



RESPONSABILI

PENTRU NOI

fapte pentru un viitor mai bun

Raport de sustenabilitate Lidl România

Perioada de raportare: 1 martie 2022 – 28 februarie 2023

PENTRU
UN VIITOR
MAI BUN





Cuprins

Cuvânt-înainte.....	2
Despre acest raport.....	6
Despre Lidl.....	7
Definirea conținutului acestui raport	16
Bine pentru oameni.....	22
Bine pentru planetă	58
Bine pentru tine	90
Tabelul de conținut Standarde GRI.....	96
Anexa 1 – Pactul Global al Națiunilor Unite.....	101



*Noi, Lidl, considerăm că fiecare
faptă contează, iar fiecare pas
în plus ne aduce mai aproape de
UN VIITOR MAI BUN.*

Dragă cititorule,

Am ajuns la cel de-al șaselea raport de sustenabilitate, aferent perioadei 1 martie 2022 – 28 februarie 2023, o perioadă în care, noi, Lidl, ne-am continuat dezvoltarea în linie cu Obiectivele de Dezvoltare Durabilă. Tot ce vei vedea în paginile ce urmează este munca unei echipe formate din peste 11.000 de colegi, fiecare contribuind la respectarea promisiunii pe care le-am făcut-o românilor încă de la intrarea noastră pe piață: să oferim produse la cel mai bun raport calitate-preț, prin acțiuni simple și sustenabile. Noi, Lidl, considerăm că fiecare faptă contează, iar fiecare pas în plus ne aduce mai aproape de un viitor mai bun. Sustenabilitatea este un maraton, nu un sprint, și, de aceea, ne ghidăm după mottoul *Pentru un viitor mai bun*, în toate deciziile noastre.



Bine pentru planetă

Avem un model de business construit având în vedere dezvoltarea durabilă, bazat pe etică și transparență. Mai mult, sustenabilitatea este parte pivotantă în strategia noastră de business și de aceea le sunt recunoscător tuturor celor care s-au implicat, direct sau indirect, în obținerea rezultatelor de până acum. Fie că vorbim de colegii din Lidl, de parteneri de business sau de clienți, vorbim de OAMENI care aleg să acționeze responsabil.

Bine pentru oameni

Fiecare dintre noi are un rol important în societate, iar Lidl este un actor economic important, care face parte din motorul de dezvoltare durabilă a economiei românești. Când vorbim de dezvoltare durabilă în Lidl, vorbim, de fapt, de zeci de mii de familii care își croiesc un viitor mai bun făcând parte din universul Lidl, având un loc de muncă unde se asigură plata echitabilă. Mai mult, asigurăm egalitatea de drepturi atât în echipa noastră, cât și în ceea ce privește locurile de muncă pe

care le creăm pe întregul lanț de valoare. De asemenea, vorbim și de parteneri de business cu care am crescut sustenabil de-a lungul vremii. Vorbim, de fapt, de un impact semnificativ pe care îl avem la nivelul societății și în comunitățile în care suntem prezenți, iar acest fapt ne impulsionează să facem lucrurile din ce în ce mai bine, pentru că învățăm în fiecare zi.

Bine pentru tine

În numele întregii echipe Lidl, doresc să îți mulțumesc pentru că citești acest raport. Este un drum lung în față în continuare, însă împreună cu echipa, partenerii de business și clienții noștri, facem în fiecare zi pași către un viitor mai bun.

Pentru tine. Pentru România. Pentru planetă.

Marco Giudici,

Președintele Consiliului de conducere

HIGHLIGHTS

1 martie 2022 – 28 februarie 2023



PAG. 35
52,8%
DINTRE FUNCȚIILE DE CONDUCERE
AU FOST DEȚINUTE DE FEMEI

AVEAM MONTATE PANOURI
FOTOVOLTAICE FUNCȚIONALE ÎN

PAG. 62
20
DE MAGAZINE
CU O SUPRAFAȚĂ DE
PESTE 11.900 M²



CANTITATEA DE ENERGIE ELECTRICĂ
AUTOGENERATĂ A CRESCUT CU

PAG. 63
78%*

AM REDUS DISTANȚA MEDIE
DEPOZIT – MAGAZIN

PAG. 68
DE LA **119** KM
LA **108** KM*



PAG. 71
100%
DINTRE CENTRELE LOGISTICE

ȘI

78,9%
DINTRE MAGAZINE
FOLOSEAU REFRIGERANȚI
NATURALI PENTRU
RĂCIREA PRODUSELOR

PAG. 81
64% DINTRE
MATERIALELE
RECICLABILE
AU FOST RECICLATE SAU REUTILIZATE

PAG. 82
42 DE TONE
DE PLASTIC
ELIMINAT DIN COMPOZIȚIA
AMBALAJELOR



PAG. 94
458 DE FURNIZORI
DIN ROMÂNIA
(ÎNTREGUL SORTIMENT)

PAG. 95
94.690 DE TONE
FRUCTE ȘI LEGUME ROMÂNEȘTI
ACHIZIȚIONATE DE LA FURNIZORI LOCALI

* COMPARATIV CU PERIOADA 1 MARTIE 2021 – 28 FEBRUARIE 2022



Maria-Ruxandra Mihai,
Director comunicare și CSR



Ramona Gabriela Vieru,
Manager CSR

Fapte pentru un viitor mai bun

Am ajuns la cel de-al șaselea raport de sustenabilitate, un efort început voluntar, care s-a dezvoltat și va continua să se dezvolte în acord deplin cu reglementările în domeniu.

Procesul de raportare de sustenabilitate a însemnat, de fiecare dată, o analiză obiectivă a impacturilor pe care le generăm prin activitatea noastră sau la care suntem nevoiți să ne adaptăm în funcție de schimbările de context, prezente și/ sau viitoare. Rezultatele fiecărei analize ne ajută să anticipăm și să ne îndreptăm atenția spre ceea ce este important pentru stakeholderii noștri: angajați, clienți, furnizori, autorități și comunități.

Anul financiar acoperit de acest raport (1 martie 2022 – 28 februarie 2023) a adus cu el provocări importante din câteva puncte de vedere: ca urmare a pandemiei de COVID-19, piața muncii și stilul de muncă sunt foarte dinamice, ceea ce presupune flexibilitate; avansul tehnologic a accelerat, iar consecințele aparent benefice, sunt încă neînțelese; schimbările climatice, înseamnă fenomene de o intensitate mare într-o perioadă scurtă de timp, extreme la care suntem nevoiți să ne adaptăm atât ca organizație, cât și ca angajator.

Orice proces de transformare este complicat și presupune ascultare, învățare, înțelegere și decizii bazate pe date relevante. Din acest punct de vedere, ne bazăm pe legătura strânsă și abordarea colaborativă cu toți colegii noștri, cu furnizorii, organizații neguvernamentale și autorități, pe opiniile constructive primite de la clienți, precum și pe participarea colegilor noștri de la nivel internațional la diferite foruri și întruniri tehnice. Toate acestea sunt experiențe de învățare care ne ajută să înțelegem, să îmbunătățim procese și proceduri, să luăm decizii obiective, astfel încât să putem vorbi despre *Fapte pentru un viitor mai bun*.

Dar iată cum a arătat anul financiar 2022:

- Organizația noastră înseamnă 11.795 de angajați, dintre care 8.068 (68%) au fost femei. Din punctul de vedere al pozițiilor de management, 52,8% din acestea sunt ocupate de femei.
- Toți colegii noștri, indiferent de tipul de contract de muncă, au acces la aceleași beneficii. Lista completă este detaliată în acest document și îi invităm pe actualii și viitorii noștri colegi să o parcurgă.
- Rețeaua noastră a ajuns la 346 de magazine și 6 centre logistice. Dintre acestea, 313 magazine și 5 centre logistice dețin certificarea EDGE, care urmărește impactul clădirilor din perspectivă economică și de mediu (mai precis, consum redus de resurse:

energie, apă). Încă 7 magazine au fost auditate în vederea primirii certificării EDGE.

- La finalul perioadei de raportare, pe 42 dintre magazinele erau montate sisteme de panouri fotovoltaice, dintre care 20 erau funcționale. Cantitatea de energie autogenerată a crescut față de anul financiar anterior cu 78%.
- Școlarizarea este un proces cu care fiecare dintre colegii noștri este familiarizat. Investiția în colegii noștri a însemnat o medie de 48,35 ore de instruire profesională per angajat.
- Pe platforma #PărereaTa, aflată permanent la dispoziția clienților noștri, am primit 255.880 de opinii.
- Pentru a veni în sprijinul furnizorilor noștri de legume și fructe, am continuat să colaborăm cu Universitatea de Științe Agronomice și Medicină Veterinară din București, care a dezvoltat pentru aceștia un instrument de îmbunătățire a practicilor agricole.
- Toți furnizorii noștri de legume și fructe sunt certificați GLOBALG.A.P.. Din toate articolele pe care clienții noștri le găsesc la raft, 1.363 au certificări internaționale, ceea ce atestă calitatea acestora și confirmă că practicile de producție implică reducerea consumului de resurse.
- Valoarea mărfii achiziționate de la furnizorii români pentru tot sortimentul de produse a reprezentat 47% din total.

Cele de mai sus sunt doar câteva dintre multele exemple pe care le veți găsi în paginile acestui document. Ele vă vor ajuta să ne spuneți ce și cum putem îmbunătăți sau vă vor inspira în propria transformare organizațională. Indiferent de opinia pe care o aveți, o așteptăm la adresa csr@lidl.ro

Acest document suplimentează aspectele prezentate în declarația nefinanciară, publicată pe site-ul Lidl România în luna august a anului 2023, care include și informații despre taxonomia de mediu.

Ca în toți anii anteriori, procesul de raportare a fost parcurs cu respectarea cerințelor Standardelor GRI pentru raportarea de sustenabilitate. De data aceasta, am folosit seria 2021, care include Standardele GRI 1, GRI 2 și GRI 3 actualizate. În plus, am aliniat indicatorii de performanță la cei din Obiectivele de Dezvoltare Durabilă (ODD) ale Organizației Națiunilor Unite. Practicile noastre au fost alinate cu cele 10 Principii din Pactul Global al Națiunilor Unite (vezi tabelele de la pag. 96, respectiv pag. 101).

Le suntem din nou recunoscători colegilor noștri din departamentele responsabile, membrilor echipei de CSR, dar și echipei de consultanți în sustenabilitate ai CSR BootIQ și echipei Sunday Morning.



Despre acest raport

Acesta este cel de-al șaselea raport de sustenabilitate al Lidl România și acoperă anul financiar 2022 (1 martie 2022 – 28 februarie 2023), aceeași perioadă ca cea pentru raportarea financiară. Data depunerii situațiilor financiare este 20 iulie 2023, iar cea a publicării prezentului raport este 14 decembrie 2023.

Pentru informații despre raportul de sustenabilitate și demersurile noastre în domeniu, ne puteți scrie la adresa de email csr@lidl.ro

Documentul a fost întocmit pe baza GRI Standards: 2021 – Standardele pentru raportarea de sustenabilitate elaborate de organizația Global Reporting Initiative (GRI), seria 2021, intrată în vigoare la 1 ianuarie 2023.

Acest raport reflectă activitatea Lidl România (compusă din următoarele entități: Lidl Discount SRL, Lidl Imobiliare România Management SCS, Lidl România SCS și Lidl România SRL) și impacturile economice, sociale și de mediu pe care le generăm. Frecvența cu care publicăm un raport de sustenabilitate este anuală, iar acest demers voluntar este suplimentar obligației legale de a publica o declarație nefinanciară în fiecare an.

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

Structura documentului urmărește cele trei arii de responsabilitate ale Lidl România (1. Bine pentru oameni; 2. Bine pentru planetă; 3. Bine pentru tine) și detaliază domeniile de acțiune care au fost identificate ca fiind relevante pe plan local, conform procesului explicat în secțiunea *Materialitate* de la pag. 17.

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, Ernst & Young Assurance Services SRL, în cadrul unui proces de verificare externă, rezultatul

fiind prezentat în declarația disponibilă la următorul link: <https://www.lidl.ro/l/ro/cataloge/raport-independent-de-asigurare-2022/ar/0>

Raportul poate include și informații care nu se referă direct la activitatea Lidl România, de exemplu: date statistice, referiri la legislația locală și/sau europeană, la analize, studii și rapoarte, inițiative specifice, proiecte colaborative, precum și informații puse la dispoziția noastră de alți colaboratori (de obicei, furnizori). Acestea au fost incluse pentru a asigura o înțelegere cât mai corectă și completă a contextului de sustenabilitate în care ne desfășurăm activitatea și au fost semnalate corespunzător, cu precizarea sursei.

Pentru că în perioada de raportare a fost actualizat **Modelul de responsabilitate al Lidl¹**, structura raportului de sustenabilitate a fost adaptată, astfel încât să existe coerență. Lista de teme identificate ca fiind materiale urmărește tot noul **Model de responsabilitate**. Modul în care aplicăm principiul precauției, obiectivele de raportare, limitele și procesul de colectare a datelor au rămas neschimbate.

Conform cerințelor **Standardelor GRI:2021**, la finalul documentului este disponibil tabelul de conținut GRI (pag. 96). Acesta indică locul din raport în care se găsesc toate capitolele, domeniile materiale și expunerile impuse de metodologie, dar și alinierea acestora cu Obiectivele de Dezvoltare Durabilă (ODD). Tot la finalul acestui raport (pag. 101) este disponibil un tabel în care domeniile noastre materiale sunt corelate cu cele 10 principii ale Pactului Global al Națiunilor Unite.

¹ Modelul Lidl de responsabilitate este explicat în acest capitol, secțiunea *Definirea conținutului acestui raport/ Analiza de materialitate*, pag. 17.
O reprezentare grafică este disponibilă pe corporate.lidl.ro/sustenabilitate



Despre Lidl România

Lidl România, cu sediul social în județul Prahova, comuna Ariceștii Rahtivani, este compusă din următoarele entități:

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

În România, Lidl operează

peste

300

de magazine

6

sedii regionale



În România, Lidl are aproximativ

11.795 de angajați

În secțiunea 1,5 grade Celsius – Limitarea efectelor schimbărilor climatice, de la pag. 60, am inclus informații despre clădirile noastre, iar în secțiunea Muncă și drepturile omului, de la pag. 24, sunt disponibile date despre numărul și categoriile de angajați și tipurile de contracte de muncă. În tot acest raport, acolo unde se face referire la aspecte privind angajații și alți lucrători, datele se referă la Lidl Discount.



