase. Procedura de investigare a incidentelor/accidentelor de muncă a rămas aceeași. Aceasta respectă toate cerințele legale naționale cu privire la comunicarea și cercetarea accidentelor de muncă⁶⁷. Supravegherea sănătății lucrătorilor, atât angajați, cât și contractori, se desfășoară conform procedurilor, la fel ca în perioada anterioară de raportare⁶⁸.



Am continuat activitățile de formare SSM și SU (Securitate și Sănătate în Muncă și Situații de Urgență) pentru angajații noștri. Pentru siguranța lor, acestea au avut loc în format online, excepție făcând doar cursurile de lucru la înălțime, care s-au desfășurat în format fizic, cu menținerea distanței de siguranță și cu respectarea regulilor specifice COVID-19. La finalul fiecărei sesiuni de instruire, participanții au fost testați cu privire la cunoștințele dobândite.

⁶⁵ Sursa: <https://www.lidl.ro/ro/cataloge/raport-de-sustenabilitate-2019/view/overview/page/40>

⁶⁶ Sursa: acestea sunt descrise în Raportul nostru de sustenabilitate pentru perioada 2017-2018, la pag. 41-43 - <https://bit.ly/38zhAZ5>

⁶⁷ Sursa: detalii privind toate aceste aspecte sunt prezentate în raportul nostru anterior, pag. 51-55 - <https://bit.ly/3a6Z4aW>

⁶⁸ Sursa: detalii privind aceste aspecte sunt prezentate în Raportul nostru de sustenabilitate pentru anul financiar 2019, la pag. 40 - <https://bit.ly/3cvIm6l>



Pe parcursul anului financiar 2021, am organizat următoarele activități de formare și am elaborat următoarele materiale relevante, pentru asigurarea sănătății și siguranței la toate nivelurile:

- ✓ cursuri de prim ajutor pentru angajații din magazine, din sediile noastre regionale și din sediul central;
- ✓ cursuri de lucru la înălțime pentru colegii care desfășoară activități de lucru la înălțime în sediile regionale;
- ✓ instruire suplimentară a persoanelor cu rol de conducere la nivelul magazinelor și depozitelor noastre, în vederea creșterii nivelului de conștientizare referitoare la securitatea și sănătatea în muncă;
- ✓ începând cu luna mai 2021, toți colegii care au angajați în subordine (manageri de magazin, manageri de grupă, șefi de departament, directori de depozite) au fost instruiți în aspecte de SSM și SU. Durata sesiunilor a fost de 2 ore, iar acestea au avut format online. În anul 2022, instruirile vor urma formatul online stabilit și menținut în ultimii doi ani;
- ✓ un material de instruire referitor la cauzele accidentelor de muncă și la măsurile de reducere și eliminare a riscurilor de accidentare și transmiterea acestuia prin nota internă, în atenția colegilor din magazine și depozite;
- ✓ un afiș cu regulile pentru utilizarea în condiții de siguranță a seifului de depozitare a banilor din cadrul fiecărui magazin Lidl.



Au continuat inspecțiile asupra sănătății și siguranței în muncă la nivelul magazinelor și depozitelor noastre, inspecții efectuate de contractori externi. Rezultatele acestora au fost transmise tuturor colegilor cu funcții de decizie din cadrul sediilor regionale și, mai apoi, am urmărit măsurile luate în urma acestor inspecții. De asemenea, am continuat:

- ✓ instalarea sistemelor de protecție împotriva căderii accidentale de tip „Life line” pe acoperișul magazinelor noastre;
- ✓ utilizarea formularului de audit observațional, introdus în cursul anului 2020, care se completează după fiecare accident de muncă de către reprezentantul contractorului nostru SSM;
- ✓ informarea tuturor persoanelor relevante despre tipurile de accidente de muncă înregistrate în cadrul companiei.

Ne-am angajat ca, începând cu anul 2021, să organizăm instruirii pe linie de SSM și SU pentru toți contractorii care desfășoară activitate pentru Lidl. Am început acest demers prin introducerea unui formular tipizat cu regulile de SSM și SU obligatorii în incinta sediilor noastre regionale. Acesta se aplică inclusiv tuturor șoferilor transportatorilor.



0

accidente de muncă soldate cu deces

0,06%

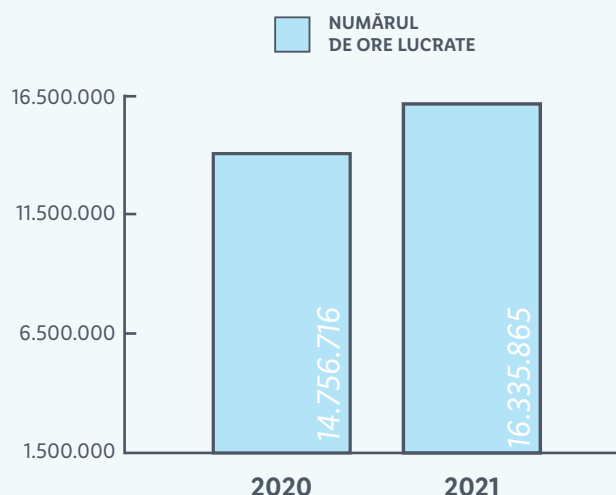
accidente cu consecințe grave

În perioada de raportare, numărul accidentelor de muncă soldate cu deces a fost zero, însă am înregistrat un accident cu consecințe grave, soldat cu incapacitate temporară de muncă. Pentru a preveni astfel de accidente pe viitor, toți angajații noștri care lucrează în Sediile Regionale ca prelucrători de marfă au fost instruiți conform procesului-verbal de cercetare avizat de ITM cu privire la utilizarea transpaletelor electrice și manuale. Totodată, am dotat cu semnale luminoase toate lizele electrice rapide cu care operează angajații noștri în depozitele de marfă. Astfel, rata accidentelor cu consecințe grave în rândul angajaților noștri a fost de 0,06%, în creștere față de anul anterior, când nu am înregistrat niciun astfel de accident de muncă.

În aceeași perioadă, numărul accidentelor de muncă a fost de 56, cu o rată a accidentelor de muncă înregistrate de 3,43%⁶⁹, în creștere față de anul anterior, când a fost de 3,05%.

Principalele tipuri de accidente de muncă înregistrate au fost:

- ✓ accidente de traseu – 11;
- ✓ comenzi și manevre necorespunzătoare/ utilizarea incorectă a transpaletelor electrice – 15;
- ✓ nerespectarea instrucțiunilor proprii pe linie de securitate și sănătate în muncă – 20;



În rândul contractorilor care desfășoară activitate pentru compania noastră nu s-a înregistrat niciun fel de accident de muncă în perioada de referință. Numărul total de ore lucrate de aceștia a fost de 3.561.178 de ore.

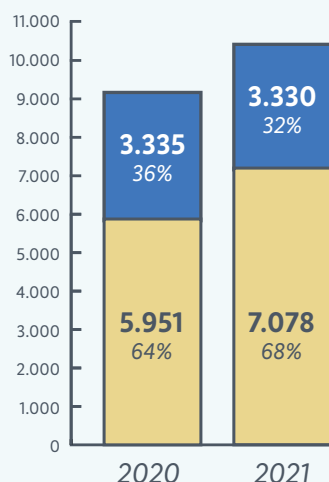
Continuăm să ne asigurăm că fiecare dintre contractorii noștri care desfășoară activitate pentru Lidl o face în condiții de siguranță. Pentru aceasta utilizăm controlul ierarhiei și organizăm instruirii SSM și SU pentru toți cei care au angajați în subordine, așa cum am arătat în acest capitol la pag. 52-54.



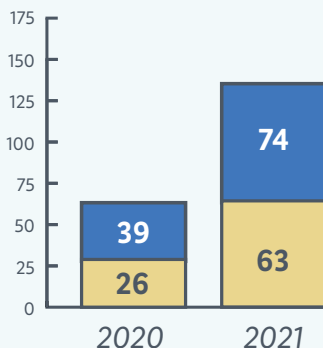
Drepturile angajaților

În cadrul companiei noastre, **respectarea drepturilor angajaților a fost și continuă să rămână un domeniu extrem de relevant**, cu atât mai mult cu cât numărul celor asupra cărora produce efecte este în creștere de la an la an. De aceea, prin tot ceea ce întreprindem, urmărim întărirea impactului pozitiv în rândul angajaților Lidl, străduindu-ne să le oferim condiții de muncă tot mai bune.

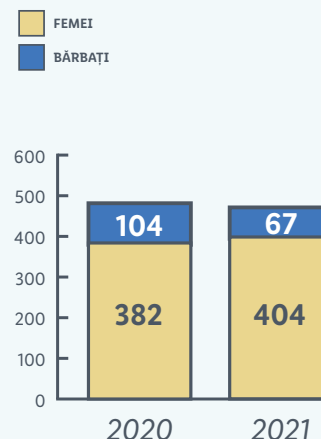
⁶⁹ Ratele au fost calculate la 1.000.000 de ore lucrate.



NUMĂR DE ANGAJAȚI CU
CONTRACT DE MUNCĂ
PERMANENT



NUMĂR DE ANGAJAȚI CU
CONTRACT DE MUNCĂ PE
PERIOADĂ DETERMINATĂ



NUMĂR DE ANGAJAȚI
PART-TIME

La finalul anului financiar 2021, Lidl România a avut 10.545 de angajați, majoritatea dintre ei (96%) fiind angajați full-time, 99% având contract de muncă pe perioadă nedeterminată. În perioada de raportare, am angajat un număr de 2.439 de persoane.

	2020	2021
Număr de angajați full-time	8.865	10.074
Număr de angajați full-time – femei	5.595	6.737
Număr de angajați full-time – bărbați	3.270	3.337
Număr de angajați în concediu sabatic	1	1

Ca angajator în sectorul retail în România, ne dorim să oferim angajaților noștri un mediu de lucru sigur și atractiv. În Lidl România, **respectarea și protejarea drepturilor angajaților reprezintă fundamentul unei relații de încredere**. Ele stau la baza tuturor activităților noastre și, prin urmare, sunt ferm înrădăcinate în principiile, politicile și procedurile noastre corporative. Pentru a asigura conformitatea tuturor proceselor noastre de afaceri în relația cu angajații noștri, Departamentul de Resurse Umane derulează programul CMS (Compliance Management System) „HR”, un domeniu-cheie al sistemului de management privind conformitatea (CMS) al Lidl. Conformarea cu legislația în vigoare și cu regulile și reglementările interne stă la baza acțiunilor noastre.

În Lidl România, Subdepartamentul Dreptul muncii și HR Compliance din cadrul Departamentului de Resurse Umane este responsabil de asigurarea conformității cu cerințele legislației muncii și reglementările interne,

cu dezvoltarea și implementarea programului HR CMS prin stabilirea și asigurarea de măsuri în scopul evitării și minimizării riscurilor de conformitate în procesele de resurse umane. Începând cu luna septembrie 2021, structura departamentului a fost completată cu rolul de Specialist Conformitate Resurse Umane. Obiectivul acestuia este de a gestiona riscurile de conformitate în relațiile de muncă, precum dezvoltarea și operarea unui sistem adecvat și eficient de gestionare a conformității Departamentului Resurse Umane.

Menținerea unui dialog deschis cu toți colegii noștri, printr-un leadership bazat pe comunicare, rămâne un **principiu fundamental** în toate aspectele referitoare la angajați, inclusiv în ceea ce privește respectarea drepturilor acestora. În raportul nostru anterior⁷⁰ am descris mecanismele de comunicare pe care le are la dispoziție orice coleg care dorește să ofere feedback sau să propună idei noi.

⁷⁰ Sursa: Informațiile se găsesc în raportul nostru anterior, la pag. 56 - <https://bit.ly/3FX1GnI>



În perioada de raportare, am efectuat câteva modificări la nivelul politicilor din companie care privesc drepturile angajaților, atât ca răspuns la contextul în permanentă schimbare, cât și la feedbackul primit din partea colegilor.

Astfel, Regulamentul intern a fost actualizat și au fost revizuite următoarele aspecte:

- ✓ procedura de telemuncă: angajații eligibili pot să lucreze în regim de telemuncă până la 2 zile pe săptămână, în zilele de luni și/ sau vineri. Activitatea în regim de telemuncă va putea fi efectuată de oriunde de pe teritoriul României, fără a fi limitată la domiciliul sau reședința proprie;
- ✓ facilități/ cadouri acordate salariaților cu ocazia sărbătorilor de Crăciun sub formă de tichete cadou/ tichete cadou cu titlul de cheltuieli sociale;
- ✓ spor salarial pentru lucrul în zilele de sâmbătă și duminică pentru anumite categorii de salariați.

În continuare, le oferim tuturor colegilor noștri, indiferent de tipul de contract de muncă, următoarele beneficii:

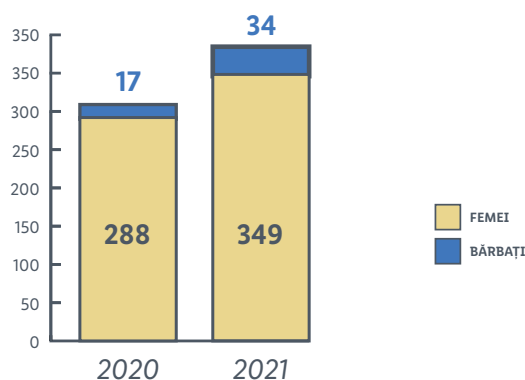
- ✓ asigurare privată de sănătate;
- ✓ asigurare de viață cu acoperire pentru dizabilitate, invaliditate și deces;
- ✓ program de lucru flexibil în birouri și zi de vineri scurtă;
- ✓ telemuncă în sediile administrative;
- ✓ beneficii pentru copiii angajaților: bonus acordat la nașterea unui copil și Bebe kit; voucher cadou de Moș Nicolae; voucher cadou Back to school;
- ✓ acces la activități sportive;
- ✓ ziua de naștere este zi liberă;
- ✓ program de recunoaștere pentru colegii care împlinesc 10, 25 și 40 ani în companie;
- ✓ acces la biblioteca Bookster⁷¹, prin abonament al cărui cost este suportat de angajator;
- ✓ testare rapidă COVID-19;
- ✓ vaccinare antigripală.