În magazinele Lidl România, consumatorii se bucură de un sortiment permanent extins, compus din 3.570 de produse individuale, la cel mai bun raport calitate-preț, care acoperă nevoile zilnice. Acest sortiment este completat în medie de 2.587 de articole individuale aflate la promoție. În afara produselor alimentare, le oferim clienților noștri și produse near-food și nealimentare, precum articole din gama cosmetice, îmbrăcăminte și aparate electrice de mici dimensiuni. Gama largă de articole marcă proprie reprezintă până la 74% din sortiment, în timp de produsele de marcă reprezintă până la 26%.

În perioada de raportare, sortimentul nostru a inclus peste 3.000 de articole regionale provenite de la furnizorii locali. Ca discounteri, în magazinele și sediile sale regionale, Lidl are o orientare bazată pe proces și acordă o importanță specială simplității. Astfel, Lidl poate oferi zilnic consumatorilor săi produse la cel mai bun raport calitate-preț. Informații despre sortimentul de produse sunt disponibile pe website-ul nostru: <https://www.lidl.ro/c/sortiment-principal/s10019621>

Despre Lidl Stiftung & Co. KG

Retailerul Lidl face parte din Grupul Schwarz, care are sediul în Neckarsulm și este unul dintre cei mai mari retaileri de produse alimentare din Germania și din Europa. Lidl operează în prezent peste 12.000 de magazine și peste 200 de centre logistice și de distribuție de bunuri situate în 31 de țări. Lidl are angajați inclusiv în Asia și are în prezent un număr total de aproape 360.000 de angajați.

Lidl Stiftung & Co. KG are sediul central în Neckarsulm, Germania, și colaborează cu subsidiarele naționale pentru a stabili cadrul operațional de afaceri. Ca furnizor de sisteme, compania prevede prin ordin cadrul conceptual și designul proceselor standardizate.

Despre companiile din Grupul Schwarz

Companiile din Grupul Schwarz, care desfășoară activități în peste 31 de țări, formează unul dintre cele mai mari grupuri de retail din lume. Cu peste 13.300 de magazine și peste 575.000 de angajați, companiile din Grupul Schwarz generează împreună, la finalul anului financiar 2022, vânzări totale de 154,1 miliarde de euro. Împărțite în producție, retail și divizii de mediu, companiile din Grupul Schwarz acoperă împreună toate segmentele ciclului operațional. Lidl și Kaufland sunt pilonii care asigură vânzările de produse alimentare. Multe dintre produsele marcă proprie de pe rafturile magazinelor Lidl și Kaufland, care variază de la înghețată până la băuturi, sunt fabricate de Schwarz Produktion. O atenție sporită este acordată utilizării materiilor prime, precum și activităților de producție, uz și reciclare a ambalajelor prietenoase cu mediul. Furnizorul de servicii de mediu PreZero urmărește, în domeniul deșeurilor și al managementului reciclării, viziunea privind închiderea buclei de reciclare. Schwarz Dienstleistungsgesellschaften, care este divizia de servicii corporative, oferă servicii administrative și operaționale – de exemplu, controlling, financiar, resurse umane sau IT.

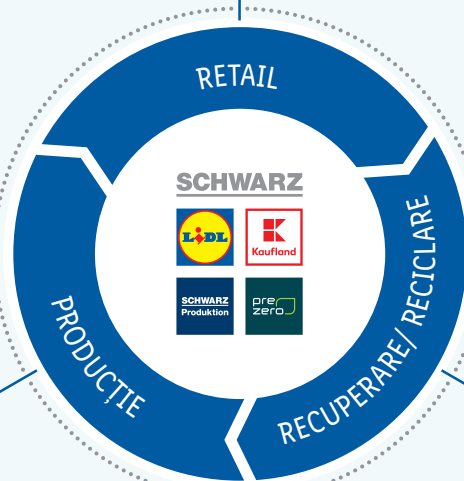
Companiile din Grupul Schwarz urmăresc o strategie de sustenabilitate comună și aceeași viziune legată de sustenabilitate: „Acționăm responsabil și prin diversitate la nivel global”. Sub umbrela acestei strategii, companiile, împreună, acționează și transpun în practică diferitele activități grupate în următoarele patru domenii de acțiune: **Oameni, Calitatea produselor, Sisteme circulare și Ecosisteme.**

IMAGINE DE ANSAMBLU A GRUPULUI SCHWARZ

Retail: Diviziile de retail Lidl și Kaufland oferă zilnic consumatorilor din aproape 31 de țări o gamă largă de produse. Ambele divizii sunt hotărâte să ia permanent, pe întregul lanț de valoare, măsuri variate, precum protejarea mediului, protejarea biodiversității și conservarea resurselor.



Producție: Schwarz Produktion produce pentru Lidl și Kaufland articole marcă proprie de cea mai bună calitate din gamele băuturi, ciocolată, fructe uscate, panificație, înghețată și cafea. Trei fabrici de mase plastice și reciclare fac de asemenea parte dintr-un ciclu unic al materialelor, în care ambalajele PET sunt fabricate din 100% material reciclat.



Recuperare/ reciclare: Divizia de mediu PreZero este prezentă în domeniul managementului reciclării și al deșeurilor. Serviciile sale includ colectarea, sortarea, procesarea și reciclarea materialelor reutilizabile. Prin intermediul unor soluții inovatoare, se urmărește ca resursele să fie conservate, iar volumul de deșeuri nereciclabile să fie redus spre zero.



**Schwarz
Dienstleistungs-
gesellschaften**

Schwarz Dienstleistungsgesellschaften oferă diviziilor Lidl, Kaufland, Schwarz Produktion și PreZero diferite servicii administrative și operaționale – în domenii precum controlling, financiar, resurse umane sau achiziții.

Lanțul de valoare al Lidl România

Fiind o companie de retail, Lidl România operează la interfața dintre producători și consumatori.

În acest rol, avem relații directe și indirecte cu clienții noștri și cu o paletă largă de furnizori din lanțuri de aprovizionare. Gama noastră de activități prin care creăm valoare în amonte variază de la cultivarea și recoltarea de produse agricole primare până la ferme de creștere a animalelor și la pescuit. Lanțul valoric se extinde de la procesarea materiilor prime până la transportul mărfurilor către centrele logistice și către magazine. Aici oferim produsele finite consumatorilor, care constituie grupul nostru țintă și care se află, prin urmare, în centrul activităților noastre de creare de valoare în aval.

Producția de materii prime, prelucrarea produselor agricole primare, precum și produsele rezultate și transportul acestora sunt procese care au, fiecare, impacturi de mediu și sociale. Ne dorim să contribuim la îmbunătățirea, pas cu pas, a standardelor de mediu și sociale. Acesta este motivul pentru care colaborăm cu furnizorii, ne reducem, acolo unde este posibil, propriul consum de materii prime și integrăm conceptul de



închidere a buclei încă din faza de producție.



Nu în ultimul rând, în Lidl România vrem să ne exercităm influența și în procesele din avalul activității noastre. Cu alte cuvinte, avem ocazia de a influența comportamentul de consum al unei mase largi de populație, oferind acestor persoane posibilitatea de a lua decizii de cumpărare sănătoase și informate. În acest sens, analizăm în permanență modul în care putem face sortimentul nostru mai sănătos și mai durabil – și suntem transparenți, informându-ne consumatorii cu privire la acest lucru.

Guvernanță corporativă în Lidl România

În conformitate cu Actul constitutiv al societății, organele de conducere sunt Adunarea generală a asociaților și administratorii.

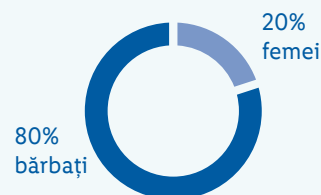
Atribuțiile Adunării generale a asociaților privesc competențe precum: modificarea actului constitutiv, majorarea/diminuarea capitalului social, fuziuni/divizări, aprobarea situațiilor financiare anuale, numirea administratorilor etc.

Funcționarea Consiliului de administrație este reglementată prin Regulamentul intern de funcționare

a membrilor Consiliului de administrație al Lidl Discount SRL. Regulamentul se aprobă de către Adunarea generală a asociaților și nu este public.

Regulamentul prevede că, în desfășurarea activității, administratorii respectă instrucțiunile asociaților, mai ales directivele antreprenoriale, de conducere, de conduită, organizatorice etc. Sunt considerate instrucțiuni ale asociaților și cerințele Lidl Stiftung & Co. KG.

Consiliul de administrație al societății a avut, în perioada de raportare, următoarea componență (20% femei și 80% bărbați):



1. **Marco Giudici** (Președintele Consiliului de administrație);
2. **Damian Waclaw Nowicki** (Director național vânzări și logistică, membru al Consiliului de administrație);
3. **Olga Drăguinea** (Director național administrativ, membru al Consiliului de administrație);
4. **Dragoș Ionescu** (Director servicii centrale și expansiune, membru al Consiliului de administrație);
5. **Mihai-Daniel Ștefănescu** (Director național achiziții și marketing, membru al Consiliului de administrație).

Dintre membrii Consiliului de administrație, 4 sunt executivi și 1 nonexecutiv. Mandatele acestora au o durată medie de aproximativ 4 ani.

Numirea administratorilor în cadrul societății se face în conformitate cu Actul constitutiv al acesteia și cu respectarea prevederilor aplicabile, cadrul legal general fiind reglementat prin Legea nr. 31/1990 și Legea nr. 265/2022. Administratorii sunt numiți prin hotărâre a Adunării generale a asociaților, care stabilește atât durata mandatului, cât și puterile de reprezentare.

În cadrul Lidl România există reguli implementate prin Regulamentul intern privind prevenirea, dezvăluirea și atenuarea conflictelor de interese, aplicabile tuturor angajaților. Prin urmare, de fiecare dată când un angajat consideră că s-ar putea găsi într-un potențial conflict de interese, este obligat să declare acest lucru superiorului său sau departamentului Resurse Umane.



Cazul este înaintat departamentului Compliance pentru analiză.

Regulamentul intern al Lidl România prevede că fiecare angajat are obligația de a dezvălui un potențial conflict de interese, care ar putea afecta imparțialitatea în îndeplinirea atribuțiilor sale. Fiecare dintre aceste cazuri este revizuit de către departamentul Compliance și, dacă situația este confirmată, se recomandă măsuri adecvate de remediere.



Evaluarea performanței manageriale în Lidl România se face urmărind principiile procesului anual de gestionare a talentelor. Acesta include și cel mai înalt organism de conducere din Lidl, etapele fiind următoarele:

- ✓ Managerul descrie nivelul de performanță și de dezvoltare al angajatului și ia în considerare competențe precum cea personală, de afaceri, socială și de conducere.
- ✓ Evaluarea este calibrată în cadrul forumurilor de talente cu alți manageri de același nivel și ajustată, dacă este necesar.
- ✓ Se discută, de asemenea, domeniile și acțiunile de dezvoltare pentru angajat.
- ✓ Managerul poartă apoi un dialog de dezvoltare cu angajatul și discută rezultatele și pașii pentru dezvoltarea ulterioară.

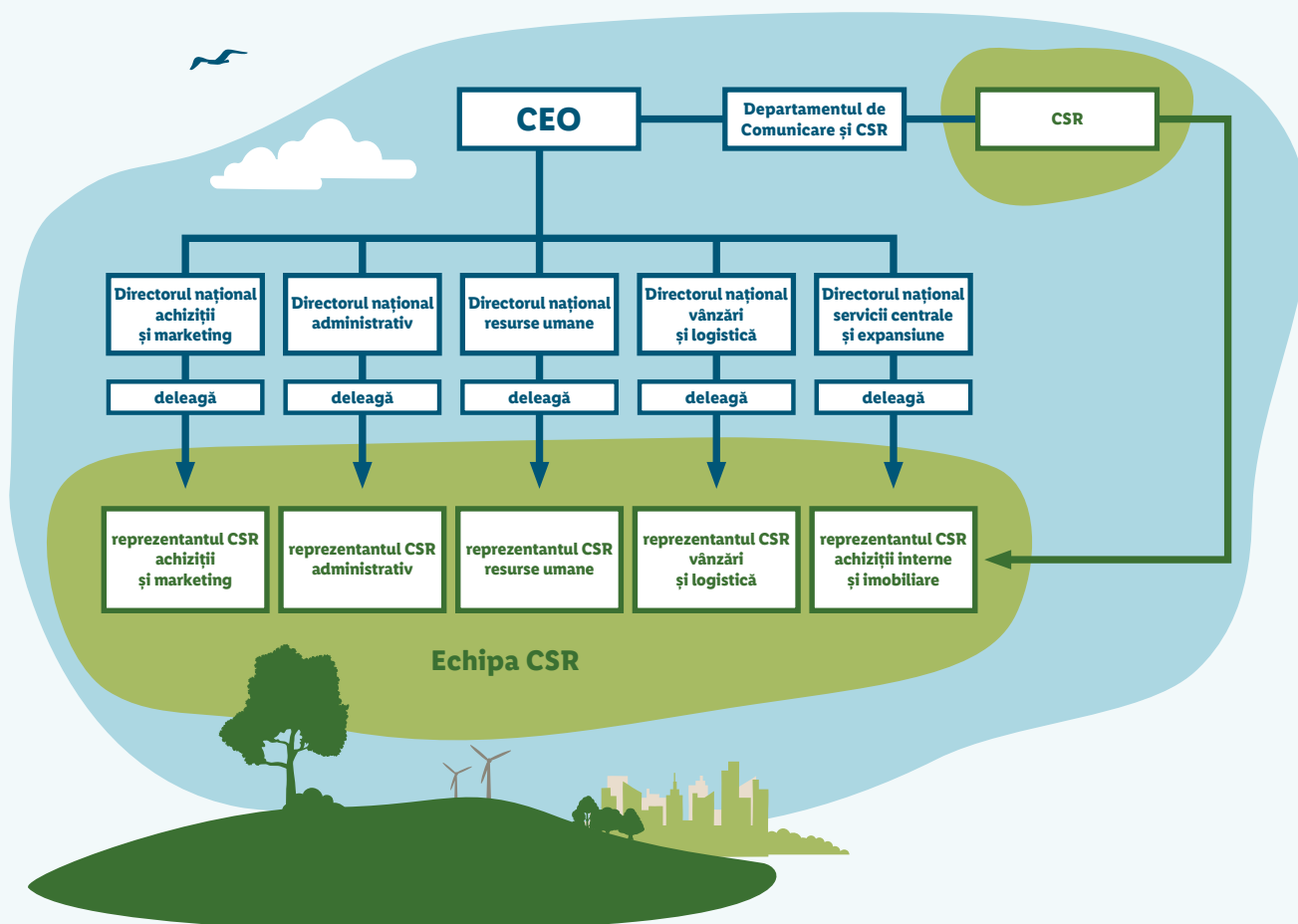
În funcție de rezultatul dialogului menționat mai sus, măsurile pentru dezvoltare vizează formarea, pregătirea sau transferul către alte domenii de responsabilitate. În cazul în care performanța nu corespunde așteptărilor și nu se schimbă, în ciuda feedbackului și a măsurilor de dezvoltare, se au în vedere acțiuni specifice. Politica de remunerare asigură că sistemele de remunerare din cadrul Lidl pot fi structurate în mod transparent, simplu și competitiv. Fiecare specialist și fiecare nivel de conducere are, în principiu, patru

trepte de remunerație de bază. Acestea sunt definite pentru fiecare funcție și constituie o scară de salarizare. Deoarece treptele de salarizare depind de funcția respectivă, angajații sunt repartizați în grupe de salarizare indiferent de sex, vârstă sau origine etnică. Cele patru trepte cuprind evoluția unui angajat pe funcția sa pe o perioadă de patru ani. Trecherile de la o treaptă de salarizare la următoarea se fac după 12 luni active de serviciu în cadrul companiei.