⁷¹ Sursa: Bookster – <https://landing.bookster.ro>

De asemenea, toți angajații noștri, indiferent de tipul de muncă pe care o desfășoară, au acces la un **responsabil de aspecte sociale (RPAS)**. Acesta este o persoană neutră și de încredere, care răspunde cu promptitudine și obiectivitate întrebărilor angajaților, poate media situații conflictuale și poate asista în rezolvarea acestora. În plus, procesul anual de evaluare a performanței și a dezvoltării competențelor Talent management și Chestionarul angajatului reprezintă două surse suplimentare de feedback, prin care colegii își pot exprima opinia despre mediul de lucru și despre Lidl, ca angajator.

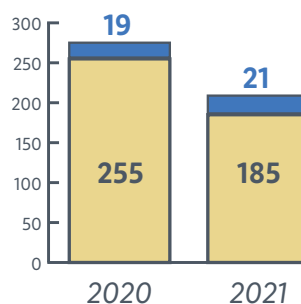
Mai mult, pentru transmiterea sesizărilor de conformitate, angajații noștri au la dispoziție sistemul online confidențial de notificări BKMS⁷².



ANGAJAȚI ÎN CONCEDIU
MATERNAL/ PATERNAL

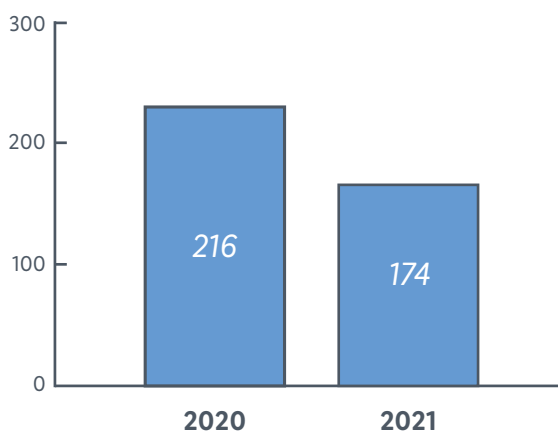
Numărul total de angajați care aveau dreptul la concediu pentru creșterea copilului în anul financiar 2021 a fost de 464, dintre care 290 de femei și 174 de bărbați. Dintre aceștia, angajații care și-au luat concediu pentru creșterea copilului au fost în număr de 383, și anume: 349 de femei și 34 de bărbați. Comparativ, în anul financiar anterior, 531 de angajați au avut acest drept (339 de femei și 192 de bărbați), iar 305 angajați și l-au exercitat.

În perioada de raportare, numărul total de angajați care s-au întors la muncă după încheierea concediului parental a fost de 206, dintre care 185 de femei și 21 de bărbați. În anul financiar 2020, un număr de 274 de angajați s-au întors la muncă după încheierea concediului pentru creșterea copilului.



ANGAJAȚI CARE AU REVENIT DIN CONCEDIU
MATERNAL/ PATERNAL

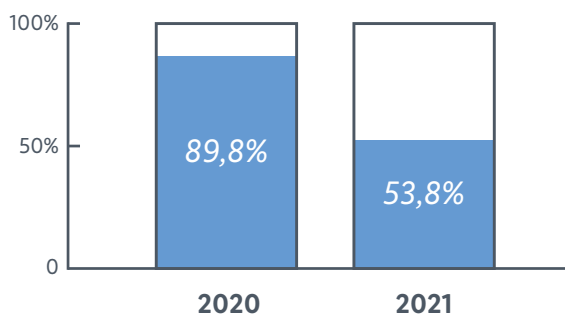
Comparativ cu anul financiar 2020, când 216 angajați care se întorseseră la muncă după încheierea concediului pentru creșterea copilului erau încă angajați la 12 luni de la reîntoarcerea la serviciu (205 femei și 11 bărbați), în 2021 acest număr a fost de 174, dintre care 156 de femei și 18 bărbați.



ANGAJAȚI ÎNTORȘI LA MUNCĂ DUPĂ CONCEDIU
PENTRU CREȘTEREA COPILULUI CARE ERAU ÎNCĂ
ANGAJAȚI LA 12 LUNI DE LA REÎNTOARCERE

Rata de întoarcere la muncă pentru anul financiar 2021 a fost de 53,8%, comparativ cu anul financiar 2020, când 89,8% dintre angajați s-au întors la serviciu.

Rata de retenție a angajaților care au beneficiat de concediu de creștere a copilului a fost de 63,5%. În 2020, aceasta a fost de 76,3%.



RATA DE ÎNTOARCERE LA MUNCĂ

⁷² Sursa: Business Keeper Management System - <https://www.business-keeper.com/en/products/bkms-compliance-system>



Remunerarea angajaților (OP)

Domeniu de interes atât pentru angajații noștri, cât și pentru modul în care stakeholderii externi evaluează performanța companiei, remunerarea angajaților **rămâne o prioritate** pentru Lidl România. Pe o piață a muncii tot mai încercată de provocările prezente, ne dorim să rămânem competitivi și reușim acest lucru printr-o politică salarială conectată la piață și o ofertă de compensații și beneficii clară și ușor de înțeles.

Sistemul de remunerare în Lidl România **se bazează pe strategia de resurse umane** și ia în considerare reglementările relevante. Conformarea cu prevederile legislative este revizuită cu regularitate și ajustată în concordanță cu cele mai recente cerințe, atunci când este necesar. Sistemul nostru de remunerare oferă condiții atractive și echitabile, fiind structurat fără referințe la gen, vârstă, etnie, orientare sexuală, ideologie, religie sau abilitățile fizice sau mentale. Remunerația angajaților este determinată de rol, iar remunerația plătită la oră include în general componente fixe și variabile.

Compartimentul de Compensații și Beneficii din cadrul Departamentului nostru de Resurse Umane este responsabil pentru structurarea sistemului de remunerare, având în vedere cerințele legislative în vigoare. Acesta poate să primească eventuale recomandări de la Lidl Stiftung cu privire la acest subiect.

Suntem atenți la pachetele de compensații și beneficii pentru toate nivelurile de specialiști și manageri, ca răspuns la dinamismul pieței muncii, precum și la nevoia accentuată de competențe-cheie. Pentru a ne păstra nivelul competitiv al compensațiilor și beneficiilor pe care le oferim, efectuăm analize anuale, descrise în detaliu la pag. 59 din raportul nostru de sustenabilitate anterior⁷³. În plus, analizăm fluctuația timpurie în rândul angajaților noștri și motivele care conduc la schimbarea locului de muncă, pentru a ne asigura că pachetul de compensații și beneficii răspunde nevoilor personalului nostru.



În Lidl România, pachetele de compensații sunt peste mediana salarială din piața locală de retail (pentru rolurile din magazine și depozite) și peste mediana salarială din piața generală (pentru rolurile de specialiști și nivelurile manageriale).



Ca urmare a unor astfel de analize, în anul financiar 2021 a fost introdusă o politică de acordare a bonusurilor la nivelul Sediilor Regionale. În plus, valoarea tichetelor de masă pentru angajații noștri a fost crescută, iar numărul tichetelor a rămas același.

⁷³ Sursa: Lidl România, Raport de sustenabilitate pentru anul financiar 2020 – <https://bit.ly/3whJOkd>



Formarea și dezvoltarea angajaților

Ca angajatori, companiile sunt responsabile pentru oamenii care lucrează pentru ele. Acest aspect nu include doar asigurarea unei predictibilități, ci și sprijinirea în mod activ a dezvoltării angajaților și încurajarea lor să învețe continuu. Aceasta este o modalitate prin care companiile contribuie activ la dezvoltarea personală și profesională a angajaților proprii.

În Lidl România, avem încredere în potențialul uriaș al propriilor noștri angajați, de la cei aflați la început de drum profesional până la cei cu mulți ani de experiență. De aceea, credem că responsabilitatea pe care o avem față de angajații noștri constă și în oferirea de oportunități de formare personalizate. Astfel, le asigurăm un mediu în care ei pot continua să se dezvolte. Lidl România a elaborat numeroase programe și inițiative care răspund acestui scop.

Lidl România și-a menținut certificarea Top Employer și în anul 2021 cu un scor cu 6,98% mai mare decât în anul precedent. Cu ajutorul acestei certificări, vizibilitatea noastră ca angajator crește, punând accent pe stabilitatea locului de muncă, compensații corecte și pe o cultură deschisă și solidă, care le oferă candidaților și angajaților noștri mai multă încredere.

* Certificatul Top Employer este acordat de organizația internațională Top Employer Institute.



Rezultatele din ultimii ani obținute atât ca retailer⁷⁴, cât și ca angajator⁷⁵ ne motivează să **continuăm eforturile și investițiile pe care le facem cu scopul de a contribui la dezvoltarea continuă a colegilor noștri**, indiferent de poziția pe care o ocupă la un anumit moment în companie.



Urmărim acest scop prin gradul de completare a planurilor individuale de dezvoltare a angajaților, prin monitorizarea catalogului de măsuri de dezvoltare a angajaților și,

nu în ultimul rând, prin feedbackul primit de la colegi la finalul fiecărui curs. În același timp, **chestionarul Talent Management** ne ajută să analizăm calitatea procesului anual de evaluare a performanței și a dezvoltării competențelor, așa cum este perceput de fiecare coleg în parte.

Prin toate aceste măsuri, ne asigurăm că performanța generală a organizației este corelată cu performanța individuală. În plus, la finalul anului 2021, structura Departamentului de **Formare și Dezvoltare** s-a modificat, prin includerea echipei **Engagement**, pentru a asigura și în acest mod o viziune unitară asupra experienței angajaților, de la intrarea în companie și de-a lungul întregii lor cariere alături de noi. Noua

structură a departamentului ne va ajuta să obținem coerență în mesaje și proiectele referitoare la integrarea și dezvoltarea angajaților și să contribuim la o satisfacție ridicată a colegilor față de locul lor de muncă. Această modificare se va oglindi în totalitate în strategia noastră pentru anul financiar 2022.

În cadrul companiei noastre există o paletă diversă de programe de dezvoltare pentru diferitele roluri din cadrul organizației. În cele ce urmează vom prezenta **evoluția strategiei noastre de formare, dezvoltare și engagement**, precum și a unor programe și inițiative în aceste domenii, din anul financiar 2021.



Subdepartamentul de Formare și Dezvoltare din cadrul Departamentului HR este responsabil pentru formarea și dezvoltarea angajaților. Acesta coordonează punerea în aplicare a tuturor măsurilor asociate cu competența internă, având în vedere cerințele și normele legale în vigoare.

TIPURILE DE PROGRAME DE FORMARE ȘI EDUCARE PENTRU ANGAJAȚI DESFĂȘURATE ÎN CADRUL LIDL ROMÂNIA



PROGRAME PENTRU NOII ANGAJAȚI

Gama largă de programe oferite noilor angajați reprezintă o modalitate prin care urmărim să furnizăm proaspeților angajați perspective sigure și interesante.

Integrare

De la bun început, dorim ca angajații noștri să fie pregătiți în mod optim și adecvat pentru responsabilitățile ce le revin. Pe lângă faptul că sunt sprijiniți îndeaproape de manageri și colegi, toți angajații noi primesc un plan de inițiere detaliat și personalizat. Acesta include informații și proceduri de integrare, personalizate pentru fiecare individ.

Sistemul un prieten

Prin acest sistem, fiecărui angajat îi este atribuit un „prieten” de îndată ce a început să lucreze pentru companie. Rolul prietenilor este de a-i ajuta pe noii angajați să se integreze atât în companie, cât și în departamentul sau echipa în cadrul căreia își desfășoară activitatea.

⁷⁴ Sursa: economica.net - https://www.economica.net/avem-un-nou-lider-pe-piata-retailului-alimentar-din-romania-lidl-ia-locul-kaufland-dupa-o-crestere-a-vanzarilor-de- peste-30_514249.html

⁷⁵ Sursa: Top Employers Europe/ Romania - <https://www.top-employers.com/en/certified-top-employers-search/?certification=Europe&page=3>

PROCESUL DE MANAGEMENT DE TALENTE ȘI EDUCAREA ȘI FORMAREA CONTINUE

După perioada de integrare, suntem preocupați să utilizăm potențialul fiecărui angajat, arătându-i fiecăruia perspectivele pe care le are la dispoziție pentru dezvoltarea individuală.

Managementul de talente este gestionat astfel încât să fie uniform și echitabil pentru toți angajații noștri. Anual are loc o întâlnire între angajat și manager în care este evaluată performanța angajatului, prilej de feedback referitor la rezultatele și abilitățile acestuia, precum și de trecere în revistă a oportunităților de dezvoltare pentru anul următor.