Anual sunt revizuite clasele de salarizare, iar propunerile de ajustare sunt supuse spre aprobare către Lidl Stiftung & Co. KG și către membrul Consiliului de administrație responsabil pentru România. Revizuirea se bazează pe date de piață și pe analiza

contextului intern și extern, pe care Lidl România le explică cu ajutorul unui formular standard furnizat de departamentul Compensații și Beneficii din cadrul Lidl Stiftung & Co. KG.

Echipa CSR



Sustenabilitatea, o prioritate strategică și operațională în Lidl România, este ancorată direct în procesul decizional al Consiliului de administrație. Responsabilitatea generală pentru această temă îi revine președintelui acestui for. Departamentul de coordonare CSR din cadrul Lidl România (integrat în activitatea de comunicare corporativă) și Consiliul de administrație își asumă, împreună, direcția strategică. Aceste entități asigură și coordonarea activităților interdepartamentale în domeniul sustenabilității. Departamentul CSR din Lidl România (direct sau prin intermediul Directorului de comunicare corporativă) raportează direct Președintelui Consiliului de administrație. Printre altele, aceasta are loc în cadrul revizuirii strategiei de CSR și urmărind scopul

raportării de sustenabilitate. Președintele Consiliului de administrație este astfel implicat în procesul de raportare și este responsabilul pentru aprobarea rezultatului final.

Departamentul CSR este asistat de Echipa CSR, care este compusă din reprezentanți ai tuturor departamentelor din Lidl România. În cadrul Echipei CSR, dar și separat, în departamente, sunt discutate temele și tendințele în materie de sustenabilitate. Obiectivele și măsurile agreeate astfel sunt prezentate Consiliului de administrație, care apoi, prin decizie comună, trasează direcția strategică în Lidl România și transpune în realitate angajamentele de sustenabilitate.

Principii

În calitate de actor privat, avem responsabilitatea de a evita sau reduce anticipat, acolo unde este posibil, orice impact negativ asupra mediului și societății rezultat din activitatea noastră comercială.

În Lidl România, principiul precauției din **Declarația de la Rio de Janeiro a Conferinței ONU pentru mediu și dezvoltare (UNCED)** se găsește atât în principiile noastre corporative, cât și în **Codul de conduită** al companiilor care fac parte din Grupul Schwarz, fiind parte integrantă a guvernancei corporative.

Ca parte a **Codului de conduită (CdC)**, noi și partenerii noștri din lanțul de aprovizionare ne angajăm să respectăm drepturile omului și prevederile legale naționale și internaționale aplicabile. Mai precis, codul definește principiile noastre privind standardele de securitate în muncă, dreptul la liberă asociere, remunerarea, tratamentul egal și nediscriminatoriu, precum și prevenirea muncii forțate sau a muncii depuse de copii în lanțul nostru de aprovizionare. Aceste principii au la bază următoarele norme și cadre internaționale:

- Carta internațională a drepturilor omului;
- Principiile directoare ale ONU privind afacerile și drepturile omului;
- Convenția ONU privind drepturile copilului;
- Convenția ONU privind eliminarea tuturor formelor de discriminare împotriva femeilor;
- Orientările OCDE pentru companiile multinaționale;
- Standardele drepturilor fundamentale în muncă ale Organizației Internaționale a Muncii (OIM);
- Acordul de la Paris în domeniul schimbărilor climatice;
- Convenția de la Minamata;
- Convenția de la Stockholm;
- Convenția de la Basel;
- Cele zece principii ale Pactului global ONU.

Așa cum este stipulat în **Codul de conduită**, Lidl respinge orice formă de încălcare a drepturilor omului și a dreptului muncii. Accentul se pune pe drepturile omului în relația cu locul de muncă. Scopul acestor drepturi este de a proteja persoanele de efectele adverse în timpul desfășurării muncii. Drepturile omului legate de locul de muncă includ interzicerea muncii forțate, a muncii depuse de copii și discriminarea, protejând remunerarea adecvată, dreptul la liberă asociere și securitatea în muncă. În baza **Codului de conduită**, partenerul de afaceri oferă garanții că va aborda în mod adecvat aceleași prevederi în lanțul de aprovizionare și că va aplica aceste reglementări în relația cu propriii săi parteneri contractuali, prin clauze și instrumente contractuale, cum ar fi audituri și sesiuni de formare profesională.

Lidl România depune eforturi constante pentru a include principiile sale de diligență corporativă în toate procesele din companie. În ultimii ani, accentul s-a pus pe propriul lanț de aprovizionare, deoarece acesta este spațiul unde activitățile noastre comerciale au cel mai mare impact. De aceea, în cadrul departamentului Achiziții am introdus un proces standardizat de diligență corporativă. Printre altele, acesta include o analiză sistemică a potențialelor riscuri de încălcare a drepturilor omului și a reglementărilor de mediu, dar și măsuri de remediere aferente. O descriere amănunțită este inclusă în *Politica Lidl privind diligența antreprenorială pentru respectarea drepturilor omului și a mediului înconjurător*.

Am elaborat și o strategie privind drepturile omului în domeniul achizițiilor, care definește principiile, obiectivele, standardele și responsabilitățile privind respectarea drepturilor omului. În prezent, extindem aplicabilitatea diligenței comerciale la nivelul întregii companii. Ca parte a acestor demersuri, elaborăm o politică unitară la nivelul întregii companii, care să includă elemente legate de drepturile omului și de mediul înconjurător.

Folosim o serie de măsuri pentru a ne informa angajații și pentru a crește gradul de conștientizare a principiilor existente în Lidl România, menționate în capitolul *Facilitare* de la pag. 54.



Afilieri – inițiative externe și asociații în care suntem membri

Lidl România se consideră un partener activ în dezbaterile sociopolitice. De aceea, monitorizarea legislației, discuțiile cu stakeholderii politici și colaborarea cu diferitele asociații în vederea formării opiniei publice în sector constituie parte integrantă din munca noastră.

Scopul nostru final este acela de a transforma cerințele legislative în practici operaționale cât mai rapid și mai eficiente posibil, colaborând cu furnizorii pentru

a identifica din timp aspectele care necesită atenție, respectiv riscurile potențiale.

Lidl România este membră într-o serie de asociații, organizații și inițiative (selecție):

- AMRCR – Asociația Marilor Rețele Comerciale din România;
- Camera de Comerț și Industrie Româno-Germană;
- Women Empowerment Principles.

Prin intermediul Lidl Stiftung & Co. KG, Lidl România este reprezentată în următoarele asociații, organizații și inițiative internaționale (selecție):

- ACT – Action, Collaboration, Transformation;
- Aquaculture Stewardship Council;
- Alliance for Water Stewardship;
- amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI);
- Compassion in World Farming;
- Cotton made in Africa (CmiA);
- Danube soya;
- Downpass;
- Econsense;
- Ethical Tea Partnership;
- Ethical Trade Initiative;
- EUROOPEN;
- Food for Biodiversity;
- Forest Stewardship Council (FSC);
- German initiative on sustainable cocoa;
- Fur Free Retailer;
- GLOBALG.A.P., GLOBALG.A.P. GRASP Technical Committee;
- ILO Better Work;
- Initiative for Sustainable Agricultural Supply Chains (INA);
- International ACCORD;
- International Network of Leading Executives Advancing Diversity (LEAD);
- Leather Working Group;
- Marine Stewardship Council;
- Oxfam;
- Partnership for Sustainable Textiles;
- Rainforest Alliance;
- Round Table on Responsible Soy (RTRS);
- Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO);
- RMG Sustainability Council (RSC) Bangladesh;
- Save the Children;
- Sustainable Nut Initiative;
- Sustainable Rice Platform (SRP);
- World Banana Forum.

Prin intermediul companiilor care fac parte din Grupul Schwarz, Lidl România este membru în următoarele organizații și inițiative, (selecție):

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

Pactul Global al Națiunilor Unite

Asigurarea standardelor de muncă și de mediu în lanțurile globale de producție și aprovizionare rămâne o provocare la nivel mondial în comerț. Lidl se angajează să respecte această responsabilitate corporativă și să îmbunătățească în mod constant standardele sociale și de mediu de-a lungul lanțului său de valoare. Din acest motiv, **la începutul anului 2018, Lidl România și alte companii din cadrul Grupului Schwarz au aderat la Pactul Global al Națiunilor Unite (UNGC), cea mai mare și mai importantă inițiativă de sustenabilitate corporativă la nivel global.**

Prin aceasta, ne-am angajat să susținem cele zece principii universale ale UNGC în domeniile drepturilor omului, standardelor sociale, de mediu și anticorupție. Acestea conferă un cadru global angajamentului în ceea ce privește sustenabilitate pe care ni l-am asumat în ultimii ani.

Lidl România are o contribuție semnificativă ca parte a Grupului Schwarz și a implementat deja o serie amplă de măsuri care respectă principiile pentru o economie globală durabilă.

Conformitate legislativă



Încălcarea legislației aplicabile poate duce la pierderi de ordin financiar și poate dăuna reputației Lidl România. În plus, astfel de încălcări pot atrage răspunderea la nivel personal, daune și consecințe de ordin penal fie în rândul angajaților, fie al membrilor Consiliului de Administrație.

Acțiunile Lidl România și ale angajaților săi fac, astfel, obiectul următorului principiu: ne conformăm cu legislația și regulamentele interne în vigoare. Acesta este principiul nostru corporativ central, obligatoriu pentru toți angajații. Lidl România și managementul companiei își exprimă angajamentul ferm de a se respecta întocmai acest principiu și de a se asigura de punerea lui în practică.

Din acest punct de vedere, Lidl România a implementat un **Sistem de Management al Conformității (CMS)**, care include cerințe obligatorii. Aceste cerințe constau în standarde și elemente prin care ne asigurăm că suntem în conformitate cu legislația aplicabilă. Un element esențial al CMS este acela potrivit căruia trebuie evitată orice încălcare a unei dispoziții legale sau a unei proceduri interne aplicabile, iar încălcările identificate trebuie investigate și sancționate corespunzător („Principiul toleranță zero”).

Principalele arii de interes ale CMS sunt măsurile anticorupție/antifraudă, regulile antitrust, verificarea conformității partenerilor de afaceri, siguranța

produselor și protecția datelor. Măsurile acoperite de CMS includ, în mod special, elaborarea și comunicarea normelor și a regulamentelor (de ex. regulile referitoare la gestionarea cadourilor și a beneficiilor, precum și normele privind protecția datelor), desfășurarea programelor de formare, precum și investigarea tuturor plângerilor interne și externe care vizează posibile încălcări ale legii sau ale procedurilor interne relevante.

Departamentul Compliance monitorizează eficacitatea măsurilor descrise mai sus. Mai mult, acesta conduce investigațiile și documentează toate sesizările interne și externe referitoare la posibile încălcări ale legii sau ale procedurilor interne.

În Lidl România încurajăm transmiterea sesizărilor privind posibile încălcări de conformitate din partea angajaților, clienților sau a partenerilor de afaceri privind abateri de la norme, cu alte cuvinte incidente în care angajații noștri încalcă sau sunt afectați de încălcări ale legislației aplicabile sau ale politicilor interne în cursul activității desfășurate. În Lidl România, sesizările privind potențialele abateri pot fi

trimise ofițerului de conformitate (compliance@lidl.ro), consilierului nostru extern (lidl.consultanta@hotmail.ro) sau prin sistemul online de raportare, disponibil pe corporate.lidl.ro/despre-lidl/compliance

Din motive de confidențialitate și pentru a proteja identitatea avertizorilor, în acest raport nu facem nicio referire la conținutul și calitatea informației raportate. Avertizorii nu vor fi dezavantajați în niciun fel în procesul de raportare. Toate informațiile sunt tratate ca fiind strict confidențiale. Respectarea cerințelor noastre de conformitate se bazează pe asigurarea faptului că angajații noștri sunt pe deplin informați cu privire la aceste aspecte. Prin urmare, programele de conștientizare și formare profesională sunt organizate imediat după ce angajații noștri își încep activitatea în companie și sunt reluate apoi periodic. În funcție de poziția unui angajat în cadrul companiei, luăm atâtea măsuri de conștientizare, cât și comunicăm periodic pe intranet și în aplicația de comunicare internă, WeAreLidl.

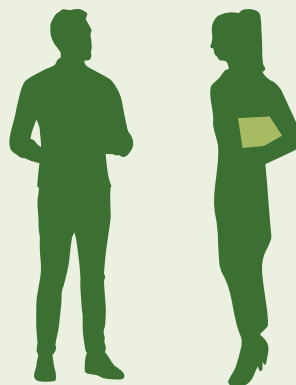
Datorită naturii globale a structurilor lanțurilor de aprovizionare, în cadrul acestora pot apărea abuzuri de ordin social, de mediu sau legate de drepturile omului. În conformitate cu obligațiile sale de diligență corporativă, toate canalele de raportare puse la dispoziție de Lidl pentru formularea sesizărilor descrise mai sus sunt disponibile și pentru părțile afectate din lanțurile noastre de aprovizionare.

Compania a fost supusă unor controale care au vizat mai multe teme. Acestea ne-au demonstrat că unele procese sunt bine definite, altele fiind în curs de îmbunătățire. Ne preocupăm constant să ținem cont de opinia autorităților. În ceea ce privește litigiile, unele au fost acceptate, iar altele au fost contestate, mai ales în situațiile în care Lidl România a considerat că, așa cum au fost implementate de companie, procedurile au fost corecte, iar legislația a fost respectată.





Definirea conținutului acestui raport



Gestionarea stakeholderilor

Schimbul continuu de informații cu grupurile noastre de stakeholderi interni și externi – cum ar fi clienți, organizații neguvernamentale (ONG-uri), autorități publice, parteneri de afaceri, angajați sau mass-media – constituie o parte importantă în gestionarea sustenabilității în Lidl România.

Acest dialog are loc în ambele direcții: ne informăm toți stakeholderii cu privire la activitățile noastre în mod regulat. Pentru aceasta, utilizăm diferite căi, de exemplu rapoarte de sustenabilitate, comunicate de presă sau broșuri pentru stakeholderi externi și clienți, precum și portalurile de intranet și aplicația de comunicare internă pentru angajații noștri. De asemenea, facilităm și încurajăm schimbul direct și reciproc de informații, prin organizarea unei game variate de evenimente și întâlniri. Prin expertiza și observațiile lor, dar și în interacțiunile critice și constructive pe care stakeholderii le au cu Lidl România, aceștia ne oferă feedback valoros, care se reflectă ulterior în activitatea noastră. În plus, suntem implicați într-o serie de colaborări și participăm la dialogul și schimbul de informații organizat de alte entități.

La intervale regulate, evaluăm care sunt stakeholderii relevanți pentru companie. Acest proces se bazează pe studii externe și pe o monitorizare amplă a subiectelor care apar pe agenda publică. Concomitent, luăm în considerare orice modificare a responsabilităților semnalată de autorități sau de ONG-uri, printre altele. De asemenea, comparăm aceste aspecte cu rezultatele analizei de materialitate și cu subiectele asociate.

Mai multe informații despre grupurile de stakeholderi cu care suntem angajați în dialog, precum și despre modalitățile de interacțiune cu aceștia se găsesc în capitolul *Dialog și cooperare cu stakeholderii* de la pag. 54.





Analiza de materialitate

În anul financiar 2022, Lidl România a revizuit procesul de determinare a domeniilor materiale. Am luat în considerare atât definiția actualizată a materialității din Standardele GRI 2021, cât și cerințele legislative noi și modificările apărute în zona de reglementare, inclusiv adoptarea de către **Parlamentul European și Consiliul European a Directivei de raportare a durabilității corporative (CSRD)**.

În acest proces, baza o constituie **Modelul de responsabilitate Lidl 2.0**, actualizat, care include un număr de 17 arii CSR.

Așadar, în cursul anului 2022, cele 17 arii CSR au fost evaluate pe două căi:

- ✓ Mai întâi, au fost analizate impacturile negative și pozitive ale Lidl asupra oamenilor, mediului și societății („perspectiva din interior spre exterior”).
- ✓ Apoi, a fost analizat impactul ariilor de CSR asupra performanței Lidl („perspectiva din exterior spre interior”).

Analiza de materialitate a Lidl este actualizată la fiecare doi ani, ca parte a procesului de raportare de sustenabilitate. Acest proces este agreat la nivelul tuturor companiilor naționale Lidl și permite simultan includerea perspectivei naționale în acest proces.

Analiza se desfășoară în trei pași:

- ✓ un studiu efectuat de Lidl în toate țările cu privire la relevanța impactului (constând într-o analiză a nivelului de expunere și interviuri cu experți);
- ✓ analiza relevanței asupra businessului la nivel de țară (prin workshopuri); și
- ✓ validarea și consolidarea rezultatelor într-o matrice de materialitate specifică Lidl în fiecare țară.





1. Evaluarea impactului Lidl România

Lidl Stiftung & Co. KG analizează impactul general pe care Lidl îl are asupra oamenilor, mediului și societății pentru toate companiile naționale Lidl printr-un proces în două etape, care implică analiza nivelului de expunere și interviuri cu experți.

1.1. Realizarea analizei cantitative a nivelului de expunere

Analiza nivelului de expunere este utilizată ca o evaluare bazată pe date a impactului potențial direct și indirect al Lidl asupra oamenilor, mediului și societății. Aceasta ia în considerare riscurile pentru oameni, mediu și societate care ar putea apărea din operațiunile Lidl. Analiza și documentarea impactului social și de mediu al Lidl s-a realizat cantitativ, pe baza datelor economice din companie și a datelor specifice industriei de-a lungul lanțului valoric internațional. Pentru a respecta dimensiunea internațională a Lidl, nevoile de acțiune potențiale la nivel local au fost identificate unele în relație cu celelalte.

În acest mod, s-a permis o comparație între diferitele arii CSR. Pentru a identifica țările în care Lidl are un nivel potențial semnificativ de influență, următoarea etapă a fost modelarea lanțului valoric al Lidl pe baza datelor din vânzări, informațiilor despre industrie și a datelor economice. Acest lucru a permis determinarea activităților economice directe și indirecte specifice fiecărei țări și aplicarea unei ponderări economice. Această ponderare ia în considerare în principal acele țări în care, pe baza datelor, Lidl demonstrează un nivel ridicat de activitate și, prin urmare, are o influență potențial mai mare asupra ariilor respective de CSR. În pasul final, scorurile de materialitate pentru fiecare arie CSR au rezultat din combinația dintre necesitatea de acțiune și relevanța asupra businessului și, prin urmare, au decis scorul final al relevanței impactului.

1.2. Realizarea interviurilor calitative cu experți

În urma analizei nivelului de expunere, rezultatele statistice au fost validate prin intermediul unui studiu calitativ. Mixul de metode diferite face analiza mai riguroasă, permite concluzii mai aprofundate și reduce potențialele puncte slabe ale fiecărei metode tratate individual. În acest scop, **9 experți internaționali din grupurile relevante de stakeholderi Lidl au fost intervievați pentru a ajunge la o înțelegere și mai profundă a impactului Lidl pe cele 17 arii CSR.**

În selectarea experților, au fost luate în considerare piețe diferite, precum și o varietate de aspecte relevante în sustenabilitate. Interviurile au fost pregătite, realizate și evaluate de un partener extern.

Combinația dintre analiza nivelului de expunere și interviurile cu experți a avut ca rezultat valorile privind relevanța impacturilor celor 17 arii CSR, reprezentate pe axa x din **Matricea de materialitate** (vezi figura Z).

În calculul rezultatelor, analiza nivelului de expunere și studiul în rândul experților au fost ponderate în funcție de valoarea acordată. Cu alte cuvinte, în funcție de calitatea și disponibilitatea datelor, analiza nivelului de expunere și interviurile cu experții au fost comparate între ele.

2. Analiza relevanței asupra afacerilor în Lidl România

Lidl România a organizat un workshop cu reprezentanții CSR pentru a analiza relevanța asupra afacerii locale. Aceștia au analizat cele 17 arii CSR din **Modelul de responsabilitate al Lidl** din perspectiva

riscurilor și oportunităților asupra businessului la nivel local. Rezultatele au fost discutate și incluse în **Matricea de materialitate** pe axa Y. Rezultatul final a fost apoi validat de echipa de management.

3. Unirea celor două dimensiuni ale analizei

Rezultatele arată că ariile CSR 1,5 grade Celsius – Limitarea efectelor schimbărilor climatice, Economie circulară și Munca și drepturile omului sunt cele mai relevante pentru Lidl România.

Un număr de 14 arii CSR sunt de importanță materială pentru Lidl România. Aceasta înseamnă că activitățile

Lidl România în relație cu respectivele arii au impact semnificativ asupra oamenilor, mediului și economiei sau că prezintă cele mai mari riscuri și oportunități de business pentru Lidl România. În consecință, acestea se încadrează în pragul de materialitate al companiei și constituie baza pentru acest raport (vezi figura Z).



LISTA DOMENIILOR MATERIALE



BINE PENTRU OAMENI

Comportamentul corect

- ◆ Muncă și drepturile omului
- ◆ Remunerare echitabilă
- ◆ Diversitate și incluziune

Promovarea sănătății

- ◆ Alimentație echilibrată
- ◆ Securitate și sănătate în muncă

Deschiderea pentru dialog

- ◆ Facilitare
- ◆ Dialog și cooperare cu stakeholderii

BINE PENTRU PLANETĂ

Protejarea mediului

- ◆ 1,5 grade Celsius – Limitarea efectelor schimbărilor climatice

Respectarea biodiversității

- ◆ Ecosisteme

Conservarea resurselor

- ◆ Apă dulce
- ◆ Materii prime
- ◆ Economie circulară
- ◆ Risipa alimentară

BINE PENTRU TINE

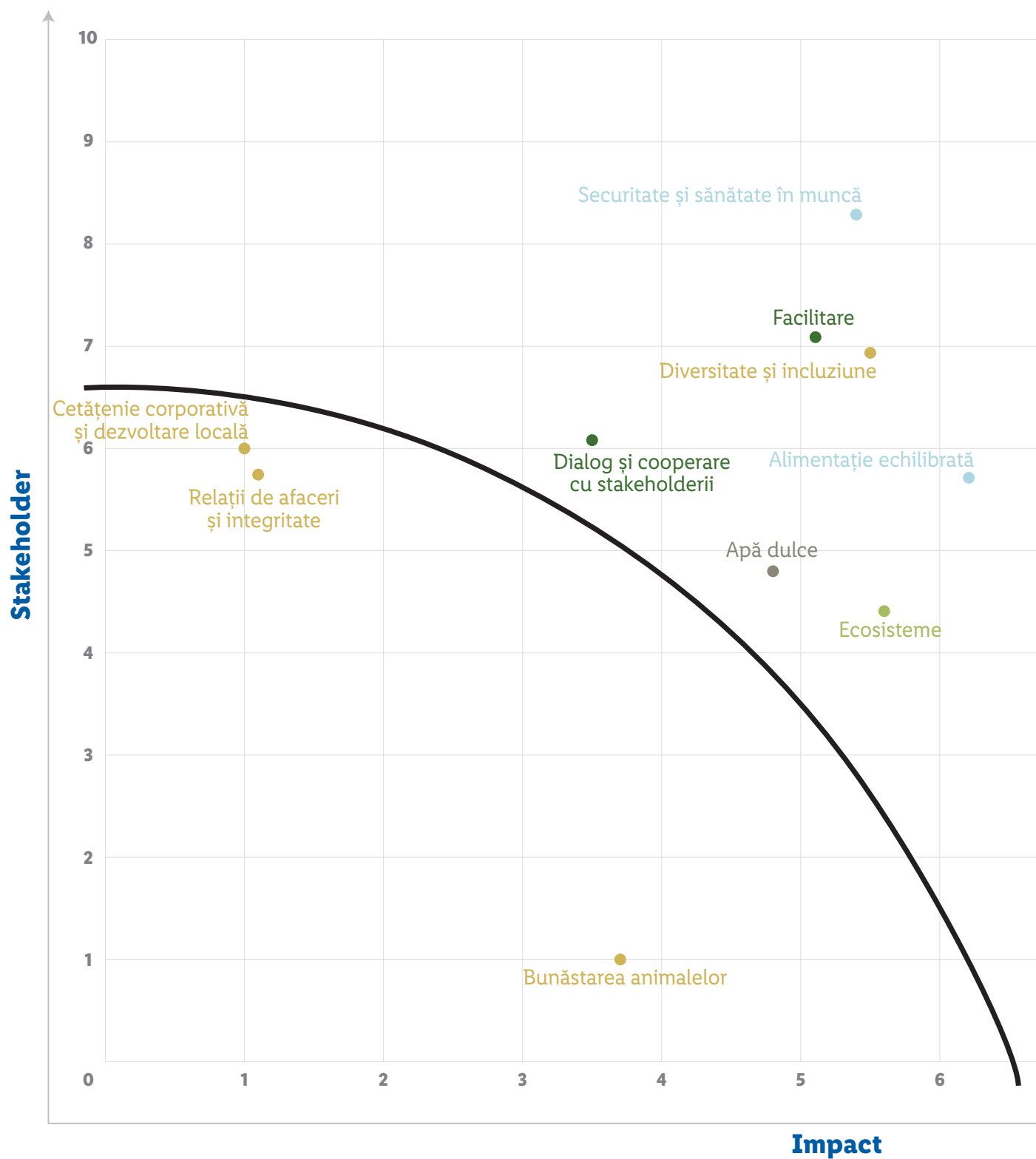
- ◆ Produse responsabile

Prag de materialitate

- ◆ Relații de afaceri și integritate
- ◆ Cetățenie corporativă și dezvoltare locală
- ◆ Bunăstarea animalelor



DEFINIREA CONȚINUTULUI RAPORTULUI





- Comportamentul corect
- Promovarea sănătății
- Deschiderea pentru dialog
- Protejarea mediului
- Respectarea biodiversității
- Conservarea resurselor

Figura Z:
Matricea de materialitate 2.0 rezultată din analiză.



PENTRU
UN VIITOR
MAI BUN





Comportamentul corect

Muncă și drepturile omului

Remunerare echitabilă

Diversitate și incluziune

Promovarea sănătății

Alimentație echilibrată

Securitate și sănătate în muncă

Deschiderea pentru dialog

Facilitare

Dialog și cooperare cu stakeholderii



Muncă și drepturile omului



Responsabilitățile Lidl România referitoare la angajați (toate domeniile materiale cuprinse în acest capitol) provin, pe de o parte, din faptul că suntem unul dintre principalii angajatori privați din România, având o forță de muncă numeroasă, pentru care suntem direct răspunzători, iar pe de altă parte, din faptul că avem relații de afaceri cu numeroși parteneri locali, care la rândul lor sunt activi pe piața muncii din România.

Companiile au obligația să asigure protejarea oamenilor la locul de muncă. Aceasta include protejarea drepturilor fundamentale ale propriilor angajați. Dincolo de regimul statutar, companiile sunt responsabile pentru stabilirea unor condiții care promovează un mediu de lucru respectuos și responsabil.

Ca angajator în sectorul de comerț de produse alimentare în România, ne dorim să oferim angajaților noștri un **mediu de lucru sigur și atractiv**. În Lidl România, respectarea și protejarea drepturilor angajaților reprezintă premisele unei relații de încredere. Acestea stau la baza tuturor activităților noastre și, prin urmare, sunt adânc înrădăcinate în principiile, politicile și procedurile noastre corporative. Pentru a asigura conformitatea tuturor proceselor noastre operaționale în relație cu angajații noștri, departamentul de Resurse Umane operează cu programul HR CMS, un domeniu-cheie al sistemului de management al conformității (CMS) al Lidl². **Respectarea legislației aplicabile și a normelor și reglementărilor interne reprezintă baza acțiunilor noastre.**

² Detalii despre sistemul de management al conformării se găsesc în capitolul *Despre acest raport/ Conformare legislativă*, la pag. 14.

În Lidl România, echipa de Dreptul Muncii și HR Compliance din cadrul departamentului de Resurse Umane este responsabilă de gestionarea respectării cerințelor privind drepturile legate de muncă și de asigurarea conformității, ca parte a programului nostru HR CMS³. Lidl România informează departamentele responsabile din sediul central Lidl cu privire la eventuale incidente privind legislația muncii.

În perioada de raportare, rolurile din cadrul echipei, care includ: manager dreptul muncii și HR Compliance; consultant dreptul muncii; Consultant HR Compliance, precum și responsabilitățile în gestionarea acestui domeniu nu au suferit modificări.