Angajații și managerii din Lidl România pot alege dintr-o serie largă de prezentări, cursuri, seminare și sesiuni de formare, workshopuri și cursuri online disponibile pentru dezvoltarea lor profesională. Angajații din magazine și din centrele logistice au la dispoziție un terminal cu diferite cursuri online.

DEZVOLTAREA NIVELULUI EXECUTIV

Pentru a dezvolta angajații potriviți ca lideri de echipă, șefi de departament sau directori regionali, în 2020 a fost implementat la nivel internațional un program de dezvoltare executivă pe toate palierele. Sunt organizate diverse zile de dezvoltare și seminare prin care potențialii manageri sunt instruiți în domenii precum comunicare sau leadership, oferindu-li-se astfel abilitățile de care vor avea nevoie în viitoarele roluri. Lidl România are responsabilitatea de a-și dezvolta liderii de echipă și șefii de departamente. Procesul de calificare ca Director Regional este parte a programului la nivel internațional.



Un alt **element de dezvoltare profesională** îl reprezintă programul de rotație a joburilor, desfășurat la nivel internațional, care este coordonat și implementat în strânsă consultare cu Lidl Stiftung. Acest program este conceput atât pentru a le oferi angajaților de la nivel junior în sus o oportunitate de **dezvoltare personală în străinătate**, cât și pentru a încuraja activ schimbul internațional de angajați. Sederea în străinătate durează între 12 și 24 de luni, timp în care participanții parcurg un curs de limbă, se familiarizează cu activitățile desfășurate în țara-gazdă și, ulterior, muncesc independent în diverse roluri/ poziții din organizație. Lidl România beneficiază de aceste schimburi și este implicat în program. În perioada de raportare, am trimis 3 participanți în cadrul Lidl în alte țări.

În perioada de raportare, am continuat să ne axăm pe întărirea schimbărilor pozitive, profesionale și personale, dobândite de colegii noștri în urma participării lor la programe de instruire. Ne-am concentrat și pe îmbunătățirea calității proceselor și proiectelor aflate în derulare, care au impact direct atât asupra experienței angajaților noștri, cât și asupra dezvoltării lor.

Prin urmare, în anul 2021, unul dintre punctele esențiale în strategia Departamentului de Resurse Umane a fost **digitalizarea**. Aceasta s-a reflectat în procesul de integrare în organizație a noilor colegi, precum și în programele de dezvoltare ulterioară a celorlalți colegi.

Am oferit soluții de învățare în mediul online ca variantă la învățarea clasică, în sală. În ultimul trimestru al anului financiar 2021, am inițiat lansarea etapizată a materialelor de tip e-Learning create de

LinkedIn Learning. Elaborarea acestor materiale a fost corelată cu alte proiecte și mesaje-cheie specifice, astfel încât colegii noștri să le accepte și utilizeze cu ușurință. Materialele pot fi accesate de toți colegii din sediul central și din sediile regionale.

Procesul de integrare include acum planul de școlarizare digital – o platformă apărută în urma nevoilor de simplificare și eficientizare a timpului de lucru pentru colegii implicați în acest proces (manageri, mentori și echipa de Formare și Dezvoltare). În decursul anului 2021, aceasta a fost testată intern și implementată în trei departamente din sediul central. Toți colegii care au adresă de e-mail pe contul Lidl și un instrument electronic de muncă (telefon, laptop sau tabletă) pot accesa această platformă. În anul financiar 2022, platforma va fi extinsă la nivel național, ceea ce va permite și monitorizarea numărului de ore investite în școlarizare în procesul de integrare a noilor colegi.



Tot în cursul anului financiar 2021, am creat un nou program de formare, axat pe îmbunătățirea competențelor profesionale și de conducere pentru colegii promovați recent în funcții de management în cadrul magazinelor noastre, dar și pentru angajații noi. Numit **LidlShip Start Vânzări**, cursul reunește atât competențe de tip soft skills, cât și cunoștințe de specialitate din zona operațională, care au fost complet revizuite. Un număr total de 62 de manageri de magazin, 175 de manageri adjuncți și 523 de manageri asistenți, toți parte din aceleași echipe de management de magazin, au participat la program în anul 2021.

În cadrul programului **Leadership în vânzări**, pe baza rezultatelor din etapa de măsurare a impactului programului, Șefii de vânzări și-au definit planurile individuale de dezvoltare și le-au discutat cu Directorii de vânzări, ca parte din Dialogul pentru dezvoltare. De-a lungul anului 2021, Șefii de vânzări și-au pus în practică întreaga paletă de cunoștințe dobândite în ediția din 2020 a programului **Leadership în vânzări**, utilizând instrumente specifice de dezvoltare la care au avut acces în cadrul programului.



Dezvoltarea șefilor de vânzări rămâne o arie de interes și în 2022, făcând legătura cu programul **Antreprenor în vânzări**, prin instrumentele variate de dezvoltare atât a propriilor competențe, cât și a colegilor de echipă. În plus, cei cu potențial vor continua să participe la programul de dezvoltare accelerată **Lidl Express** pentru șefii de vânzări.

Așa cum ne-am luat angajamentul în raportul anterior, programul **Antreprenor în vânzări** a intrat în 2021 într-o etapă de măsurare a impactului. Aceasta s-a realizat prin administrarea de teste de raționament situațional și de chestionare de autoevaluare. În baza acestora, participanții au primit rapoarte personalizate privind competențele dobândite în cadrul programului. Aceste rapoarte stau la baza dialogului privind dezvoltarea, parte din procesul anual de evaluare a performanței și de dezvoltare a competențelor. Totodată, rezultatele menționate în aceste rapoarte individualizate sunt utilizate în stabilirea planurilor individuale de dezvoltare pentru anul următor. În cursul anului 2022, colegii vor avea acces la o gamă variată de instrumente de învățare care să îi sprijine să-și îndeplinească planul individual de dezvoltare.

Academia Direction of LidlShip: în baza feedbackului participanților la ediția anterioară, am integrat în program o nouă componentă, care să contribuie la dezvoltarea unei culturi de împărtășire a bunelor practici, de feedback și de susținere și încurajare între participanți.

Pentru anul 2022, ne propunem să regândim conținutul abordat pe parcursul întregului program și să actualizăm formatul, pentru a ne asigura că rămâne aplicabil și relevant și în context postpandemic.



În ceea ce privește programul **Foundation of LidlShip @Logistics**, așa cum ne-am angajat în raportul anterior, bazându-ne pe rezultatele din etapa de evaluare, am construit planurile de continuare a dezvoltării personale pentru cei implicați în program. Astfel, în 2021 s-au desfășurat primele două module din program, axate pe rolul managerilor de grupă. Aceste module au vizat abilități de ascultare activă, stiluri de comunicare și feedback, precum și alte teme care încurajează bunele practici în interacțiunea manager-angajat. În 2022, vom continua dezvoltarea managerilor de grupă, prin sesiuni dedicate dezvoltării echipei, organizarea propriei activități și gestionarea conflictelor.

În următoarea perioadă de raportare, vom continua să adaptăm materialele de curs, astfel încât acestea să-și păstreze relevanța. În plus, vom încuraja colegii să acceseze materialele și programele de tip e-Learning, pentru a-și completa cunoștințele de specialitate specifice fiecărui rol.



Anual, evaluăm performanța angajaților noștri prin procesul de **Talent Management**, prin care este stabilită și direcția de dezvoltare și de creștere a competențelor lor.

În anul financiar 2021, un număr de 2.671 de angajați ai Lidl România au participat la proces online, prin intermediul formularului de evaluare din platforma noastră internă de evaluare, adică aproximativ 29,81% din întregul colectiv.

Restul angajaților au participat la procesul de Talent Management prin intermediul formularului de evaluare în format fizic, care respectă însă același format ca cel online.

Totodată, în procesul de Talent Management este inclus și un chestionar online, la care au acces toți angajații, indiferent că își desfășoară activitatea în magazine, în Sediile Regionale sau în Sediul Central. La acest chestionar au răspuns în 2021 30% dintre angajații noștri.

Categoria de angajați	2020	2021
Senior management	71	81
Junior management și angajați	2.297	2.590

Colectăm constant feedback din partea colegilor, care pot contribui și direct cu sugestii și propuneri de inițiative, folosind o adresă de e-mail creată în acest scop. Aceasta poate fi utilizată de toți colegii. Timpul mediu de răspuns la sugestiile primite de la colegi este de 48 de ore.



De asemenea, în orice inițiativă implicăm încă din etapa de design stakeholderii relevanți, iar, pe parcursul derulării acesteia dar și la final, culegem, prin chestionare, feedback de la colegi. Astfel, ne asigurăm că integrăm și perspectiva lor în desfășurarea viitoarelor programe. **Toate programele noastre de instruire iau naștere în urma unei etape de design și pentru fiecare există etape intermediare în care, împreună cu partenerii inițiativei respective și cu cei interesați, analizăm progresul, discutăm statusul și pașii următori.**

În ceea ce privește modalitățile de feedback din partea angajaților, continuăm utilizarea **Chestionarului angajatului (Pulse Survey)**. Urmărim răspunsurile primite, pentru a le transforma în măsuri. Astfel, plecând de la arile identificate prin intermediul Chestionarului angajatului, colectăm feedback calitativ de la colegii din sediul central. În această etapă utilizăm ca instrument Employee Voice Up. Colegi din fiecare departament, parte din echipa de proiect, au discutat individual cu colegii de echipă din respectivul departament pentru a identifica acțiuni care să conducă la îmbunătățirea climatului de lucru în echipă. Astfel, au fost identificate acțiuni precum următoarele:

dezvoltarea unui program de mentorat, recomunicarea principiilor pentru vinerea scurtă și pentru programul de lucru flexibil, inclusiv a beneficiilor lucrului de acasă și adaptarea acestuia la nevoile colegilor eligibili.

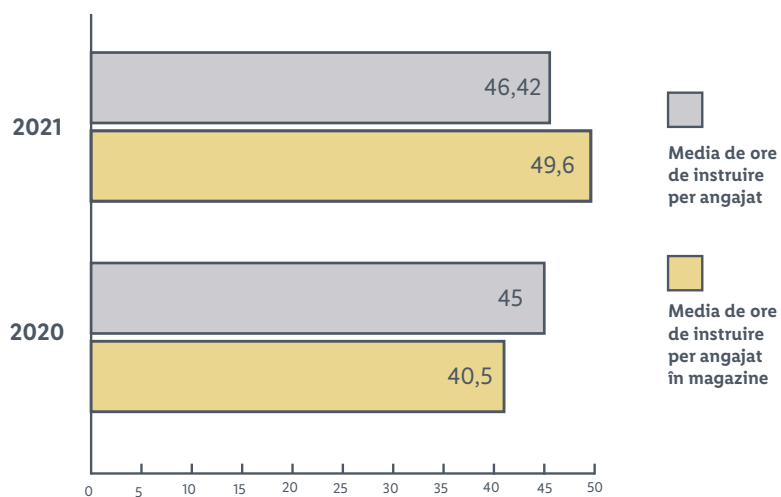
Pentru anul următor, ne propunem să extindem proiectul de urmărire a rezultatelor Chestionarului angajatului, pentru a le transforma în măsuri și în sediile regionale. Pentru aceasta vom folosi instrumentul Stay Interview, care înseamnă discuții unu-la-unu între persoana de încredere și angajații activi.

Tot în 2021, ca urmare a creionării nevoilor de dezvoltare pentru rolul de Director de sediu regional, a apărut conceptul **Inspire LidlShip**. Acesta se va baza pe învățare experiențială, socială și formală, pentru a facilita dezvoltarea abilităților de leadership situațional, de comunicare cu impact pozitiv și de a-i inspira pe ceilalți. Programul va fi implementat în următorul an financiar.

În perioada următoare vom revizui și adapta programele la contextul postpandemic, pentru a le păstra relevante și axate pe nevoile de dezvoltare ale

colegilor noștri. În acest scop, vom utiliza instrumente digitale în completarea celor clasice, vom actualiza catalogul de măsuri de dezvoltare și vom uni perspectiva de învățare cu cea de engagement, pentru o experiență pozitivă pentru toți colegii noștri, indiferent când s-au alăturat organizației.

În cursul perioadei de raportare, angajații Lidl România au participat la 46,42 de ore de formare și educare în medie per angajat.



Căutăm în continuare o soluție digitală optimă care să ne ajute să monitorizăm numărul de ore de formare profesională, distribuția pe gen și pe tip de contracte de muncă și colaborăm cu colegii de la nivel de grup în acest sens.



PENTRU
UN VIITOR
MAI BUN





CLIEŢI

PRODUSE RESPONSABILE

Produse sustenabile

Furnizori locali

Produse de calitate şi siguranţa produselor

TRANSPARENŢĂ LA PUNCTUL DE VÂNZARE

Trasabilitate

Ingrediente şi informaţii nutriţionale

Etichetarea produselor

CREAREA DE VALOARE SOCIALĂ

Cetăţenie corporativă

Conformitate

Dezvoltare locală

Cooperare

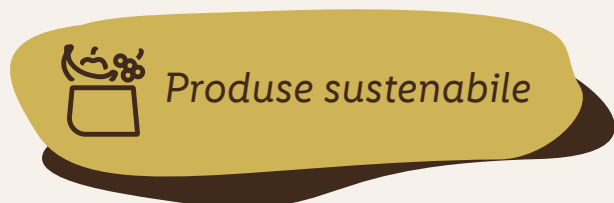
COMUNICARE RESPONSABILĂ

Dialogul cu părţile interesate

Informarea consumatorilor



PRODUSE RESPONSABILE



Interesul în creştere al consumatorilor pentru produse sustenabile a influenţat şi agenda politică europeană. Astfel, la începutul anului 2022, Comisia Europeană a adoptat un set de măsuri⁷⁶ prin care produsele sustenabile vor deveni norma, nu excepţia, la raft.