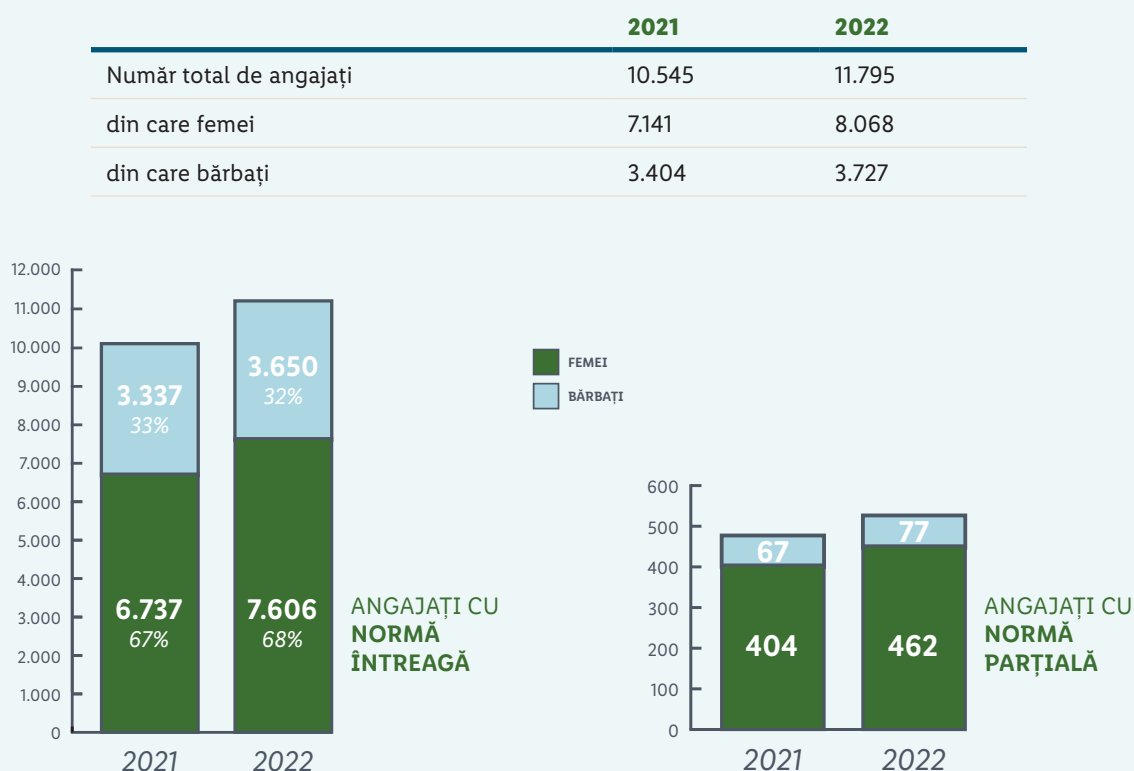
Codul de conduită este parte integrantă din guvernanța corporativă. Nerespectarea sub orice formă a drepturilor angajaților sau a drepturilor fundamentale ale omului este ilegală și nu va fi tolerată în Lidl.

Dacă există suspiciuni sau are loc o încălcare a conformității, inclusiv încălcări ale Regulamentului intern, angajații noștri pot raporta direct managerului, ofițerului de conformitate sau responsabilului personal & aspecte sociale (RPAS) din cadrul companiei. Atât angajații, cât și avertizorii externi pot raporta anonim aceste situații, prin intermediul sistemului nostru de raportare online. Toate informațiile raportate sunt tratate ca fiind strict confidențiale. Niciun avertizor de integritate nu este dezavantajat în vreun fel pentru raportarea unui incident. Toate incidentele sunt investigate și primesc răspuns.

Magazinele noastre, centrele logistice și sediile administrative sunt localizate în Uniunea Europeană (UE). Cerințele legale din România și din statele membre UE stau la baza garantării dreptului la liberă asociere și la negocieri colective, în vederea asigurării protecției drepturilor omului în locurile unde ne desfășurăm activitatea.

ANGAJAȚI DUPĂ TIPURILE DE CONTRACTE DE MUNCĂ⁴

În anul financiar 2022, Lidl România a avut 11.795 de angajați, majoritatea dintre ei (95%) fiind angajați cu normă întreagă, iar 99% având contract de muncă pe perioadă nedeterminată. În perioada de raportare, am angajat un număr de 4.230 de persoane.

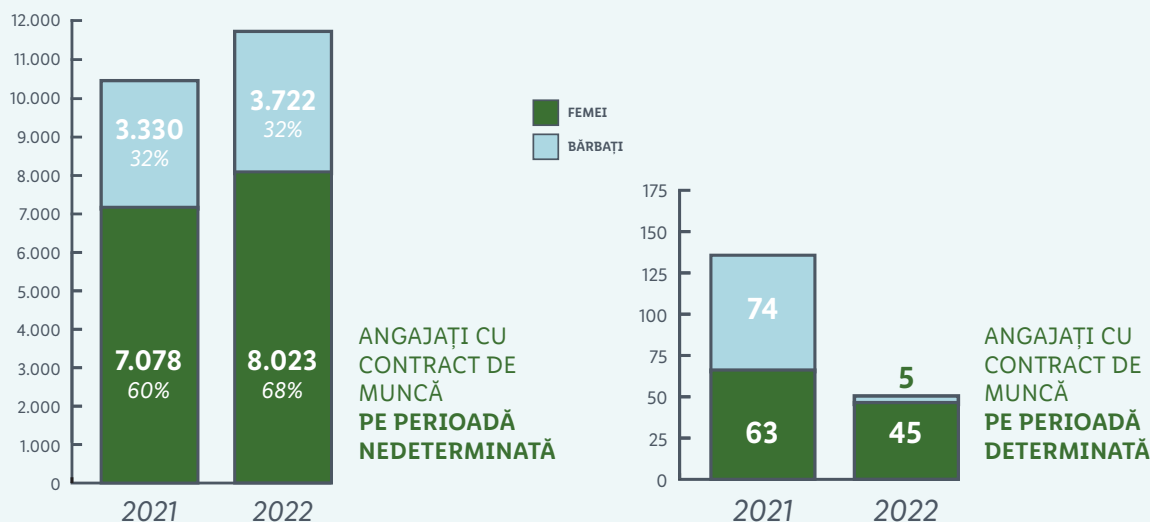


³ Programul HR CMS stabilește și asigură măsuri în scopul evitării și minimizării riscurilor de conformitate în procesele de resurse umane.

⁴ Cifrele reprezintă numărul de persoane la finalul anului financiar.



BINE PENTRU OAMENI



Lidl România are și lucrători care nu sunt angajați direct ai Lidl România și care nu sunt raportați ca angajați. Această categorie include, de exemplu, lucrători în situații temporare de angajare, care reprezintă aproximativ 0,50% din totalul forței de muncă din Lidl România. Se recurge la acești lucrători în perioadele de vârf și **pentru a răspunde eficace unor situații de scurtă durată**. În prezent, elaborăm o metodologie de calcul uniformă care să permită raportarea cantitativă a acestui indicator. Așa cum stipulează principiile noastre corporative, lucrătorii temporari trebuie să fie tratați în mod egal cu angajații care au încheiat un contract direct cu Lidl România.

Pentru a asigura respectarea cerințelor legislative, ne asigurăm că agențiile de muncă temporară respectă cu consecvență cerințele legislației muncii, prin programul nostru de management al riscului HR CMS. În plus, ne angajăm la plata corectă și a lucrătorilor temporari.

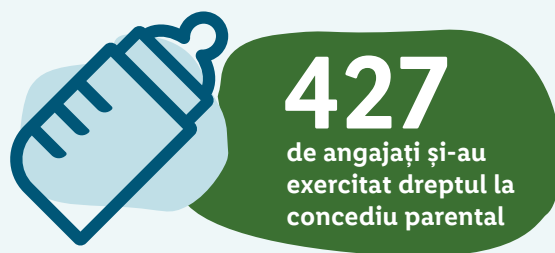
În anul financiar 2022, două procese de resurse umane au fost auditate, și anume: conformitatea și respectarea drepturilor angajaților în procesele „Angajații temporari” și, respectiv, „Timpul de muncă”. Auditul a fost efectuat de echipa de audit de la Lidl Stiftung & Co. KG. În urma auditării, ambele procese au fost calificate ca fiind conforme.

Ca angajatori, companiile sunt responsabile de starea de bine a angajaților proprii. Aceasta înseamnă și implicarea în modificarea condițiilor în ceea ce privește ocuparea forței de muncă. Prin inițiative adecvate, companiile pot contribui la promovarea stării de bine fizice și mentale a angajaților lor și la alinierea din ce în ce mai strânsă între muncă și nevoile individuale ale angajaților în diferite etape ale vieții. În acest sens, Lidl România își sprijină angajații să ajungă la un echilibru mai bun între viața personală și cea profesională. Am introdus diferite opțiuni care facilitează acest aspect și pe care le dezvoltăm continuu.



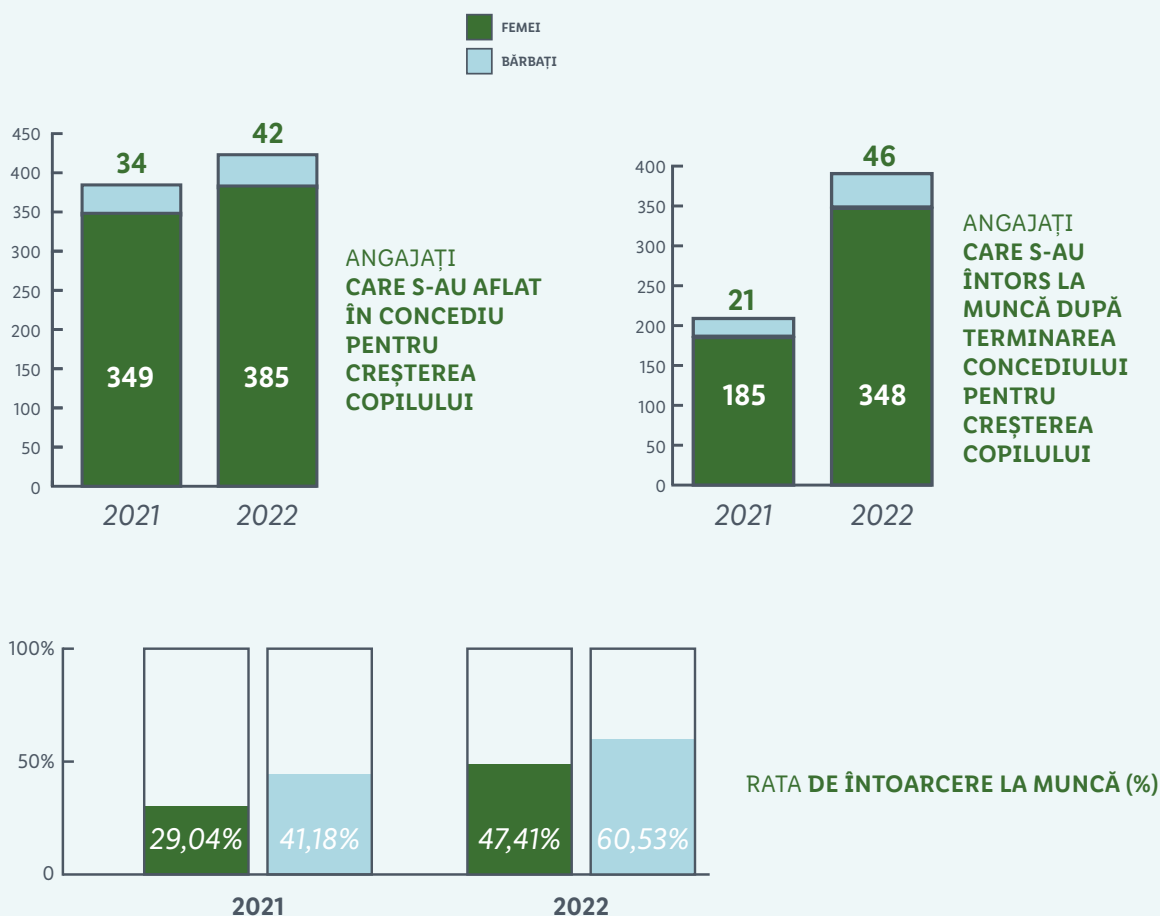
Pentru a ține cont de nevoile individuale ale angajaților noștri, promovăm telemunca. Pentru a putea beneficia de un astfel de aranjament, angajații trebuie să își poată desfășura activitatea eficient de oriunde de pe teritoriul României, prin mijloace electronice, folosind tehnologia informației și comunicațiilor. În acest caz, se asigură echipamentul informatic necesar muncii de la distanță. Având în vedere domeniul nostru de activitate, majoritatea colegilor noștri își desfășoară activitatea în magazinele și depozitele noastre. Astfel, în perioada de raportare, 8,04% dintre angajații noștri au utilizat ca modalitate de lucru telemunca, opțiune disponibilă tuturor angajaților care își desfășoară activitatea folosind tehnologia informației și comunicațiilor (angajații din sediile administrative), niciun grup individual nefiind exclus.

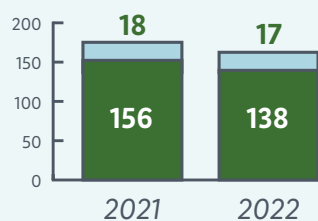
Dreptul la concediu parental contribuie, de asemenea, la îmbunătățirea echilibrului dintre muncă și viața privată, iar angajații noștri au acces la concediu pentru creșterea copilului. În 2022, un număr de 427 de angajați și-au exercitat acest drept.



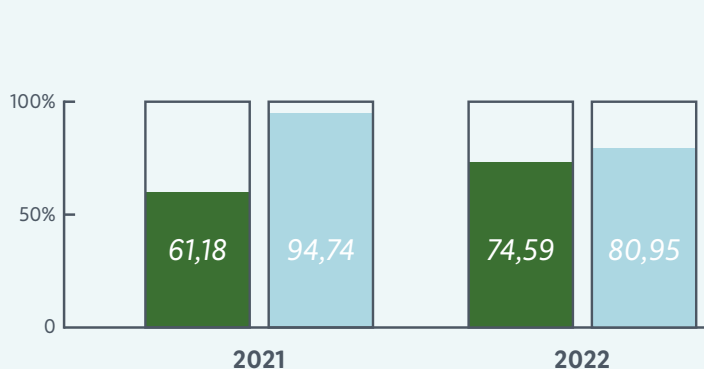
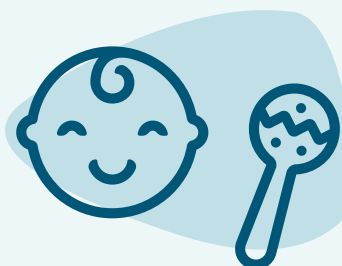
ANGAJAȚI ÎN CONCEDIU PENTRU CREȘTEREA COPILULUI

	2021	2022
Numărul de angajați care aveau dreptul la concediu pentru creșterea copilului	464	565
Numărul de angajați care aveau dreptul la concediu pentru creșterea copilului – femei	290	359
Numărul de angajați care aveau dreptul la concediu pentru creșterea copilului – bărbați	174	206





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



FEMEI
BĂRBAȚI

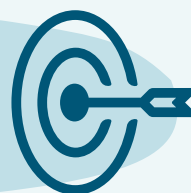
RATA DE RETENȚIE (%)

Toți angajații Lidl România, 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 unor astfel de situații.