Setul de propuneri vizează acţiuni al căror scop este reducerea impacturilor negative ale produselor încă din faza de design, creşterea calităţii informaţiilor prezentate consumatorilor, prevenirea distrugerii bunurilor nevândute şi creşterea ponderii de produse verzi în totalul achiziţiilor publice.

Mai mult, în perioada 2022-2024 urmează a fi introduse noi tipuri de etichete, un plan în acest sens aflându-se în curs de implementare.

În raportul nostru de sustenabilitate anterior, la pag. 64, am explicat de ce tema Produse sustenabile a reieşit ca fiind materială, precum şi modul în care ne canalizăm eforturile pentru a gestiona tot ce ţine de acest aspect.

Pentru că avem o relaţie deschisă cu clienţii noştri, de la care primim constant feedback, pe toate canalele (vezi Dialogul cu părţile interesate, la pag. 81 a acestui document), suntem conştienţi de apetitul tot mai mare al acestora pentru produse sustenabile.

Satisfacţia noastră este mare şi atunci când constatăm că toate departamentele noastre colaborează pentru a aduce un plus de satisfacţie în rândul clienţilor, şi când rezultatele demonstrează că promisiunile, manifestate ca o formă de respect, prind viaţă şi cresc încrederea clienţilor în noi.

Iată cum a evoluat de la ultimul nostru raport de sustenabilitate numărul de produse marcă proprie sustenabile disponibile pe rafturile magazinelor Lidl:

Tip de articole produse în mod responsabil	2020	2021
 Articole BIO	339	368
 Articole FSC	193	299
 Articole UTZ	299	354
 Articole Organic Cotton	573	0 ⁷⁷
 Articole MSC	80	120
 Articole GOTS	1.235	168
 Articole Dolphin Safe	4	3
 Articole Rainforest	15	186
Total	2.738	1.498

Îi invităm pe cei care nu au descoperit încă Politicile noastre pentru un sortiment responsabil, dar şi pe cei care sunt dornici să acceseze informaţii la zi legate de acest subiect, inclusiv angajamentele noastre în acest domeniu, să viziteze website-ul nostru, la <https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/politici-sortiment>

⁷⁶ Sursa: Comisia Europeană, About Sustainable Products –

https://ec.europa.eu/info/energy-climate-change-environment/standards-tools-and-labels/products-labelling-rules-and-requirements/sustainable-products/about-sustainable-products_en

⁷⁷ Începând cu anul financiar 2021, toate articolele Organic Cotton se regăsesc sub umbrela articole GOTS.



Furnizori locali

Disfuncționalitățile apărute în lanțurile globale de aprovizionare ca urmare a pandemiei de COVID-19 și, mai recent, a conflictului din Ucraina au demonstrat că **fiecare verigă trebuie reanalizată**. Conform unei analize⁷⁸ efectuate la cererea Parlamentului European, **timpii de livrare din sectorul de producție au ajuns la cele mai mari valori din ultimii 23 de ani, de când se colectează date în acest sens**. Capacitatea logistică a fost, de asemenea, serios perturbată. Întârzierile înregistrate de administrațiile portuare au depășit șase zile (timp de așteptare a unei nave în radă), iar aglomerarea din porturi provocată de lipsa de personal și șoferi a condus și la o criză de containere.

Eforturile pentru asigurarea continuității în aprovizionare sunt imense, ceea ce sporește importanța unei relații solide și de durată cu furnizorii locali.

În ceea ce privește motivele pentru care această temă a reieșit ca fiind materială pentru procesul de raportare de sustenabilitate, modul în care o abordăm, responsabilii din companie și rolurile pe care le au, dar și indicatorii de performanță pe care îi urmărim, toate acestea au fost explicate la pag. 65-67 ale raportului de sustenabilitate anterior și nu au suportat modificări.

	2020	2021
Număr de furnizori de produse și servicii – locali	3.039	3.249
Număr de furnizori de produse și servicii – externi	1.611	1.765
Total	4.650	5.014

67%

fructe și legume
provenite de la
furnizori locali în
vârf de sezon



Din cantitatea totală de fructe și legume achiziționate în perioada de raportare, 42% a provenit de la furnizori locali. În perioada de vârf de sezon (iulie-august 2021), 67% dintre fructele și legumele disponibile la rafturile noastre au provenit de la furnizori locali.

⁷⁸ Sursa: Parlamentul European, Resilience of Global Supply Chains – [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/698815/EPRS_BRI\(2021\)698815_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/698815/EPRS_BRI(2021)698815_EN.pdf)



CLIEŢI

+43%

producători locali
de fructe și legume



Numărul total al producătorilor locali de fructe și legume care au găsit la Lidl o piață de desfacere a crescut cu 43% față de anul anterior.

	2020	2021
Numărul furnizorilor din România – sortimentul permanent	314	329
Numărul furnizorilor din România – întregul sortiment	424	447
Numărul de articole românești – sortimentul permanent	1.278	1.314
Numărul de articole românești – întregul sortiment	3.093	3.249
Numărul de articole Cămara noastră	165	151

	2020	2021
Creșterea valorii mărfii achiziționate de la furnizorii români pentru sortimentul permanent de produse	30%	15%
Valoarea mărfii achiziționate de la furnizorii români pentru tot sortimentul de produse (procent din total)	46%	45%
Creșterea valorii mărfii achiziționate de la furnizorii români pentru tot sortimentul de produse	32%	17%
Cantitatea de fructe și legume românești (tone)	118.635	129.098
Facilitarea exportului de produse ale furnizorilor români (milioane euro)	56	65



65.000.000
EURO

valoarea produselor exportate
de furnizorii români către
magazinele Lidl din Europa



Produse de calitate și siguranța produselor

Comisia Europeană are o serie întreagă de inițiative⁷⁹ prin care vizează informarea și educarea consumatorului în direcția citirii și interpretării corecte a diferitelor tipuri de mărci și etichete folosite pentru a semnaliza standardele de calitate și siguranță.

La rândul nostru, am elaborat și publicat o serie întreagă de politici⁸⁰ care să-i ajute, pe de o parte, pe furnizori să se pună la punct cu cele mai noi practici în domeniul calității și siguranței produselor, iar pe

de altă parte, pe consumatorii dornici să se asigure că produsele existente la raft respectă standardele pe care ei le caută.

Una dintre metodele utilizate în asigurarea standardelor de calitate este auditul la producător. Dacă în 2020, din cauza restricțiilor sanitare, a trebuit să ne conformăm și să limităm această practică (fără însă a renunța complet la ea), în anul financiar 2021 situația s-a schimbat radical.

	2020	2021
Numărul de audituri în fabrici	29	76
Procentul fabricilor care au obținut oricare dintre certificările pe care le solicităm	11%	99%

⁷⁹ Sursa: website-ul Comisiei Europene, secțiunea dedicată mărcilor și etichetelor folosite în statele membre UE pentru informarea consumatorilor cu privire la standardele de calitate și siguranță a produselor – https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/product-safety-and-requirements/eu-labels_en

⁸⁰ Sursa: website-ul Lidl România, secțiunea Politici pentru un sortiment responsabil – <https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/politici-sortiment>

A fost reluată şi practica de a efectua analize ale produselor noastre, creşterea numărului de analize faţă de anul anterior perioadei curente de raportare fiind de 6%. Acelaşi procent (6%) a fost înregistrat şi în cazul produselor care au necesitat îmbunătăţiri în urma analizelor. Din acest punct de vedere, situaţia a rămas aceeaşi ca în 2020.

	2020	2021
Numărul de analize ale produselor Lidl (alimentare)	1.873	1.989
Procentul de produse care au necesitat îmbunătăţiri după analize	6%	6%

Din păcate, degustarea produselor de către clienţii noştri nu s-a putut relua nici în anul financiar 2021.

Am considerat că sănătatea şi siguranţa lor este extrem de importantă şi am preferat să amânăm această interacţiune până în momentul în care vom avea cu toţii siguranţa de a putea interacţiona în afara oricărui risc legat de sănătate.

În anul financiar 2021, au fost retrase de la raft 267 de articole individuale (faţă de 351 în anul anterior) şi am înregistrat 315 informări de retragere (faţă de 408 în anul anterior). În continuare, politica noastră a urmărit ca produsele improprii consumului să fie distruse în depozit, iar cele bune de consum să fie returnate furnizorului sau donate către băncile pentru alimente.

TRANSPARENŢĂ LA PUNCTUL DE VÂNZARE

Trasabilitate

Ingrediente şi informaţii nutriţionale

Etichetarea produselor

Sursa ingredientelor, producătorul, conţinutul şi impactul de mediu şi/ sau social al acestuia, modul în care un produs poate fi utilizat în siguranţă – iată doar câteva exemple de informaţii pe care clienţii noştri le caută pe etichetele articolelor disponibile pe

rafturile magazinelor Lidl şi o explicaţie pentru care cele trei domenii materiale (Transparenţă, Ingrediente şi informaţii nutriţionale şi Etichetarea produselor) au reieşit ca relevante pentru procesul de raportare de sustenabilitate.

La pag. 70-71 ale raportului nostru anterior am explicat măsurile pe care le luăm astfel încât să satisfacem nevoia de informare a consumatorului.

Față de anul anterior, nu au existat modificări în rolurile și responsabilitățile departamentelor de resort, nici în modul în care gestionăm aceste aspecte.

La fel ca în anul anterior, nici în perioada curentă de raportare nu au fost înregistrate sesizări privind comunicarea comercială a Lidl Discount SRL, conform raportului obținut din partea RAC (Romanian Advertising Council).

CREAREA DE VALOARE SOCIALĂ



Cetățenie corporativă

Continuând să urmărim misiunea „**Pentru un viitor mai bun**”, am susținut și în anul financiar 2021 programe ale unor organizații neguvernamentale cu experiență în domeniile: mediu, educație, dezvoltarea serviciilor de urgență și dezvoltarea comunităților, cu care am creat de-a lungul timpului relații de colaborare pe termen lung. Scopul acestor investiții este dublu, și anume: de atenuare a impacturilor negative, prin investițiile sociale și de mediu, și de întărire a impacturilor pozitive, prin investițiile în educație și serviciile de urgență.



peste
35.000.000 lei
investiții sociale

În anul 2021, am investit:

- ✓ peste **13,6 MILIOANE** de lei în programe de mediu;
- ✓ peste **10 MILIOANE** de lei în educație;
- ✓ peste **2,8 MILIOANE** de lei în dezvoltarea serviciilor de urgență;
- ✓ peste **8,6 MILIOANE** de lei în dezvoltarea comunităților și în parteneriate strategice.

Prezentăm mai jos programele, proiectele și inițiativele susținute în anul financiar 2021:

MEDIU



Asociația MaiMultVerde – Cu Apele Curate

Din 2019, programul urmărește **obiectivul de reducere a cantității de plastic din apele Dunării**, printr-un proces de activare a comunităților locale din orașele situate pe malurile fluviului și ale afluenților acestuia.

Rezultate în 2021:

- ✓ 35 de acțiuni de ecologizare, cu 1.200 de voluntari, a 12 tone de plastic colectate;
- ✓ 3 bariere plutitoare instalate (Cerna, Buzău, Olt) a 11 tone de plastic colectate;
- ✓ 4 maluri ale Dunării echipate cu sisteme de colectare separată (Islaz, Giurgiu, Zimnicea, Cernavodă) a 50 de tone de plastic colectate;
- ✓ 30 de evenimente comunitare în localitățile riverane; în total, 2.500 de participanți;
- ✓ 45 de proiecții de film tematice în licee, cu 1.500 participanți;
- ✓ 8 cișmele cu sisteme de filtrare a apei;
- ✓ 5 picturi murale (Brăila, Galați, Giurgiu).

Pe 5 iunie 2021, de **Ziua Mondială a Mediului**, Asociația MaiMultVerde împreună cu Doru Panaitescu au lansat cartea „Manifest pentru Dunăre”. Conștând într-o colecție impresionantă de fotografii din natura invadată de plastic și un ghid de identificare a păsărilor și animalelor prezente de-a lungul Dunării, cartea reprezintă un semnal de alarmă asupra poluării cu plastic, care afectează nu doar Dunărea, ci întreaga noastră existență.



Fundația The Institute – ASAP Romania

Având scopul de a educa tinerii (14-20 ani) cu privire la folosirea responsabilă a plasticului, la impactul plasticului asupra mediului și la adoptarea unui comportament responsabil în relația cu mediul, în 2021 programul **a avut următoarele rezultate:**

- ✓ 38.000 de semnături pentru petiția ASAP, care urmărește implementarea legislației în vigoare privind colectarea separată;
- ✓ aproape 1.000 de școli înscrise în program;
- ✓ aproape 550.000 de elevi înscriși în program;
- ✓ 15 orașe (Constanța, Brașov, Iași, Brăila, Alba Iulia, Sibiu, Arad, Zalău, Alexandria, Râmnicu Vâlcea, Bistrița, Târgoviște, Târgu-Mureș, Slobozia) și 4 sectoare (sectoarele 1, 2, 3 și 6) din București în care se implementează programul ASAP;
- ✓ 13,5 tone de plastic colectate din unitățile de învățământ în trimestrul I din 2022.