În perioada de raportare, sistemul online de notificări BKMS⁵ a rămas o variantă pentru trimiterea de sesizări privind încălcări de conformitate. Informații despre alte modalități prin care colectăm feedback de la colegi se găsesc în acest capitol.

Acționăm într-un sector care devine din ce în ce mai complex, nu doar prin activitatea de comerț în sine, cât prin procesele de producție a articolelor, alimentare și nealimentare, care se găsesc în magazinele noastre. Aceste procese implică deseori lanțuri de furnizare globalizate, care aduc cu sine și riscuri sociale asociate securității și sănătății în muncă, libertății de asociere, remunerării adecvate sau nediscriminării. De aceea, considerăm că avem responsabilitatea ca, împreună cu furnizorii noștri, să asigurăm respectarea legislației muncii și a drepturilor omului de-a lungul lanțului nostru de aprovizionare.

Obiectivul nostru este să impulsionez îmbunătățiri în lanțurile noastre de aprovizionare prin intervenții țintite, concentrându-ne în mod strategic pe „acțiuni corecte”.



În acest sens, avem două politici care ne ghidează acțiunile din perspectiva achizițiilor, plecând de la identificarea riscurilor și determinarea soluțiilor cele mai potrivite privind aceste aspecte:

1. Politica noastră de diligență antreprenorială pentru respectarea drepturilor omului și a mediului înconjurător în achiziția de mărfuri⁶ include abordarea managementului privind implementarea diligenței antreprenoriale. Aceasta acoperă toate etapele unui proces de diligență corporativă, cu scopul de a elimina sau reduce riscurile potențiale.

2. Politica de achiziții cu privire la drepturile omului în lanțul de aprovizionare include principiile noastre pentru protejarea drepturilor omului în lanțul de aprovizionare⁷, măsurile și instrumentele pe care le putem utiliza în acest sens. Unul dintre acestea este *Manualul de achiziții sustenabile*, care ne ajută să înțelegem importanța protecției drepturilor omului, unde pot apărea efecte în lanțurile noastre de aprovizionare și cum, prin modul în care ne desfășurăm activitatea de achiziții, putem reduce aceste efecte sau putem contribui pozitiv.



Mai multe detalii privind acțiunile noastre privind munca și drepturile omului în lanțul de aprovizionare găsiți în raportul nostru anterior, pag. 35-37⁸.



⁵ Prin acest sistem, Lidl pune la dispoziție o platformă de comunicare nonstop în întreaga lume, care permite transmiterea în regim de confidențialitate a unor notificări privind potențiale încălcări de conformitate.

⁶ Lidl România, Politica de diligență antreprenorială pentru respectarea drepturilor omului și a mediului înconjurător: lidl.ro/ro/cataloge/politica-lidl-diligenta/view/flyer/page/1

⁷ Lidl România, Politica de achiziții cu privire la drepturile omului în lanțul de aprovizionare: lidl.ro/ro/cataloge/politica-de-achizitii-drepturile-omului-pe-lantul-de-aprovizionare/view/flyer/page/10

⁸ Lidl România, Raport de sustenabilitate: lidl.ro/ro/cataloge/raport-sustenabilitate-an-financiar-2021/view/overview/page/36



Remunerare echitabilă

Salariile care asigură traiul zilnic stabilesc baza pentru o viață demnă. Acesta este motivul pentru care companiile sunt responsabile pentru garantarea unui nivel adecvat de remunerare, corectă și structurată echitabil. Acest aspect reprezintă punctul de plecare pentru raporturi de muncă bazate pe încredere și respect și care sunt în beneficiul tuturor.

Sistemul de remunerare în Lidl România este bazat pe strategia de resurse umane și ține seama de cerințele legale relevante. **Conformarea cu legislația este verificată periodic** și, atunci când este necesar, se fac ajustări în concordanță cu cele mai recente cerințe sau reglementări. Sistemul nostru de remunerare oferă condiții atractive și corecte în piață și este structurat fără a face referire la sex, vârstă, etnie, orientare sexuală, ideologie, religie sau abilități mentale ori fizice. Remunerarea angajaților este determinată de rolul acestora, iar remunerația plătită include, în general, componente fixe și variabile.

Ca angajator, suntem responsabili față de angajații noștri, prin plata unui salariu care să le asigure traiul zilnic. **Politica noastră este de a stabili un salariu minim la nivelul Lidl, care trebuie să fie egal cu sau mai mare decât salariul minim legal din țara respectivă.** Acest fapt contribuie la îmbunătățirea nivelului de trai al angajaților din categoriile cu venituri mai mici. Acest salariu minim la nivelul Lidl este revizuit periodic și este ajustat atunci când este necesar.



În perioada de raportare, salariul de bază minim brut pe țară garantat în plată a fost de 2.550 de lei, până la finalul lui 2022, fiind majorat la 3.000 de lei lunar începând cu 1 ianuarie 2023⁹. Salariul de bază minim brut pe țară garantat în plată în anul 2021 a fost de 2.300 de lei lunar¹⁰ (majorat la 2.550 de lei începând cu 1 ianuarie 2022).

Echipa de Compensații și Beneficii din cadrul departamentului de Resurse Umane al Lidl România este responsabilă de structurarea sistemelor de remunerare în conformitate cu cerințele și reglementările legale în vigoare. Aceasta poate primi eventuale îndrumări de la sediul central al grupului cu privire la acest subiect.

Pentru a ne menține competitivitatea pe piață, suntem atenți la pachetele de compensații și beneficii pentru toți angajații companiei. Am descris acțiunile pe care le întreprindem în acest sens în *Raportul nostru de sustenabilitate pentru anul financiar 2020*, la pag. 59¹¹. Ca urmare a acestor demersuri, în martie 2022, au fost implementate modificări ale grilelor salariale, asigurându-ne totodată că păstrăm echitatea în interiorul companiei. Procesul de revizuire a pachetului de compensații și beneficii a respectat aceeași structură ca în anii anteriori, asigurând rigurozitate rezultatului final.

În anul financiar 2022, pachetele de compensații pentru rolurile din magazine și depozite s-au situat peste mediana salarială din piața locală de retail¹². Urmărim să ne situăm peste salariul minim pe economie pentru toate pozițiile din organizație. În acest scop, participăm an de an la studii de piață și trecem printr-un exercițiu de revizuire a grilelor salariale. Mai mult decât atât, **ne poziționăm peste mediana pieței de retail pentru magazine și depozite.** Propunem an de an ajustări salariale acolo unde este necesar, astfel încât să respectăm strategia companiei de atragere și retenție a talentelor.

În Lidl România, există o politică de acordare a bonusurilor în funcție de performanță la nivelul depozitelor, iar pentru rolul de comisionar, se acordă și bonus de condiții de muncă.



În anul financiar 2022, a fost acordat un bonus anual tuturor angajaților activi în companie, conform criteriilor stabilite la nivelul Consiliului de administrație.

⁹ Ministerul Muncii și Solidarității Sociale: mmuncii.ro/j33/index.php/ro/comunicare/comunicate-de-presa/6797-cp-majorare-salariul-minim-brut-2023-08122022

¹⁰ Ministerul Muncii și Solidarității Sociale: mmuncii.ro/j33/index.php/ro/comunicare/comunicate-de-presa/6196-salariul-de-baza-minim-brut-majorat-la-2-300-lei-in-anul-2021

¹¹ Lidl România, Raport de sustenabilitate pentru anul financiar 2020, pag. 59: <https://www.lidl.ro/l/ro/catalogue/raport-sustenabilitate-an-financiar-2021/view/flyer/page/60>

¹² Informații cu caracter confidențial, prin a căror publicare ne-am putea periclita avantajul competitiv pe care îl avem prin oferta noastră salarială.



Lidl România oferă, de asemenea, beneficii suplimentare angajaților săi. Toți colegii noștri, indiferent de tipul de contract de muncă, au acces la următoarele beneficii:

- ✓ asigurare privată de sănătate;
- ✓ asigurare de viață și accident;
- ✓ tichete de masă;
- ✓ ajutor acordat la nașterea unui copil și Bebe kit;
- ✓ primă de Moș Nicolae și primă Back to School;
- ✓ bonus Jubileu pentru colegii care împlinesc 10, 25 sau 40 de ani în companie;
- ✓ abonament Bookster;
- ✓ ziua de naștere este zi liberă;
- ✓ program de lucru flexibil în birouri și zi scurtă vinerea;
- ✓ telemuncă în sediile administrative;
- ✓ acces la activități sportive;
- ✓ testare rapidă COVID-19;
- ✓ primă cu ocazia zilei de 8 Martie oferită angajatelor companiei;
- ✓ bonus de loialitate (vânzător, asistent magazin, lucrător depozit, stivuitorist) oferit la fiecare aniversare a angajatului în companie;
- ✓ primă de Paște și de Crăciun;
- ✓ card cadou Lidl, beneficiu adăugat în anul financiar 2022.

În Uniunea Europeană, femeile continuă să câștige în medie cu 13% mai puțin pe oră decât bărbații.¹³ Această diferență salarială este cunoscută ca disparitatea salarială dintre femei și bărbați. Pentru a promova echitatea de gen în sistemul nostru de remunerare, următorul principiu este ferm respectat în cultura organizațională a Lidl: ca parte a strategiei noastre de resurse umane, căutăm să ne asigurăm că egalitatea de tratament se reflectă în sistemul nostru de remunerare.



În anul 2020, România avea a doua cea mai mică disparitate medie salarială orară de gen din Uniunea Europeană, respectiv 2,4% (după Luxemburg, cu 0,7%)¹⁴. Deși indicatorii la nivel național prezintă un status mai bun comparativ cu situația din alte state membre UE privind disparitatea salarială de gen (DSG), din 2022 am început să colectăm date privind acest indicator, având în vedere că măsoară un concept mai amplu decât cel de remunerare egală pentru muncă egală¹⁵.

¹³ European Commission: The gender pay gap situation in the EU: ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/gender-equality/equal-pay/gender-pay-gap-situation-eu_en

¹⁴ Idem 2.

¹⁵ Institutul Național de Statistică: insse.ro/cms/files/Web_IDD_BD_ro/07/07_3-Disparitatea%20salariala%20de%20gen.doc



DISPARITATEA SALARIALĂ ȘI DISPARITATEA DE BONIFICAȚII DINTRE FEMEI ȘI BĂRBAȚI ÎN LIDL ROMÂNIA ÎN ANUL FINANCIAR 2022

Disparitatea salarială dintre femei și bărbați (neajustată)¹⁶

Medie	16,5%
Mediană	4,5%

Disparitatea de bonificații dintre femei și bărbați (neajustată)

Medie	26%
Mediană	17,8%

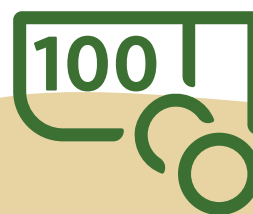
Disparitatea salarială dintre femei și bărbați (ajustată)¹⁷ – după nivelul salarial (în quartile)¹⁸

	Q1 – Cel mai mic nivel de salarizare	Q2 – Nivel de salarizare mic spre mediu	Q3 – Nivel de salarizare mediu spre ridicat	Q4 – Cel mai ridicat nivel de salarizare
Medie	-0,1%	0,2%	0,6%	16,4%
Mediană	-0,1%	0%	0,8%	4,8%

Disparitatea salarială dintre femei și bărbați (ajustată) – pe niveluri profesionale și de management

	Top management	Senior management	Management	Angajați
Medie	31,6%	-9,8%	11%	1,9%
Mediană	32,4%	-7,5%	5,1%	0,6%

Datele referitoare la disparitatea salarială de gen, respectiv de bonificații dintre femei și bărbați pentru anul financiar de raportare (vezi tabelul de mai sus) arată că există o astfel de diferență în Lidl România. Deși **principiul de plată egală este ferm respectat în companie**, diferența de remunerare nu poate fi complet evitată, din cauza factorilor structurali existenți în forța de muncă. Acești factori structurali se referă la, spre exemplu, un procent mai mare de femei în poziții entry level sau cu normă parțială, care din aceste motive au un nivel de salarizare mai mic. Prin stabilirea unui sistem de remunerare nediscriminatoriu, urmărim asigurarea echității de gen în sistemul nostru de remunerare și luăm măsurile adecvate necesare reducerii diferenței de remunerare pe criterii de gen la toate nivelurile ierarhice. Urmărim să fim mai transparenți cu informațiile referitoare la procesele de transformare, progres, plată și recompensare.



În Lidl România, grilele salariale sunt construite fără a ține cont de gen, religie, orientare sexuală, vârstă etc., astfel încât să asigurăm echitatea internă.

¹⁶ Disparitatea salarială brută („neajustată”) dintre femei și bărbați compară salariile angajaților de sex masculin și feminin, fără a ține cont de aspectele structurale precum funcția, nivelul de salarizare, tipul de angajare (normă întreagă/ parțială) sau alți factori.

¹⁷ Disparitatea salarială dintre femei și bărbați „ajustată” compară salariile angajaților de sex masculin și feminin și ia în considerare anumite aspecte structurale, cum ar fi nivelul profesional sau de conducere, nivelul de salarizare, tipul de angajare (cu normă întreagă/ parțială) și alți factori. În scopul calculării diferențelor de remunerare între sexe „ajustate”, angajații sunt grupați în funcție de anumite caracteristici și comparați cu angajații din același grup. La Lidl România evaluăm angajații în baza nivelurilor profesionale/ de management și a nivelului de salarizare.

¹⁸ O quartilă reprezintă un interval salarial. În scopul evaluării, angajații Lidl România sunt împărțiți în patru grupe salariale de mărime egală. Numărul pentru prima quartilă indică diferența de remunerare dintre femei și bărbați în rândul angajaților din companie care câștigă cel mai mic salariu, în timp ce a patra quartilă arată diferența de remunerare dintre femei și bărbați pentru angajații cu cele mai mari salarii din companie.