Reteaua națională a Băncilor pentru Alimente din România

Cu scopul de a diminua risipa alimentară și a reduce sărăcia și foametea în rândul categoriilor defavorizate, în 2021, rețeaua se compune din 9 bănci regionale în București, Cluj-Napoca, Roman, Timișoara, Craiova, Brașov, Constanța, Galați și Oradea. Am continuat, pentru al cincilea an consecutiv, susținerea financiară pentru funcționarea acestora, însoțită de donații de alimente din toate Sediile noastre Regionale.



WWF – Patrula Zero Plastic

Aflat în **al doilea an de implementare**, programul are scopul de a crește gradul de informare și educare a comunităților și a turiștilor privind impactul plasticului asupra naturii. În 2021, voluntarii au patrat pe barcă peste 1.500 de kilometri din Delta și au colectat 1,3 tone de plastic trimis spre reciclare.



Centrul Step by Step – educație timpurie

Obiectivele programului prin care **susținem educația timpurie** sunt evaluarea, documentarea și asistența tehnică pentru susținerea practicilor de calitate, dezvoltarea de resurse pentru formare continuă și extinderea programului pentru personalul din educația timpurie.

Rezultate în anul 2021:

- ✓ peste 2.350 de cadre didactice participante la cursuri de formare în metodologia alternativă educațională Step by Step;
- ✓ peste 1.500 de profesioniști participanți la cursurile de formare și schimburi de bune practici desfășurate online pentru creșterea competențelor, dar și pentru susținerea practicilor de calitate pentru profesioniștii din educația timpurie (creșe și grădinițe);
- ✓ platforma educatietimpurie.net, lansată în ianuarie 2021.



Salvați Copiii

Organizația contribuie la diminuarea abandonului școlar, prin implementarea unui pachet de servicii educaționale și sociale care să răspundă cât mai concret nevoilor copiilor din grupuri vulnerabile. În anul 2021, am susținut 260 de copii din comunități defavorizate din București, Târgoviște, Iași și Timișoara. Ei au participat la activități educative (grădiniță estivală, afterschool) și la un program de consiliere socială, în timp ce 184 de părinți ai acestor copii au beneficiat de consiliere psihosocială.

EDUCAȚIE

World Vision
ROMÂNIA



World Vision România – programul Pâine și Mâine

Din 2016, susținem scopul programului, de a preveni **abandonul școlar, neglijarea copiilor sau separarea acestora de familie**. Printre activități se numără cele de formare și asistență a profesorilor, consiliere a părinților, educație remedială și alfabetizare a copiilor și sprijin pentru copiii din medii defavorizate (masă caldă, dotarea cu materiale educaționale a claselor).

Rezultate în anul 2021:

- ✓ niciun copil înscris în program nu a abandonat școala;
- ✓ 99,9% dintre copii au finalizat clasa în care au fost înscrși;
- ✓ 81,3% din copiii incluși în program (elevi în clasele I-IV) au înregistrat un progres școlar semnificativ: au rezultate școlare mai bune la limba română și matematică;
- ✓ 276 de copii (de 3 ani în program) au finalizat clasa a IV-a, nivel de învățământ primar din educația de bază.

În 2021, programul Pâine și Mâine **a fost nominalizat ca exemplu de bună practică la nivel național** de către ANPDCA – Autoritatea Națională pentru Protecția Drepturilor Copilului și Adopție, pentru modelul de intervenție propus privind acordarea de servicii socioeducaționale copiilor vulnerabili din mediul rural.

LEADERS®

Fundația Leaders – Ora de carieră

Organizația are ca scop descoperirea vocației elevilor de liceu și explorarea oportunităților de carieră. În 2021, 263 de elevi participanți la proiect au avut parte de două luni de învățare și activități de orientare în carieră, urmate de activități de implicare comunitară. La finalul proiectului, 42 de participanți au dorit să se implice în continuare în proiect și au devenit ambasadori ai proiectului.



CLIEŢI



ASOCIAȚIA
pentru VALORI
în
EDUCAȚIE

Asociația pentru Valori în Educație

Scopul organizației este acela de a susține directorii de școli și cadrele didactice să-și dezvolte instituțiile de învățământ, lucrând punctual la nevoile de dezvoltare ale fiecăreia.

Academia de Leadership și Management Școlar

Rezultate în anul 2021:

✓ 73 de directori au absolvit Academia de Leadership și Management Școlar (în total, academia numără 153 de alumni);

✓ 712 directori de școală din toată țara au intrat în programul de pregătire organizat de asociație (în colaborare cu 700 de lideri din mediul de afaceri), ca sprijin în pregătirea pentru Concursul național pentru ocuparea posturilor de directori de grădinițe, școli și licee;

✓ 96% din cei 712 au obținut mandatul de 4 ani.

Edu Networks

Proiectul Național de Transformare a
Educației în România

EduNetworks

Rezultate în anul 2021:

✓ 3.753 de profesori și 48.750 de copii din toată țara au fost susținuți pentru a transforma actul educațional, cu ajutorul specialiștilor în educație care se implică în această alianță.

CAMPANII REALIZATE ÎMPREUNĂ CU CLIEŢII



1.300.000 lei

Teach for Romania

Am susținut și anul acesta scopul organizației, de a facilita accesul la educație de calitate pentru cât mai mulți copii. În 2021, sprijinul Lidl (1.300.000 de lei donați ca urmare a campaniei **Școala în culori vesele** – prin care am donat 1 leu pentru fiecare articol din gama de rechizite achiziționat de clienții noștri) a contribuit la recrutarea a noi profesori în rețea, instruirea acestora și sprijinirea lor pe parcursul întregului an școlar, integrarea acestora în sistemul public de învățământ și la oferirea de burse pentru navetă sau relocare.

✓ 72 de cadre didactice din comunități vulnerabile din 22 de județe recrutate și instruite.

De asemenea, prin susținerea noastră am contribuit la deschiderea primului birou regional Teach for Romania pentru regiunea Moldova, în Iași. Pentru anul școlar 2021-2022 au fost recrutate 32 de cadre didactice.



820.000 lei

Campanie cause-related marketing – Crăciun Organizație: World Vision Romania

Împreună cu clienții noștri, **am donat 820.000 de lei** pentru susținerea componentei de digitalizare a programului Pâine și mâine și pentru suplimentarea susținerii financiare a programului.



Asociația Zi de Bine

Scopul organizației este acela de a susține cauze legate de educație, sănătate, incluziune socială, sărăcie și mediu. În 2021, prin sprijinul nostru, am contribuit la implementarea a 12 proiecte naționale, printre care se numără:

✓ **Booktruck** – o bibliotecă mobilă care staționează câte o zi în câte un sat, de unde doritorii pot împrumuta cărți, care se întorc peste o lună de zile să le recupereze și să lase altele. Poate deservi +20 de comunități care nu au acces la o bibliotecă;

✓ **Loc de Bine** – o cameră dedicată audierii minorilor (în cazuri ajunse în instanțe), după un protocol adaptat vârstei, de către un specialist intervievator, într-un spațiu amenajat cu elemente și materiale care să îl ajute să își spună povestea cu un risc cât mai mic de retraumatizare, după standarde europene.

SERVICII DE URGENȚĂ



Fundația pentru SMURD

Colaborarea noastră cu Fundația pentru SMURD s-a axat în principal pe **extinderea programului național de dotare cu motociclete de intervenție urbană tip SMURD** a celor mai aglomerate orașe din țară, prin operaționalizarea (achiziție și echipamente de protecție) a 6 motociclete (în Târgu-Mureș, Sibiu și Oradea, câte 2 per oraș).

De asemenea, am susținut:

- ✓ participarea a 19 medici la o sesiune de instruire în Italia despre utilizarea camerelor hiperbare din cadrul autospecialelor pentru tratamente hiperbarice și oxigenoterapie;
- ✓ achiziția și înlocuirea unei multifuncționale de descarcerare din dotarea elicopterului SMURD București;
- ✓ achiziția și înlocuirea ansamblului de corturi din cadrul Postului Medical Avansat aflat în dotarea Autospecialei de Intervenție la Accidente Colective și Calamități aparținând ISU Iași.



Fundația Comunitară București – Bucureștiul Pregătît

Am continuat susținerea programului privind **pregătirea pentru cutremur și alte dezastre majore**, alături de alte organizații finanțatoare. În 2021, au fost selectate pentru finanțare patru proiecte ale unor organizații cu experiență în informarea și educarea pe tema riscului seismic și în pregătirea pentru cutremur.

PARTENERIATE STRATEGICE



Code for Romania

Code for Romania – Civic Labs

2021 a fost cel de-al treilea an în care am susținut misiunea Code for Romania de a **digitaliza societatea românească**. Cu sprijinul Lidl, comunitatea a continuat eforturile de a cerceta, printr-o metodă unică în România, cele mai presante probleme ale societății românești și de a proiecta soluții digitale ca răspuns pentru acestea.

Rezultate în anul 2021:

- ✓ 5 rapoarte de cercetare și
 - ✓ peste 50 de soluții digitale proiectate în cinci domenii diferite: servicii de sănătate eficiente, acces la servicii de educație, managementul deșeurilor, incluziune pentru persoanele LGBTQ+, primării funcționale.
- Am continuat susținerea eforturilor Code for Romania în administrarea tehnologică a soluțiilor deja construite, pentru ca acestea să funcționeze la capacitate optimă.



ffcr FEDERAȚIA FUNDAȚIILE COMUNITARE DIN ROMÂNIA

Federația Fundațiile Comunitare din România – Fondul pentru un viitor mai bun în comunități

Lansat în 2020, acest program a continuat și în anul 2021. Un număr de 35 de inițiative din 5 orașe (Bacău, Baia Mare, Constanța, Ploiești și Timișoara) **au primit mentorat și sprijin financiar** (în valoare de 1.230.000 de lei) pentru derularea unor proiecte educaționale și de mediu în comunitățile locale.



AMBASADA SUSTENABILITĂȚII ÎN ROMÂNIA SUSTAINABILITY EMBASSY IN ROMANIA

Ambasada Sustenabilității și Coaliția pentru România Sustenabilă

Am continuat parteneriatul cu Ambasada Sustenabilității și Coaliția pentru România Sustenabilă, **sprijinind o serie de proiecte de promovare a sustenabilității în România**, așa cum am menționat și în raportul nostru anterior, la pag. 77.



Conformitate

Încălcarea prevederilor legislative în vigoare poate afecta reputația unei companii și atrage pierderi financiare. Mai mult decât atât, acestea pot conduce la cereri de despăgubiri din partea persoanelor afectate și, de asemenea, pot avea consecințe penale pentru angajații implicați sau pentru membrii organelor de conducere.

Conformarea necondiționată și imediată cu cerințele legale și eliminarea oricăror forme sau acte de corupție atât în cadrul companiei Lidl, cât și în lanțul de aprovizionare sunt cele două principii clare și obligatorii pentru activitatea noastră.

Pe durata anului financiar 2021, nu s-au produs schimbări față de perioada anterioară de raportare nici în structura departamentului sau în abordarea sistemului de conformitate și nici referitoare la funcția ofițerului de conformitate.

În scopul prevenirii riscurilor asociate, ne instruiăm periodic angajații și avem proceduri interne care reglementează aspecte precum beneficiile, cadourile și conflictele de interese.

Preocuparea noastră în 2021 cu privire la activitatea de instruire a fost legată de **programele de instruire online**, astfel încât fiecare angajat să poată accesa în mod facil informațiile referitoare la programul de conformitate. Am continuat, astfel, procesul de

conștientizare în rândul colegilor asupra **importanței respectării principiilor de conformitate în toate procesele de business.**

Principalele teme pe care s-a pus accent în programele de școlarizare din acest an au vizat regulile de conformitate și principiile de bază în protecția datelor. Colegii au avut acces pe tot parcursul anului la activitățile de instruire pe ambele teme, prin module de e-Learning.

Totodată, pentru minimizarea riscului de corupție, compania organizează în mod regulat sesiuni de training și comunicare pe astfel de teme pentru toți angajații companiei. **Toți membrii organelor de conducere au fost informați și instruiți cu privire la regulile privind anticorupția și conformitatea, în anul financiar 2021.** De asemenea, toți angajații (indiferent de rolul lor în cadrul companiei) au fost informați cu privire la comportamentul pe care trebuie să îl adopte în astfel de situații, în conformitate cu prevederile companiei.

În plus, prin implementarea planului de comunicare, am reușit să sporim gradul de conștientizare a colegilor despre principalele teme cu impact în desfășurarea activității la nivelul întregii companii.

Astfel, în anul financiar 2021, aproximativ 98% dintre colegii din sediul central și sediile regionale au

Toți angajații Lidl din sediul central și din sediile regionale participă la programul de școlarizare care include sesiuni dedicate ariilor de conformitate. Acestea se desfășoară atât în cadrul evenimentului de bun venit, cât și ulterior, pe parcursul relației de muncă, și includ:

- ✓ prezentarea principiilor de conformitate;
- ✓ politicile companiei cu privire la anticorupție și
- ✓ alte zone din programul de conformitate (de exemplu, protecția datelor, antifraudă, concurență).



participat la modulele de e-Learning, iar colegii din magazine, în proporție de aproximativ 93%.

Toți membrii din conducerea companiei au fost instruiți cu privire la principiile de conformitate Lidl, politicile companiei referitoare la anticorupție și principiile de protecția datelor. Politicile și procedurile noastre anticorupție au fost comunicate tuturor membrilor Consiliului de administrație, în vederea adoptării și implementării la nivelul companiei, fiindu-le comunicate și activitățile de conformitate desfășurate de-a lungul anului.