Diversitate și incluziune

Odată cu globalizarea și schimbarea continuă a societății, din ce în ce mai mulți oameni din cele mai variate medii reușesc să lucreze împreună cu succes. Prin urmare, este deosebit de important pentru companiile internaționale să creeze un mediu de lucru care încurajează respectul și acceptarea ca parte integrantă a interacțiunilor zilnice și să considere diversitatea în rândul angajaților drept oportunitate. Aceasta include stabilirea unor condiții egale și echitabile pentru toți și, spre exemplu, continuarea promovării egalității de gen.

Lidl România consideră ca fiind esențială, în mod firesc, asigurarea unui mediu de lucru în care toți angajații sunt tratați cu respect, indiferent de vârstă, origine, religie, identitate de gen, orientare sexuală, ideologie sau dizabilitate etc. Diversitatea, incluziunea și participarea se numără printre principiile de management și valorile noastre corporative. În compania noastră, fiecare persoană beneficiază de aceleași oportunități de dezvoltare personală și profesională. Ne opunem cu fermitate oricărei forme de discriminare. Sistemul de management de conformitate în domeniul resurselor umane ne permite

să ne asigurăm că identificăm în timp util potențialele riscuri referitoare la diversitate și incluziune. Mai multe detalii despre acest sistem de management se găsesc în capitolul *Muncă și drepturile omului*, pag. 24.

În Lidl România, Echipa de Engagement din cadrul departamentului de Resurse Umane este responsabilă pentru gestionarea și implementarea măsurilor privind diversitatea și incluziunea. Acesta coordonează punerea în aplicare a tuturor măsurilor în ceea ce privește diversitatea și incluziunea, luând în considerare cerințele legale în vigoare.

În această direcție, în anul financiar 2022, am lansat un modul de Diversitate și incluziune pe platforma noastră de **e-Learning**, o primă acțiune pe acest subiect derulată la nivelul întregii companii. Modulul a constat în vizionarea de către colegi a unui clip de 15 minute axat pe înțelegerea și acceptarea diferențelor dintre oameni care derivă din vârstă, gen, abilități fizice și mentale, religie și alte atribute. În aceeași perioadă, am implementat și un program de **Leadership** pentru femeile manager din companie.





În anul financiar 2023, vom continua programele de școlarizare de tip **Onboarding**, care includ informații despre obligațiile din **Regulamentul intern** cu privire la respectarea principiului nediscriminării și egalității de șanse. Suplimentar, vom susține cursuri de școlarizare pentru angajații cu funcții de conducere pe acest subiect și vom lansa un modul de HR Compliance pe platforma noastră de e-Learning, care include printre capitolele sale și unul privind discriminarea.

Lidl România investighează cu atenție orice incident de discriminare raportat și întreprinde măsuri disciplinare, iar, după caz, ia măsuri privind resursele umane. Am luat cunoștință de trei incidente de discriminare în perioada de raportare. Toate incidentele au fost investigate și au fost luate măsurile adecvate în vederea remedierii acestora și a prevenirii apariției pe viitor a unor situații similare. Incidentele au fost analizate în cadrul companiei. Investigațiile sunt închise, planurile de măsuri aferente au fost implementate, iar rezultatele au fost analizate în cadrul proceselor de analiză internă.

Regulamentul intern include un capitol despre Reguli privind respectarea principiului nediscriminării și a înlăturării oricărei forme de încălcare a demnității umane, precum și egalitatea de șanse între femei și bărbați. Acesta stabilește faptul că în companie este interzisă discriminarea unei persoane pentru motivul că aparține unei anumite rase, naționalități/ origini, etnii, religii, categorii sociale sau unei categorii defavorizate, respectiv din cauza convingerilor, vârstei, limbii, sexului sau orientării sexuale a acesteia, stării de sănătate/ invaliditate, opțiunii politice, originii sociale, situației sau responsabilității familiale, apartenenței sau activității sindicale.

În cadrul aceluiași capitol se stabilește faptul că tuturor salariaților le sunt asigurate măsuri pentru promovarea egalității de șanse și de tratament între femei și bărbați și pentru eliminarea tuturor formelor de discriminare bazate pe criteriul de sex. Se prevede, de asemenea, că maternitatea nu poate constitui un motiv de discriminare și că orice tratament mai puțin favorabil aplicat unei femei legat de sarcină sau de concediul de maternitate constituie discriminare.

INCIDENTE DE DISCRIMINARE ȘI ACȚIUNI CORECTIVE

	2021	2022
Număr de incidente de discriminare	1	3
Status incidente și acțiuni corective luate cu referire la:		
i. incidente analizate în companie	1	3
ii. planuri de remediere aflate în implementare	0	0
iii. planuri de remediere care au fost implementate, iar rezultatele analizate în cadrul proceselor interne de analiză	1	3
iv. incidente care nu mai necesită acțiuni corective	1	3

Ne asigurăm că procesele noastre se bazează pe standarde echitabile și nediscriminatorii. Aceasta include în special promovarea egalității de șanse. Unul dintre exemple este asigurarea unui salariu echitabil, structurat fără referire la identitatea de gen, vârstă, origine (etnică), orientare sexuală, ideologie, religie sau dizabilitate etc.

Nivelurile de management din cadrul companiei funcționează ca modele, inclusiv referitor la diversitate. Credem cu tărie că este necesară promovarea diversității în pozițiile de management pentru a depăși provocările actuale. În perioada de raportare, femeile manager au reprezentat 53,6% din management, 20%

din managementul senior și 20% din top management, astfel că aproximativ 52,8% din funcțiile de conducere au fost deținute de femei.

În calitate de membru al rețelei internaționale LEAD, Lidl este, de asemenea, implicat în inițiative externe companiei prin care se sprijină activ rolul femeilor în sectorul comercial și al bunurilor de larg consum din Europa. Calitatea de membru a Lidl oferă tuturor angajaților săi acces liber la website-ul rețelei: acolo pot împărtăși opinii și informații referitoare la diversitate și șanse egale cu angajații altor companii sau pot participa la diverse webinare.

Lidl România este devotat șanselor egale pentru toți. Pentru a sprijini femeile din companie, am aderat la „Principiile pentru emanciparea femeilor” ale **Organizației Națiunilor Unite**.

52,8% 
dintre funcțiile de conducere
au fost deținute de femei

DIVERSITATEA ÎN RÂNDUL NOILOR ANGAJAȚI ȘI RATA DE FLUCTUAȚIE ÎN LIDL ROMÂNIA

	2021	2022
Număr de noi angajați	2.037	3.811
Defalcare pe gen (%)		
Femei	67,2%	61,5%
Bărbați	32,8%	38,5%
Defalcare pe grupe de vârstă (%)		
< 30 ani	42,9%	42,2%
≥ 30 < 50 ani	53,9%	52,5%
≥ 50 ani	3,2%	5,3%
Fluctuația angajaților (%)		
Total	18,6%	25,4%
Femei	15,6%	20,7%
Bărbați	24,8%	35,5%



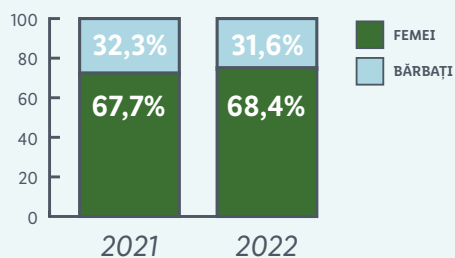


DIVERSITATEA ÎN STRUCTURILE DE GUVERNANȚĂ

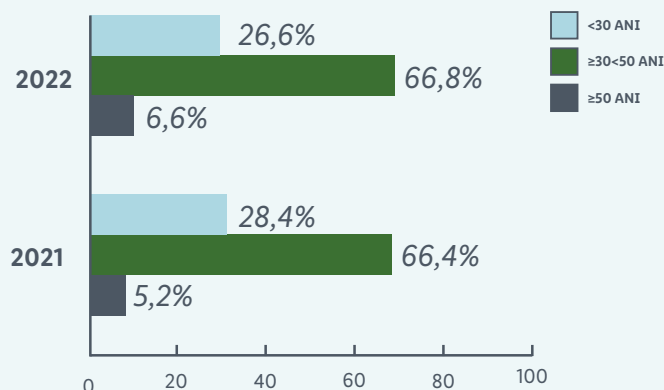
	2021	2022
Angajați în management	628	642
Defalcare pe gen (%)		
Femei	51,5%	52,5%
Bărbați	48,5%	47,5%
Defalcare pe grupe de vârstă (%)		
< 30 ani	5,6%	5,8%
≥ 30 < 50 ani	91,2%	90,8%
≥ 50 ani	3,2%	3,4%
Angajați în senior management	8	9
Defalcare pe gen (%)		
Femei	10%	9,1%
Bărbați	90%	90,9%
Defalcare pe grupe de vârstă (%)		
< 30 ani	0%	0%
≥ 30 < 50 ani	100%	100%
≥ 50 ani	0%	0%
Angajați în top management	6	5
Defalcare pe gen (%)		
Femei	50%	20%
Bărbați	50%	80%
Defalcare pe grupe de vârstă (%)		
< 30 ani	0%	0%
≥ 30 < 50 ani	100%	100%
≥ 50 ani	0%	0%

DIVERSITATEA ÎN RÂNDUL ANGAJAȚILOR

DEFALCARE PE GEN



DEFALCARE PE GRUPE DE VÂRSTĂ



Alimentație echilibrată

În anul financiar 2022, am actualizat *Politica Lidl cu privire la o alimentație echilibrată*¹⁹. Pe lângă informațiile generale despre modul în care abordăm acest aspect și angajamentele pe care ni le-am asumat în sensul promovării unei alimentații sănătoase, politica include și informații despre măsurile pe care le luăm astfel încât să oferim produse sigure și de calitate. Asigurarea calității la Lidl începe cu alegerea furnizorilor noștri.



Ca regulă generală, ne propunem ca toți furnizorii să fie certificați conform **International Featured Standard**²⁰ (IFS) sau **BRC Global Standard**²¹. Pentru a verifica siguranța, conformitatea legală și calitatea mărcilor proprii, produsele marcă proprie sunt testate sistematic, la intervale regulate de timp, de entități independente și acreditate. Testarea include verificarea atât a conformității etichetei produsului, cât și a parametrilor chimici, microbiologici, fizici și organoleptici. În plus, condițiile de producție sunt verificate prin audituri inopinate la fața locului. Mai multe informații despre acțiunile noastre în acest sens sunt disponibile în secțiunea *Bine pentru tine, Produse responsabile*.

¹⁹ Website Lidl România, Politica a fost actualizată la 31 ianuarie 2023: <https://www.lidl.ro/ro/catalogue/politica-lidl-alimentatie-echilibrata/view/flyer/page/1>

²⁰ Website IFS: <https://www.ifs-certification.com/en/>

²¹ Website BRCGC: <https://www.brcgs.com>

**Securitate și sănătate în muncă**

În Lidl România, domeniul securității și sănătății în muncă (SSM) este gestionat prin intermediul unui sistem de management dezvoltat intern. Acesta răspunde cerințelor legale naționale privind securitatea și sănătatea în muncă, fiind aliniat în totalitate cu Legea securității și sănătății în muncă (L nr. 319/2006²²), respectiv cu normele metodologice de aplicare a prevederilor legislative în domeniu (HG nr. 1.425/2006), cu completările și modificările ulterioare, precum și cu cerințele interne ale Lidl la nivel internațional.

Sistemul de management SSM acoperă toate tipurile de activități derulate în companie, toate sediile și toate categoriile de angajați și lucrători ai Lidl.

LUCRĂTORI ACOPERIȚI DE UN SISTEM DE MANAGEMENT SSM

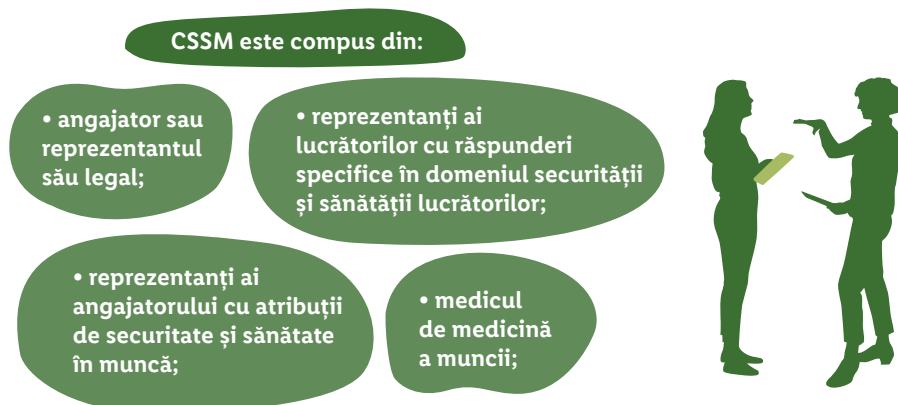
	2021	2022
Numărul de angajați care sunt acoperiți de sistemul de management	10.545	11.795
Procentul de angajați care sunt acoperiți de sistemul de management	100%	100%
Numărul de lucrători care nu sunt angajați și care desfășoară muncă pentru Lidl acoperiți de sistemul de management	2.035	2.178
Procentul de lucrători care nu sunt angajați și care desfășoară muncă pentru Lidl acoperiți de sistemul de management	100%	100%

Coordonarea activităților de securitate și sănătate în muncă și situații de urgență în Lidl România este asigurată de coordonatorul SSM. Acesta raportează direct către membrii Consiliului de administrație. La nivelul companiei, există și un Comitet de Sănătate și Securitate în Muncă (CSSM), care este constituit și funcționează conform normelor legale în vigoare. CSSM are scopul de a asigura implicarea salariaților în elaborarea și aplicarea deciziilor în domeniul SSM.

²² Website-ul Camerei Deputaților, Parlamentul României: cdep.ro/pls/legis/legis_pck.http_act_text?id=74334

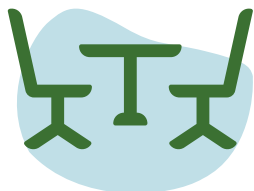
Normele de conduită ale CSSM sunt reglementate prin **Regulamentul de organizare și funcționare** și au la bază următoarele principii:

- ✓ consultarea angajaților;
- ✓ dreptul lucrătorilor de a face propuneri;
- ✓ participare echilibrată în vederea promovării și îmbunătățirii condițiilor de securitate și sănătate în muncă ale lucrătorilor.



Numărul total al membrilor este stabilit în conformitate cu prevederile legale, numărul reprezentanților angajaților fiind egal cu numărul format din angajator sau reprezentantul său legal și reprezentanții angajatorului.

Președintele CSSM este administratorul sau reprezentantul său, iar secretarul CSSM este angajatul desemnat.