Pentru a preveni riscurile de conformitate și în lanțul de aprovizionare, toți partenerii de afaceri care încheie o relație contractuală cu Lidl sunt selectați inclusiv pe criterii de etică și sunt informați cu privire la regulile de conformitate și anticorupție ale companiei, prin Codul de conduită⁸¹ pe care îl semnează la începutul relației contractuale.

În Raportul nostru de sustenabilitate 2020, la pag. 68⁸², am prezentat pe larg sistemul de management al conformității (Compliance Management System – CMS) și modul în care este integrat în practicile noastre de business.

Datorită eficienței măsurilor implementate în cadrul ultimului exercițiu de risc, nu au existat modificări în modul în care s-a desfășurat procesul de evaluare din anul financiar 2021. Astfel, am evaluat riscurile potențiale la nivelul companiei și am analizat măsurile

interne existente (proceduri, instrucțiuni, fluxuri de lucru, școlarizări) pentru atenuarea riscurilor. Totodată, am identificat situații nou-apărute ca urmare a unor modificări legislative sau de proceduri și fluxuri interne care pot prezenta riscuri și am asigurat implementarea unor măsuri suplimentare care să diminueze situațiile riscante.

În urma exercițiului de evaluare a riscurilor de conformitate nu au fost identificate riscuri suplimentare sau majore. Măsurile aflate în implementare au fost evaluate ca suficiente, adecvate și eficiente în vederea eliminării sau diminuării riscurilor de conformitate, așa cum au fost acestea identificate și definite pentru fiecare arie de business în parte.

În perioada cuprinsă în acest raport, nu am înregistrat în rândul angajaților niciun incident de corupție și nu am avut niciun caz de concediere sau măsură disciplinară pentru corupție. Nu am avut niciun caz de contract reziliat sau neînnoit din motive de corupție și nici nu a existat vreun caz de corupție înaintat instanțelor locale împotriva companiei noastre sau a vreunui coleg.

În raportul nostru anterior, la pag. 79⁸³, am descris toată gama de canale de sesizare a încălcărilor de conformitate, prin intermediul cărora angajații noștri și terțele părți pot aduce la cunoștința companiei eventuale sesizări. Toate aceste canale (compliance@lidl.ro; aplicația BKMS direct pe www.lidl.ro; contactarea avocatului de încredere la lidl.consultanta@hotmail.ro) sunt publice, pe website-ul nostru, directe și deschise în permanență. Ele sunt comunicate tuturor angajaților, atât în cadrul școlarizărilor de conformitate, cât și pe pagina de intranet.

Atât la nivelul companiei, cât și la nivelul conducerii suntem ferm angajați în a respecta și a garanta aplicarea principiilor de conformitate în cadrul activității noastre. **În anul care urmează, ne propunem să continuăm implementarea activităților în următoarele arii:**

- ✓ instruirea colegilor pe teme specifice de conformitate, în scopul promovării principiilor eticii și conformității în toate procesele operaționale Lidl;
- ✓ identificarea și implementarea măsurilor potrivite pentru eliminarea potențialelor riscuri identificate în urma exercițiului de evaluare a riscurilor la nivelul întregii companii;
- ✓ implementarea planului de comunicare privind cele mai importante teme, cu impact în desfășurarea activității la nivelul companiei.

⁸¹ Sursa: Codul de conduită cuprinde principalele reguli de conduită în afaceri, principii agreeate la nivel de grup privind integritatea, corectitudinea și respectul față de lege – <https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/codul-de-conduită>

⁸² Sursa: Lidl România, Raport de sustenabilitate 2020 – <https://www.lidl.ro/ro/cataloge/raport-de-sustenabilitate-fy2019/view/overview/page/70>

⁸³ Sursa: Lidl România, Raport de sustenabilitate 2020 – <https://www.lidl.ro/ro/cataloge/raport-de-sustenabilitate-2020/view/overview/page/80>





CLIEŢI



Dezvoltare locală

Ne desfășurăm activitatea într-un **ecosistem interconectat la toate nivelurile**, iar succesul nostru depinde de succesul celorlalte entități private și publice active, indiferent dacă suntem sau nu parteneri. Indiferent că venim în întâmpinarea clienților din orașe mari sau mici, din zone dezvoltate sau mai puțin generoase cu condițiile de dezvoltare, **ne aducem aportul la bunăstarea zonei în care funcționăm**.

Facem acest lucru prin parteneriatele de afaceri pe care le avem cu furnizori din piața locală și pe care le dezvoltăm pe termen lung. În ceea ce privește producătorii locali de legume și fructe cu care colaborăm, am continuat să îi susținem din perspectiva comunicării și a marketingului, astfel că, în prezent,

seria de materiale video cu producătorii locali a ajuns la 70. Detalii privind relația noastră cu furnizorii locali și modul în care continuăm să îi susținem sunt incluse în capitolul Produse responsabile, secțiunea Furnizori locali, pag. 69.

Deschiderea de noi magazine și centre logistice în țară implică crearea de locuri de muncă pe piața locală și inițierea unor relații de colaborare la nivel local. Prin oferta salarială competitivă pe care o oferim, prin siguranța locului de muncă, precum și prin oportunitatea pregătirii permanente, personale și profesionale, contribuim la dezvoltarea comunităților locale. Direcționarea taxelor către bugetul de stat este o altă cale prin care contribuim la dezvoltare.



Cooperare

Sustenabilitatea este în ADN-ul companiei noastre. Suntem convinși că performanța noastră financiară își are bazele și în modul în care înțelegem să dezvoltăm relații de cooperare cu partenerii noștri în ceea ce privește inițiative și proiecte de sustenabilitate.

Alături de noi, fie ca parte din lanțul nostru de producție și aprovizionare, fie în proiecte de cercetare și dezvoltare, partenerii ne sprijină și ne inspiră să continuăm să aplicăm principiile dezvoltării durabile în activitățile de zi cu zi.

Rezultatele proiectelor colaborative pe care le-am derulat împreună cu partenerii noștri de-a lungul anului financiar 2021 sunt prezentate în acest raport în capitolele specifice fiecăror, după cum urmează:

- ✓ inițiativele privind îmbunătățirea flotei de transport, în capitolul Protecția mediului pe lanțul de aprovizionare și procesare, secțiunea Transport (LA), pag. 32;
- ✓ inițiativele pentru încorporarea principiilor economiei circulare în modul nostru de operare, în capitolul Protecția mediului pe lanțul de aprovizionare și procesare, secțiunea Economie circulară, pag. 33;
- ✓ inițiativele privind produsele Cămara noastră dezvoltate împreună cu furnizorii noștri, în capitolul Produse responsabile, secțiunea Furnizori locali, pag. 69.

COMUNICARE RESPONSABILĂ

GRI 102-43



Dialogul cu părțile interesate

Acesta este unul dintre domeniile care au reieșit ca fiind relevante atât pentru noi, ca organizație, cât și pentru stakeholderii noștri externi încă din consultările pentru primul nostru raport de sustenabilitate. De atunci, este o constantă în rapoartele noastre de sustenabilitate, pentru că reprezintă o constantă în modul nostru de operare.

An de an, din interacțiunea cu diferitele grupuri de stakeholderi, învățăm mai mult despre cum să ne ascultăm unii pe ceilalți, cum să fim mai eficienți și eficace în colaborările și parteneriatele noastre și cum să găsim împreună soluții care să ne ajute să ne atingem obiectivele comune.

Ne angajăm în dialog cu stakeholderii pentru a culege feedback despre performanța noastră pe diverse paliere din activitatea specifică, pentru a dezvolta împreună noi soluții sau produse mai sustenabile ori pentru a putea contribui transparent și constructiv la

dezvoltarea de politici publice sau la îmbunătățirea legislației din sfera sustenabilității.

Indiferent că vorbim despre angajați, producători și furnizori locali de bunuri și servicii sau despre clienți, colaboratori și parteneri din sfera academică ori a societății civile și chiar despre autorități locale și centrale, suntem la fel de **responsabili, transparenți și deschiși în comunicare.**

Ne-am referit la modul în care măsurăm gradul de satisfacție în rândul angajaților, precum și la modalitățile prin care colegii ne pot oferi feedback și pot propune idei de proiecte în capitolul Angajați din acest raport, în secțiunea Formarea și dezvoltarea angajaților, de la pag. 60, respectiv secțiunea Drepturile angajaților, de la pag. 55. Toate sugestiile și ideile primite de la colegi sunt analizate și se țin cont de ele în procesul de îmbunătățire a condițiilor și relațiilor de muncă.



În ceea ce priveşte dialogul pe care îl avem cu colegii pe teme specifice de sustenabilitate, eforturile noastre în această sferă s-au diversificat.



Din dorinţa de a ne informa şi instrui colegii cu privire la subiecte din domeniul sustenabilităţii, la iniţiativele şi programele realizate de companie, precum şi pentru a promova raportul de sustenabilitate, am organizat următoarele două iniţiative:

Joia sustenabilă (martie 2021 – februarie 2022)

O serie de 50 de postări (câte una pe săptămână) despre sustenabilitate, publicate pe aplicaţia internă pentru angajaţi.

Calendarul faptelor bune (martie 2021 – februarie 2022)

Calendar în format fizic cu informaţii despre măsurile, iniţiativele şi proiectele de sustenabilitate implementate de companie. A fost trimis către toate echipele. Fiecare lună conţinea şi o provocare de echipă, prin care colegii erau încurajaţi să se implice #PentruUnViitorMaiBun. Au fost înregistrate aproximativ 400 de înscrieri de la echipe locale pentru provocările lunare.

Serial #JurnalulAICSF (mai 2021)

Pentru a ne informa colegii despre proiectele şi iniţiativele de sustenabilitate realizate în colaborare cu ONG-uri şi alte organizaţii şi pentru a-i ajuta să se familiarizeze cu aceşti parteneri şi să înţeleagă mai bine demersurile Lidl din această zonă, am realizat o serie de 6 materiale video, în care am prezentat 6 dintre partenerii noştri din aria de sustenabilitate.

Hanorace #PentruUnViitorMaiBun (februarie 2022)

Pentru a promova cel mai recent raport de sustenabilitate, dar şi pentru a responsabiliza echipa Lidl România, ne-am încurajat colegii să alcătuim împreună un ghid de fapte simple pentru un viitor mai bun, pe care oricine le poate face acasă. Am primit aproximativ 500 de recomandări de fapte pe care orice coleg din Lidl le poate face #PentruUnViitorMaiBun, ocazie cu care 1.000 de hanorace confecţionate din materiale certificate şi inscripţionate cu mesaje de sustenabilitate au plecat către colegii înscrişi în concurs.

Sondaje în rândul clienţilor şi rezultate

În ceea ce priveşte interacţiunea cu clienţii noştri, secţiunea #PărereaTa a website-ului nostru a înregistrat în anul financiar 2021 un număr de 241.468 de comentarii. Colegii noştri au răspuns la 8.756 dintre ele, acestea reprezentând nemulţumiri ale clienţilor.



În plus față de cele deja prezentate, de-a lungul anului financiar 2021 am participat constant la întâlniri de lucru și dezbateri pe teme de sustenabilitate (economie și dezvoltare durabilă, mediu și schimbări climatice) în cadrul parteneriatului cu Coaliția pentru România Sustenabilă.

La finalul anului de raportare, am demarat procesul de actualizare a strategiei de sustenabilitate. Prin acest exercițiu avem ocazia, pe de o parte, să integrăm feedbackul stakeholderilor noștri, iar pe de altă parte, să ilustrăm în mod holistic impacturile pe care le producem prin întreaga noastră activitate și obiectivele noastre pe fiecare arie de impact.



Informarea consumatorilor

Suntem responsabili pentru efectele produse de-a lungul întregului lanț de valoare, prin exploatarea resurselor naturale și materiale, activitățile de producție și aprovizionare, felul în care ne organizăm activitatea în magazine, centre logistice și la sediul central și prin modul în care interacționăm cu partenerii și cu clienții noștri.

Informarea transparentă și completă a consumatorilor reprezintă modalitatea prin care contribuim la diminuarea sau eliminarea impacturilor negative și la susținerea efectelor pozitive rezultate din activitatea de cumpărare și din modul de consum în rândul clienților noștri.

Inițiativele derulate până acum în mod voluntar se dovedesc a fi în linie cu preocupările organismelor de reglementare de la nivel european, care în martie 2022 au propus actualizarea normelor UE în materie de protecție a consumatorilor⁸⁴. Pactul verde european⁸⁵ consideră consumatorii un vector esențial în tranziția către o economie verde, alături de companii și alți actori instituționali. În acest context, normele actualizate vor permite consumatorilor să ia decizii de cumpărare informate și responsabile față de mediu.

Facem ce ține de noi ca toți clienții noștri să aibă acces la informații și să aibă, de asemenea, posibilitatea să pună în practică sugestiile pe care le oferim, astfel încât să poată adopta un comportament de consum responsabil și să poată face alegeri de cumpărare în cunoștință de cauză. În ceea ce privește informarea consumatorilor asupra articolelor pe care le comercializăm, informații specifice sunt prezentate în acest raport la capitolul Transparență la punctul de vânzare, secțiunile Ingrediente și informații nutriționale și Etichetarea produselor, la pag. 72. Informații relevante privind aceste aspecte se găsesc și în raportul nostru anterior, în capitolul cu același nume⁸⁶.

În anul de raportare, am continuat să oferim clienților recomandări, rețete și trucuri pentru un stil de viață sustenabil, bazate fie pe date generate în companie, fie pe surse externe cu expertiză în domeniul dezvoltării durabile.

Am utilizat toate canalele de comunicare de care dispunem (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube, website-ul companiei, direct în magazine) pentru a ajunge cu mesajele noastre la publicul larg, desfășurând campanii bine definite, care se adresează către grupuri-țintă specifice, astfel încât mesajele transmise să aibă eficacitate.

⁸⁴ Sursa: website-ul Comisiei Europene – https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/ro/ip_22_2098

⁸⁵ Sursa: website-ul Comisiei Europene – https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_ro?flyx=2b574603-5903-11ec-a73f-005056aefb3

⁸⁶ Sursa: Lidl România, Raport de sustenabilitate 2020 – <https://www.lidl.ro/ro/cataloge/raport-de-sustenabilitate-2020/view/overview/page/72>



CLIEŢI

Am continuat să ne informăm clienţii despre regulile de protecţie sanitară, la fel cum am făcut-o de la debutul perioadei pandemice.

Comunicarea cu clienţii noştri nu a fost afectată de pandemie, modalităţile majoritare prin care comunicăm cu ei în afara magazinelor (care au fost deschise) fiind online sau prin telefon.



Campania de combatere a risipei alimentare Reţeta Responsabilă, iniţiată în anul 2020, pentru care am adăugat o nouă secţiune pe website-ul nostru⁸⁷, a continuat şi în anul 2021.



De asemenea, o nouă ediţie a serialului BIO cu tine a ajuns la publicul larg. Fiecare episod conţine idei utile despre consumul responsabil şi prezintă alternative sustenabile de consum, cum sunt produsele bio, prin metode de divertisment educaţional.



Lansată în noiembrie 2020, campania „365 de Fapte pentru un viitor mai bun” a continuat şi în anul calendaristic 2021. Prin adoptarea unor comportamente mici, dar sustenabile, fiecare poate alege să ducă o viaţă responsabilă cu sine, cu cei din jur, cu mediul şi cu planeta, contribuind, astfel, la un viitor sustenabil. În total, pe parcursul anului 2021, cu ajutorul a 12 influenceri, s-au adunat 356 de postări despre fapte

pentru un viitor mai bun, contribuind cu soluţii, schimburi de experienţă şi exemple de comportamente sustenabile la crearea de legături între cele aproximativ 5 milioane de persoane din diverse comunităţi care au interacţionat de-a lungul campaniei.

De-a lungul perioadei de raportare, împreună cu lideri de opinie şi influenceri, am transmis informaţii

⁸⁷ Sursa: website-ul Lidl România – <https://www.lidl.ro/sanatate-si-nutritie/stop-risipa/reteta-responsabila>

referitoare la sustenabilitate și la alegeri responsabile. Principalul obiectiv al acestor colaborări a fost de a educa diverse grupuri-țintă despre risipa alimentară și poluarea cu plastic, despre impactul acestora asupra planetei, deci inclusiv a noastră, și despre modalități prin care pot contribui la reducerea acestor fenomene. În plan secundar, prin aceste colaborări ne-am propus să subliniem și demersurile realizate de Lidl pe aceste paliere, în calitate de cetățean corporativ responsabil. Nu în ultimul rând, în cadrul unora dintre parteneriate,

am promovat partenerul nostru, Rețeaua națională a Băncilor pentru Alimente din România. Am ales această modalitate de a ajunge la diversele grupuri-țintă luând în considerare faptul că, în ultimii ani, atât mass-media, cât și influencerii din România au devenit tot mai interesați de abordarea unor subiecte din sfera sustenabilității, cu scopul de a-și inspira comunitățile în direcția adoptării unor comportamente responsabile.

În anul financiar raportat, cu ajutorul colaboratorilor noștri, am ajuns la următoarele grupuri-țintă:

- ✓ la familiile cu copii de vârstă școlară, prin colaborarea cu *Blog în Tandem*, am transmis celor mici informații pe înțelesul lor despre protejarea mediului înconjurător;
- ✓ la părinți cu copii de vârste mici, prin parteneriatul cu platforma *Desprecopii.ro*, prin care am transmis informații despre risipa alimentară și modalități de prevenire;
- ✓ la mame, prin parteneriatul cu emisiunea online *Super Mame cu Super Puteri*, prin care am educat mamele despre cauzele, impactul și prevenirea risipei alimentare, într-o ediție tematică;
- ✓ la femei din grupa de vârstă 18-35 de ani, prin parteneriatul cu revista de lifestyle *Glamour*, cu informații despre risipa alimentară și modalități de prevenire ale acesteia;
- ✓ la femei între 25 și 40 de ani, la care am ajuns cu informații privind prevenirea risipei alimentare, cu ajutorul și prin colaborarea cu platforma *danielaniculi.ro/Food for Your Soul*. Prin articole lunare despre meniuri echilibrate, sfaturi și rețete în care erau introduse ca ingrediente principale preparatele neconsumate, grupul-țintă a aflat modalități concrete de reducere a risipei alimentare;
- ✓ la persoane pasionate de organizare eficientă am ajuns prin parteneriatul cu pagina de Facebook *Idei Organizare*. Ținând cont de specificul publicului-țintă, am realizat o serie de materiale video cu sfaturi despre organizarea frigiderului, a camării și a listei de cumpărături, pentru a reduce pe cât posibil risipa de alimente.

Rămânem constanți în ceea ce privește comunicarea cu toți cei care iau legătura cu noi, indiferent de canalele pe care o fac: Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, prin intermediul formularului de contact de pe site-ul nostru sau prin call center. Toate sesizările sunt atent gestionate, urmărind să diminuăm, pe cât posibil, timpul de răspuns, să oferim soluții utile și, nu în ultimul rând, să prevenim apariția pe viitor a unor situații similare.

Echipa de CSR din cadrul companiei noastre este interfața pentru aspectele care vizează sustenabilitatea și poate oferi sprijin pentru situațiile semnalate.



Tabel de conținut Standarde GRI

În cadrul serviciului de verificare a cerințelor privind analiza de materialitate, GRI a analizat dacă tabelul de conținut GRI este întocmit corect și dacă trimerile către expunerile 102-40 - 102-49 se regăsesc în secțiunile corespunzătoare ale acestui document.



Standardul GRI	Expunerea	Corelarea standardele GRI cu Obiectivele de Dezvoltare Durabilă (ODD)	Pagina, linkul URL sau alte surse	Omisuni
GRI 101: Fundament 2016				
EXPUNERI GENERALE				
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-1 Numele organizației		9	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-2 Activități, mărci, produse și servicii		10, https://corporate.lidl.ro/calitate , https://www.lidl.ro/sortiment	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-3 Adresa sediului central		Strada Căpitan Alexandru Șerbănescu 58A, București 014295	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-4 Puncte de lucru		9, https://cariere.lidl.ro/centre-logistice	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-5 Acționariat și forma legală de constituire		8-9	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-6 Piețe deservite		9	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-7 Dimensiunea organizației		9-10	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-8 Informații despre angajați și alți lucrători	SDG 8, Ținta 8.8	56	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-9 Lanțul de aprovizionare	SDG 8, Țintele 8.2 & 8.3 & 8.4	23-39	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-10 Modificări semnificative în cadrul organizației sau de-a lungul lanțului de aprovizionare		În afara creșterii numărului de angajați și a numărului de magazine, nu există alte modificări semnificative la nivelul organizației. De-a lungul lanțului de aprovizionare nu există modificări semnificative.	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-11 Principiul prudenței sau controlul prudențial	SDG 13, Ținta 13.3	https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-12 Inițiative externe	SDG 17, Țintele 17.10 & 17.15	11	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-13 Afilieri		11	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-14 Declarație din partea conducătorului organizației		2-3	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-16 Valori, principii, standarde și norme de comportament	SDG 5, SDG 8, SDG 16	https://corporate.lidl.ro/despre-lidl/principiile-companiei	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-18 Structura de conducere		11	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-40 Lista grupurilor de părți interesate	SDG 17, Ținta 17.17	15. În plus, pag. 8-11 ale raportului de sustenabilitate aferent FY2020 https://www.lidl.ro/ro/cataloge/raport-de-sustenabilitate-2020/view/flyer/page/10	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-41 Acord colectiv de muncă	SDG 8, Ținta 8.8	Procentul angajaților care sunt parte a unui acord colectiv de muncă este zero.	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-42 Identificarea și selectarea părților interesate	SDG 17, Ținta 17.17	15	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-43 Procesul de consultare		14-15, 81-83	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-44 Teme și subiecte de interes din cadrul procesului consultativ		15, 19	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-45 Entitățile incluse în declarațiile financiare consolidate		9. Informațiile financiare pentru fiecare dintre entitățile acoperite de acest raport pot fi accesate la https://mfinante.gov.ro/domenii/informatii-contribuabili/persoane-juridice/info-pj-selectie-dupa-cui pe baza Codului Unic de Identificare (CUI).	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-46 Definirea conținutului raportului și limitele temelor		14. Conform standardului GRI 103: Abordare de management 2016, fiecare temă materială include o explicație privind limita acesteia.	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-47 Lista temelor materiale		19	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-48 Erate, actualizări		1. Numărul de infectări cu COVID-19 a fost actualizat la 598, față de 567 de cazuri, câte au fost raportate în anul anterior. Diferența este motivată de legislația în vigoare și metoda diferită de înregistrare. 2. În raportul anterior, angajamentul privind certificarea cacauei a fost incorect redat printr-o eroare de editare (angajamentul respectiv referindu-se la cafea). În documentul prezent, angajamentul privind certificarea cacauei este reflectat în mod corect. 3. Domeniul material Apă potabilă a fost redenumit Apă dulce. 4. În perioada de raportare, a fost schimbat modul în care am calculat articolele BIO. Cifrele incluse în tabelul de la pag. 68 reflectă situația actualizată.	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-49 Modificări în procesul de raportare		Nu există modificări în procesul de raportare.	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-50 Perioada de raportare	SDG 12, Ținta 12.6	01.03.2021 - 28.02.2022	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-51 Data celui mai recent raport similar	SDG 12, Ținta 12.6	2021	

GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-52 Ciclul de raportare	SDG 12, Ținta 12.6	Anual (01.03.2021-28.02.2022)	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-53 Adresa de contact pentru informații despre acest raport		csr@lidl.ro	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-54 Declarație privind conformitatea documentului cu Standardele GRI		6	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-55 Tabelul de conținut GRI		86	
GRI 102: Expuneri Generale 2016	102-56 Verificare externă			În acest moment, procesul de raportare nu a fost verificat de o terță parte.
EXPUNERI SPECIFICE TEMELOR MATERIALE				
RESURSE				
Protejarea ecosistemelor				
Apă dulce, Materii prime, Poluare, Biodiversitate				
GRI 103: Abordare de management 2016	103-1 Explicații privind tema materială și limita acesteia 103-2 Abordarea de management și componentele acesteia 103-3 Evaluarea abordării de management		22-23, 22-24, 22-25, 22-26 23, 24, 25, 26 https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/politici-sortiment	
GRI 308: Evaluarea furnizorilor pe baza criteriilor de mediu 2016	308-1 Furnizori noi care au fost evaluați pe baza criteriilor de mediu a. Procentul de furnizori noi care au fost evaluați pe baza criteriilor de mediu		27	
LANȚUL DE APROVIZIONARE				
Protecția mediului pe lanțul de aprovizionare și procesare				
Protecția mediului (LA), Conservarea resurselor (LA)				
GRI 103: Abordare de management 2016	103-1 Explicații privind tema materială și limita acesteia 103-2 Abordarea de management și componentele acesteia 103-3 Evaluarea abordării de management		30, 31 30, 31 https://www.lidl.ro/ro/cataloge/politica-lidl-diligenta/view/flyer/page/1	
GRI 308: Evaluarea furnizorilor pe baza criteriilor de mediu 2016	308-1 Furnizori noi care au fost evaluați pe baza criteriilor de mediu a. Procentul de furnizori noi care au fost evaluați pe baza criteriilor de mediu		27	
Transport (LA)				
GRI 103: Abordare de management 2016	103-1 Explicații privind tema materială și limita acesteia 103-2 Abordarea de management și componentele acesteia 103-3 Evaluarea abordării de management		32 32-33 32-33	
	Non-GRI: Procentul din total de vehicule din flota de transport marfă echipate cu motoare Euro		32	
Economie circulară				
GRI 103: Abordare de management 2016	103-1 Explicații privind tema materială și limita acesteia 103-2 Abordarea de management și componentele acesteia 103-3 Evaluarea abordării de management		33 33-35 34-35	
GRI 301: Materiale 2016	301-1: Materiale utilizate la ambalarea produselor marcă proprie, în funcție de greutate sau volum	SDG 11, Ținta 11.6	34	
Drepturile angajaților din lanțul de aprovizionare și procesare				
Remunerare echitabilă, Sănătate în muncă (LA)				
GRI 103: Abordare de management 2016	103-1 Explicații privind tema materială și limita acesteia 103-2 Abordarea de management și componentele acesteia 103-3 Evaluarea abordării de management		35, 37 35-36, 37 https://www.lidl.ro/ro/cataloge/politica-lidl-diligenta/view/flyer/page/1	
GRI 414: Evaluarea furnizorilor pe baza criteriilor sociale 2016	414-1 Furnizori noi care au fost evaluați pe baza criteriilor sociale a. Procentul de furnizori noi care au fost evaluați pe baza criteriilor sociale		Nu există date disponibile.	Până în anul 2025, Lidl va efectua în fiecare an câte 3 evaluări de impact asupra drepturilor omului și va face publice rezultatele acestora.
Exploatarea copiilor prin muncă				
GRI 103: Abordare de management 2016	103-1 Explicații privind tema materială și limita acesteia 103-2 Abordarea de management și componentele acesteia 103-3 Evaluarea abordării de management		37 37 https://www.lidl.ro/ro/cataloge/politica-lidl-diligenta/view/flyer/page/1	
GRI 408: Exploatarea copiilor prin muncă 2016	408-1 Operațiuni și furnizori care ar putea prezenta un risc semnificativ pentru cazuri de exploatare a copiilor prin muncă		Nu există date disponibile.	În următoarea perioadă de raportare, vom continua implementarea măsurilor menționate la pag. 37.
Dezvoltarea pieței și a furnizorilor				
Practici corecte de business				
GRI 103: Abordare de management 2016	103-1 Explicații privind tema materială și limita acesteia 103-2 Abordarea de management și componentele acesteia 103-3 Evaluarea abordării de management		38-39 38-39 38-39	
GRI 203: Impacturi economice indirecte 2016	203-2: Impacturi economice indirecte semnificative		23-39, 47, 80	
OPERAȚIUNI				
Protecția mediului în cadrul operațiunilor și proceselor Lidl				
Protecția mediului (OP)				
GRI 103: Abordare de management 2016	103-1 Explicații privind tema materială și limita acesteia 103-2 Abordarea de management și componentele acesteia 103-3 Evaluarea abordării de management		42 42-45 43-44	
GRI 306: Deșeuri 2020	306-1: Generarea de deșeuri și impacturi semnificative 306-2: Managementul impacturilor semnificative produse de deșeuri 306-3: Deșeuri (tip și metoda de gestionare)	SDG 12, Ținta 12.5 SDG 12, Ținta 12.5 SDG 12, Ținta 12.5	44 44, 47 45	
Conservarea resurselor (OP)				
GRI 103: Abordare de management 2016	103-1 Explicații privind tema materială și limita acesteia 103-2 Abordarea de management și componentele acesteia 103-3 Evaluarea abordării de management		45 45-47 46-47	
GRI 302: Energie 2016	302-1 Consumul de energie la nivelul întregii organizații	SDG 7, Ținta 7.2 SDG 12, Ținta 12.2	46	

GRI 303: Apă și efluenți 2018	303-1: Apa, o resursă comună	SDG 6, Țintele 6.3 & 6.4	23, 47	
	303-2: Gestionarea impacturilor legate de evacuarea apei	SDG 6, Țintele 6.3 & 6.4	23, 47, https://www.lidl.ro/cataloge/politica-lidl-consum-responsabil-apa-2021/view/flyer/page/1	
	303-5: Consumul de apă la nivelul întregii organizații	SDG 6, Țintele 6.3 & 6.4	47	
Planificare și construcții				
GRI 103: Abordare de management 2016	103-1 Explicații privind tema materială și limita acesteia		42	
	103-2 Abordarea de management și componentele acesteia		48-49	
	103-3 Evaluarea abordării de management		48	
	Non-GRI: Politici și proceduri vizând criteriile de sustenabilitate utilizate în planificarea și modernizarea clădirilor (depozite și magazine)	SDG 9, Țintele 9.4 & 9.B	48, 49	
Risipa alimentară				
GRI 103: Abordare de management 2016	103-1 Explicații privind tema materială și limita acesteia		49	
	103-2 Abordarea de management și componentele acesteia		49-50	
	103-3 Evaluarea abordării de management		50	
	Non-GRI: Cantitatea de produse alimentare care nu a fost trimisă la groapa de gunoi	SDG 12, Ținta 12.3	50	
Angajați				
Sănătate și siguranță la locul de muncă (OP)				
GRI 103: Abordare de management 2016	103-1 Explicații privind tema materială și limita acesteia		51,52	
	103-2 Abordarea de management și componentele acesteia		52-55	
	103-3 Evaluarea abordării de management		52-54	
GRI 403: Promovarea sănătății și a siguranței în muncă 2018	403-1 Sistem de siguranță și sănătate ocupațională	SDG 3, Țintele 3.6 & 3.8 SDG 8, Ținta 8.8	52	
GRI 403: Promovarea sănătății și a siguranței în muncă 2018	403-2 Identificarea și evaluarea riscului, analiza incidentelor	SDG 3, Țintele 3.6 & 3.8 SDG 8, Ținta 8.8	52	
GRI 403: Promovarea sănătății și a siguranței în muncă 2018	403-3 Servicii de sănătate ocupațională	SDG 3, Țintele 3.6 & 3.8 SDG 8, Ținta 8.8	53, https://www.lidl.ro/cataloge/raport-de-sustenabilitate-2019/view/overview/page/42	
GRI 403: Promovarea sănătății și a siguranței în muncă 2018	403-4 Implicarea și consultarea angajaților, precum și comunicarea măsurilor de sănătate și siguranță la locul de muncă	SDG 3, Țintele 3.6 & 3.8 SDG 8, Ținta 8.8	52, 53	
GRI 403: Promovarea sănătății și a siguranței în muncă 2018	403-5 Pregătirea angajaților în domeniul siguranței și sănătății la locul de muncă	SDG 3, Țintele 3.6 & 3.8 SDG 8, Ținta 8.8	52, 53	
GRI 403: Promovarea sănătății și a siguranței în muncă 2018	403-6 Promovarea sănătății în rândul angajaților	SDG 3, Țintele 3.6 & 3.8 SDG 8, Ținta 8.8	57	
GRI 403: Promovarea sănătății și a siguranței în muncă 2018	403-7 Prevenirea și reducerea impacturilor privind siguranța și sănătatea la locul de muncă legate direct de relațiile de afaceri	SDG 3, Țintele 3.6 & 3.8 SDG 8, Ținta 8.8	54	
GRI 403: Promovarea sănătății și a siguranței în muncă 2018	403-9: Accidente de muncă	SDG 3, Țintele 3.6 & 3.8 SDG 8, Ținta 8.8	54, 55	
Drepturile angajaților				
GRI 103: Abordare de management 2016	103-1 Explicații privind tema materială și limita acesteia		55	
	103-2 Abordarea de management și componentele acesteia		56-58	
	103-3 Evaluarea abordării de management		56, 58	
GRI 401: Angajați 2016	401-2 Beneficii acordate angajaților cu contract permanent, care nu se acordă și angajaților cu contract pe perioadă determinată sau normă redusă de lucru	SDG 3, Ținta 3.8 SDG 8, Țintele 8.5 & 8.8	57	
GRI 401: Angajați 2016	401-3 Concediu pentru creșterea copilului	SDG 10, Ținta 10.4	58	
Remunerarea angajaților (OP)				
GRI 103: Abordare de management 2016	103-1 Explicații privind tema materială și limita acesteia		59	
	103-2 Abordarea de management și componentele acesteia		59	
	103-3 Evaluarea abordării de management		59	
	Non-GRI: Procent din total angajați salariați peste media de salarizare corespunzătoare sectorului de activitate.	SDG 4, Ținta 4.3	Nu există date disponibile.	În prezent, împreună cu colegii din grup și din celelalte țări, dezvoltăm un plan de monitorizare a unui set de indicatori specifici cu privire la acest domeniu.
Formarea și dezvoltarea angajaților				
GRI 103: Abordare de management 2016	103-1 Explicații privind tema materială și limita acesteia		60	
	103-2 Abordarea de management și componentele acesteia		60-65	
	103-3 Evaluarea abordării de management		61-65	
GRI 404: Training și educație 2016	404-1 Numărul mediu de ore de formare profesională per angajat	SDG 4, Ținta 4.3	65	
CLIENTI				
Produse responsabile				
Produse sustenabile				
GRI 103: Abordare de management 2016	103-1 Explicații privind tema materială și limita acesteia		68	
	103-2 Abordarea de management și componentele acesteia		68	
	103-3 Evaluarea abordării de management		https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/politici-sortiment	
	Non-GRI: Numărul total de articole produse în mod responsabil din total sortiment (alimentare și nealimentare)	SDG 2, Țintele 2.4 & 2.5 SDG 12, Ținta 12.4	68	
Furnizori locali				
GRI 103: Abordare de management 2016	103-1 Explicații privind tema materială și limita acesteia		69	
	103-2 Abordarea de management și componentele acesteia		69-70	
	103-3 Evaluarea abordării de management		69, 70	
GRI 204: Practici privind achizițiile 2016	204-1 Proporția de buget alocată furnizorilor locali	SDG 2, Ținta 2.4 SDG 8, Țintele 8.2 & 8.3	70	
Produse de calitate și siguranța produselor				
GRI 103: Abordare de management 2016	103-1 Explicații privind tema materială și limita acesteia		71	
	103-2 Abordarea de management și componentele acesteia		71-72	
	103-3 Evaluarea abordării de management		71, 72	
GRI 416: Sănătatea și siguranța consumatorului 2016	416-2: Incidente privind neconformitatea produselor	SDG 3	72	
Transparență la punctul de vânzare				
Trasabilitate, Ingrediente și informații nutriționale, Etichetarea produselor				
GRI 103: Abordare de management 2016	103-1 Explicații privind tema materială și limita acesteia		72	
	103-2 Abordarea de management și componentele acesteia		72-73	
	103-3 Evaluarea abordării de management		72-73	

	Non-GRI: Informații clare și complete despre ingrediente și caracteristicile nutriționale ale produselor alimentare	SDG 3, Ținta 3.4	Vezi pag. 70-71 din raportul nostru anterior. https://www.lidl.ro/ro/cataloge/raport-de-sustenabilitate-2020/view/overview/page/72
GRI 417: Marketing și etichetare 2016 Crearea de valoare socială Cetățenie corporativă	417-3 Incidente privind nerespectarea normelor de comunicare comercială	SDG 3	73
GRI 103: Abordare de management 2016	103-1 Explicații privind tema materială și limita acesteia 103-2 Abordarea de management și componentele acesteia 103-3 Evaluarea abordării de management		73 74-77 73
	Non-GRI: Implicarea socială voluntară a companiei (filantropie) și susținerea actorilor sociali recunoscuți de pe piață	SDG 1, Țintele 1.1 & 1.5 SDG 2, Țintele 2.1 & 2.2	74-77
Conformitate			
GRI 103: Abordare de management 2016	103-1 Explicații privind tema materială și limita acesteia 103-2 Abordarea de management și componentele acesteia 103-3 Evaluarea abordării de management		78 78-79 79
GRI 205: Anticorupție 2016	205-2 Comunicare și pregătire în domeniul politicilor și procedurilor anticorupție	SDG 16, Țintele 16.5 & 16.6 & 16.7	78, 79
GRI 205: Anticorupție 2016	205-3 Acte de corupție confirmate și măsurile luate	SDG 16, Țintele 16.5 & 16.6 & 16.7	79
Dezvoltare locală			
GRI 103: Abordare de management 2016	103-1 Explicații privind tema materială și limita acesteia 103-2 Abordarea de management și componentele acesteia 103-3 Evaluarea abordării de management		80 80 80
	Non-GRI: Numărul furnizorilor din România – sortimentul permanent	SDG 2, Țintele 2.3 & 2.4 SDG 8, Țintele 8.2 & 8.3	80
	Non-GRI: Numărul furnizorilor din România – întregul sortiment	SDG 2, Ținta 2.4 SDG 8, Țintele 8.2 & 8.3	70
Cooperare			
GRI 103: Abordare de management 2016	103-1 Explicații privind tema materială și limita acesteia 103-2 Abordarea de management și componentele acesteia 103-3 Evaluarea abordării de management		80 81 81
	Non-GRI: Cooperarea cu partenerii locali și internaționali selectați în funcție de activitatea de bază a Lidl	SDG 17, Țintele 17.14 & 17.15 & 17.16	32, 33, 69-70
Comunicare responsabilă Dialogul cu părțile interesate			
GRI 103: Abordare de management 2016	103-1 Explicații privind tema materială și limita acesteia 103-2 Abordarea de management și componentele acesteia 103-3 Evaluarea abordării de management		81 81-82 83
	Non-GRI: Dialogul sistematic și constant cu partenerii pe teme de sustenabilitate	SDG 12, Țintele 12.6 & 12.8	82-83
Informarea consumatorilor			
GRI 103: Abordare de management 2016	103-1 Explicații privind tema materială și limita acesteia 103-2 Abordarea de management și componentele acesteia 103-3 Evaluarea abordării de management		83 83-85 84-85
	Non-GRI: Inițiative de comunicare vizând informarea, sensibilizarea și promovarea comportamentelor responsabile de consum	SDG 12, Ținta 12.8	85



Declarație de verificare independentă

În urma activităților pe care le-am efectuat în decursul auditului, nu am identificat nimic care să sugereze că informațiile prezentate în capitolul *Angajați (Sănătatea și siguranța la locul de muncă, Drepturile angajaților, Remunerarea angajaților și Formarea și dezvoltarea angajaților)* aferent Raportului de Sustenabilitate pentru Anul Fiscal 2021 ar fi inexacte sau ar conține erori materiale. Erorile sau neclaritățile identificate pe parcursul misiunii de audit au fost corectate înainte de publicarea Raportului.

Declarația integrală poate fi citită pe website-ul Lidl.



Perioada de raportare:
1 martie 2021 – 28 februarie 2022