CSSM se convoacă în următoarele situații:

- ✓ cel puțin o dată pe trimestru;
- ✓ după identificarea unor pericole grave și iminente de accidentare;
- ✓ la propunerea secretarului, când apar modificări legislative sau la primirea unor rapoarte de neconformitate din partea Inspecției Muncii;
- ✓ ori de câte ori președintele comitetului consideră necesar.

Ședințele ordinare ale CSSM sunt planificate, iar datele întrunirilor sunt aduse la cunoștința tuturor membrilor săi. La întrunirile comitetului sunt convocați să participe angajații desemnați și reprezentanții serviciului extern de prevenire și protecție.

În plus, colaborăm cu un contractor extern privind prevenirea și protecția în domeniul securității și sănătății în muncă și pentru situații de urgență. Acesta ia parte la inspecțiile în domeniul SSM, participă la instruirile obligatorii privind acest domeniu și la alte instruiți care răspund nevoilor identificate pe parcursul unui an și ne sprijină în elaborarea materialelor de informare privind tematica SSM.

Pericolele legate de muncă sunt identificate atât în cadrul inspecțiilor realizate de contractorul extern în domeniul SSM, cât și în cadrul inspecțiilor interne

realizate de angajații Lidl cu responsabilitate în această arie. Toate magazinele și centrele logistice sunt inspectate de trei ori pe an.

În timpul inspecțiilor, se completează un formular de inspecție, care cuprinde toate aspectele identificate ca neconforme și care pot duce la riscuri de accidentare, inclusiv la riscuri privind prevenirea și stingerea incendiilor. Contractorul extern SSM transmite rapoartele de inspecție (în format pdf) șefului de vânzări/ directorului de depozit în ziua realizării inspecției la magazinul/ depozitul respectiv. Un raport de inspecție (pe suport de hârtie) rămâne în cadrul magazinului/ depozitului. Acesta este înmănat responsabilului din partea Lidl care a participat la inspecție și căruia i se transmit aspectele neconforme identificate și care trebuie rezolvate cu celeritate.



Până pe data de 15 a lunii următoare, rezultatele inspecțiilor sunt transmise centralizat către: directorii de sedii regionale, directorii de resurse umane, directorii de vânzări, directorii de depozite și responsabilului din Consiliul de administrație, pentru a fi transmise mai departe persoanelor responsabile pentru rezolvarea neconformităților. Colegii responsabili de remedierea deficiențelor pe linie de SSM furnizează ulterior feedback.



În perioada raportării, în urma inspecțiilor la punctele de lucru, nu au fost identificate pericole de muncă care prezintă risc de vătămare cu consecințe grave sau risc de îmbolnăvire legată de muncă.

Metoda de evaluare a riscurilor de accidentare și îmbolnăvire profesională pe care o utilizăm în Lidl România a fost elaborată de **Institutul Național de Cercetare-Dezvoltare pentru Protecția Muncii București**²³. Aceasta are ca scop determinarea cantitativă a nivelului de risc/ securitate pentru un loc de muncă/ sector/ secție/ întreprindere, pe baza analizei sistemice și a evaluării riscurilor de accidentare și îmbolnăvire profesională. Procesul de evaluare a riscurilor se finalizează cu un document centralizator (*Fișa de evaluare a locului de muncă*), care cuprinde

nivelul de risc global al locului de muncă. Pe baza unor liste de control prestabilite și a cuantificării dimensiunii riscului (combinația dintre gravitate și frecvența consecinței maximum previzibile), metoda permite identificarea tuturor factorilor de risc pentru un loc de muncă. Nivelul de securitate pentru un loc de muncă este invers proporțional cu nivelul de risc. Fișa de evaluare a locului de muncă întocmită astfel constituie baza fundamentării programului de prevenire a accidentelor de muncă și îmbolnăvirilor profesionale pentru locul de muncă analizat.



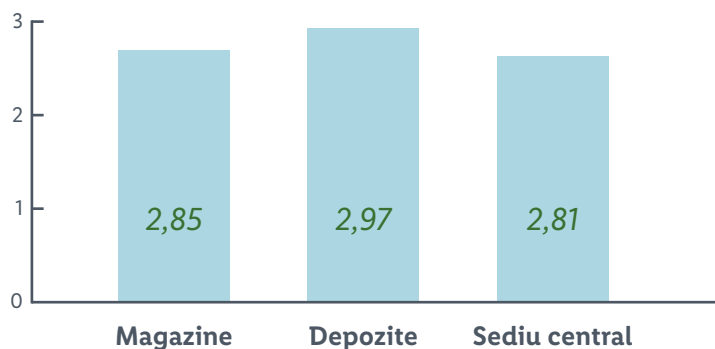
Procesul de evaluare a riscurilor cuprinde următoarele etape obligatorii:

1. definirea sistemului de analizat (loc de muncă);
2. identificarea factorilor de risc din sistem;
3. evaluarea riscurilor de accidentare și îmbolnăvire profesională;
4. ierarhizarea riscurilor și stabilirea priorităților de prevenire;
5. propunerea măsurilor de prevenire.

Echipa de evaluare a riscurilor este compusă din specialiști acreditați (care au absolvit cursul de **„Evaluator al riscurilor de accidentare și îmbolnăvire profesională”**, cu durată minimă de 180 de ore) și angajați Lidl, care dețin funcții în magazine/ depozite. În timpul procesului de evaluare, aceștia însoțesc specialiștii acreditați și le furnizează informații despre modul de funcționare a echipamentelor, frecvența cu care sunt utilizate acestea, precum și posibilele riscuri.

Procedura de evaluare a riscurilor de accidentare și îmbolnăvire profesională este revizuită la introducerea tehnologiilor noi în cadrul companiei sau ori de câte ori este necesar.

Conform celei mai recente verificări (rezultate publicate pe 1 martie 2023), toate punctele de lucru evaluate se înscriu în categoria celor cu nivel de risc mic.



<3,5

Având în vedere că toate valorile sunt situate sub limita de acceptabilitate (3,5), se poate face încadrarea punctelor noastre de lucru în categoria celor cu nivel mic de risc.

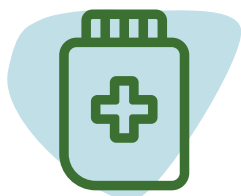
²³ Institutul Național de Cercetare-Dezvoltare pentru Protecția Muncii București: <http://www.inpm.ro>

Angajații noștri sunt încurajați de către superiorii ierarhici să raporteze și să discute cu aceștia toate situațiile neconforme sau care pot duce la apariția unor accidente de muncă. De asemenea, colegii noștri pot veni cu propuneri de îmbunătățire sau de modificare a unor procese SSM.

Angajații sunt obligați, în conformitate cu normele interne și legislația în vigoare (L nr. 319/2006, art. 23 lit. d), ca, în eventualitatea unui pericol, să oprească lucrul și să își informeze superiorul ierarhic. Procedurile se găsesc în fișele de post ale tuturor angajaților și le sunt reamintite în cadrul instructajelor periodice, parcurse în **platforma e-Learning**. Aceste proceduri privind îndepărtarea de situațiile periculoase au fost revizuite în anul financiar 2020.

În ceea ce privește monitorizarea stării de sănătate a colegilor noștri, aceștia au acces atât la servicii de medicina muncii, cât și la servicii de medicină generală. Accesul angajaților la aceste servicii este asigurat prin contracte încheiate de către Lidl România cu furnizori de servicii de medicină generală și de medicina muncii acreditați și recunoscuți în piață.

Asigurăm confidențialitatea informațiilor personale despre starea de sănătate a angajaților prin restricționarea accesului la dosarul medical și la alte documente relevante, astfel că doar medicul de medicina muncii și colegii din departamentul de Resurse Umane care au atribuții în această arie pot consulta aceste documente.



Înregistrările medicale sunt păstrate pe o perioadă cel puțin egală cu durata medie de afectare a stării de sănătate pentru fiecare categorie cu risc profesional:

- ✓ cabinetul de medicina muncii – păstrează dosarele medicale, fișele de expunere la riscuri profesionale și datele de morbiditate profesională;
- ✓ angajatorul – păstrează lista locurilor de muncă cu riscuri profesionale și concluzia examinării medicale (fișa de aptitudine), documente confidențiale care se supun restricțiilor expuse mai sus.

Raportul de medicina muncii generat stă la baza măsurilor pe linie de siguranță și securitate în muncă.

Pe lângă accesul la servicii de sănătate în sistem public, accesul angajaților Lidl la servicii de sănătate în sistem privat este facilitat de companie prin asigurarea medicală gratuită. În plus, derulăm proiecte și inițiative interne de promovare a sănătății în rândul angajaților. Spre exemplu, în luna noiembrie 2022 a avut loc campania „**Manipularea manuală a maselor (ridicarea**

greutăților)” la nivelul tuturor punctelor noastre de lucru. Angajați ai contractorului SSM au organizat o serie de instruirii despre acest subiect pentru colegii din magazine. Tot în cadrul acestei campanii, în magazine au fost puse afișe referitoare la activitatea de ridicare a greutăților în condiții de siguranță.



În plus față de cele descrise anterior, în perioada de raportare am stabilit următoarele:

- ✓ creșterea timpului de instruire introductivă generală de la 1 oră la 2 ore;
- ✓ instruirea suplimentară a cadrelor de conducere din magazine și depozite pentru creșterea gradului de conștientizare cu privire la importanța domeniului de securitate și sănătate în muncă;
- ✓ realizarea unor cursuri de lucru la înălțime pentru angajații care desfășoară activități de lucru la înălțime în depozite;
- ✓ introducerea pe platforma e-Learning a unui modul obligatoriu privind utilizarea în siguranță a echipamentelor de transport sarcini (lize electrice, transpalete, stivuitoare);
- ✓ instruirea colectivă pentru angajații firmelor contractoare.

Transmiterea informațiilor pe teme de SSM către angajați cade în responsabilitatea superiorilor ierarhici. Colegii noștri participă și sunt consultați cu privire la acest aspect prin sesiuni de informare și prin administrarea de chestionare de feedback.

**Instruirea angajaților Lidl România pe teme SSM cuprinde următoarele etape:**

1. instruire introductivă generală, cu durata de 2 ore, realizată online de furnizorul de servicii în domeniul SSM (pentru noii angajați);
2. instruire la locul de muncă, cu durata de 1 oră, realizată prin platforma de e-Learning (pentru noii angajați);
3. instruire periodică, cu durata de 1 oră, realizată prin platforma de e-Learning; aceasta se repetă la fiecare patru luni (pentru toți angajații);
4. instruire privind primul ajutor, realizată de un furnizor extern; aceasta se reia la fiecare 2 ani (pentru cel puțin 4 angajați pentru fiecare punct de lucru);
5. instruire pentru lucrul la înălțime; se reia anual (pentru angajații din depozite care desfășoară activități de lucru la înălțime);
6. instruire privind utilizarea lizelor electrice și manuale, cu durata de 1 oră, realizată prin platforma de e-Learning; aceasta se repetă anual pentru reîmprospătarea cunoștințelor de prim ajutor (pentru angajații care utilizează lize electrice/ manuale).

PENTRU TOȚI ANGAJAȚII:

	2021	2022
Numărul de decese ca urmare a accidentelor de muncă	0	0
Rata de decese ca urmare a accidentelor de muncă (%)	0%	0%
Numărul rănilor legate de muncă cu consecințe grave ²⁴ , cu excepția cazurilor de deces	1	1
Rata ²⁵ rănilor legate de muncă cu consecințe grave, cu excepția cazurilor de deces (%)	0,06%	0,048%
Numărul accidentelor de muncă înregistrabile	45	46
Rata accidentelor de muncă înregistrabile (%)	2,75%	2,19%
Numărul cazurilor de îmbolnăvire cu COVID-19	2.224	538
Numărul de decese de COVID-19	0	0
Numărul de ore lucrate	16.335.865	20.990.570

PRINCIPALELE TIPURI DE ACCIDENTE DE MUNCĂ ÎN RÂNDUL ANGAJAȚILOR ÎNREGISTRATE ÎN PERIOADA DE RAPORTARE SUNT URMĂTOARELE:

17 accidente	utilizare necorespunzătoare a lizelor electrice/ manuale;
10 accidente	alunecare/ împiedicare și cădere de la același nivel;
9 accidente	manipulare manuală a maselor;
9 accidente	nerespectare IPSSM;
1 accident	intoxicație cu substanță necunoscută (posibil spray cu piper).

²⁴ Definiție din standardele GRI: răni cu consecințe grave sunt acele răni care rezultă în deces sau într-o vătămare din care lucrătorul nu se poate recupera în totalitate, la nivelul dinainte de rănire, într-o perioadă de 6 luni.

²⁵ Toate ratele au fost calculate per 1.000.000 de ore lucrate.

Accidentul de muncă cu consecințe grave înregistrat în anul financiar 2022 a fost cauzat de contactul cu un mijloc de transport sarcini (echipamente intrauzinale) utilizat în procesul de muncă (stivuitoare, transpalete electrice, cărucioare). Ca urmare a acestui caz și pentru a preveni apariția unor accidente similare, am introdus pe platforma de e-Learning un modul obligatoriu

privind utilizarea în siguranță a echipamentelor de transport (stivuitoare, transpalete electrice, cărucioare), **suplimentar sesiunilor de instruire practică care se derulează anual**. Avem în vedere diminuarea momentului de accelerare pentru lizele electrice, decizia finală urmând a fi luată în anul financiar 2023.

PENTRU TOȚI LUCRĂTORII CARE NU SUNT ANGAJAȚI ȘI A CĂROR MUNCĂ ȘI/ SAU LOC DE MUNCĂ ESTE CONTROLAT/Ă DE LIDL:

	2021	2022
Numărul de decese ca urmare a accidentelor de muncă	0	0
Rata de decese ca urmare a accidentelor de muncă (%)	0%	0%
Numărul rănilor legate de muncă cu consecințe grave, cu excepția cazurilor de deces	0	0
Rata rănilor legate de muncă cu consecințe grave, cu excepția cazurilor de deces (%)	0%	0%
Numărul accidentelor de muncă înregistrabile	0	4
Rata accidentelor de muncă înregistrabile (%)	0%	1%
Numărul cazurilor de îmbolnăvire cu COVID-19	-	58
Numărul de decese de COVID-19	-	0
Numărul de ore lucrate	3.561.178	3.854.976

PRINCIPALELE TIPURI DE ACCIDENTE DE MUNCĂ ÎN RÂNDUL LUCRĂTORILOR ÎNREGISTRATE ÎN PERIOADA DE RAPORTARE:

3 accidente	alunecare/ împiedicare și cădere de la același nivel;
1 accident	nerespectare IPSSM.

În perioada de raportare, nu am înregistrat niciun deces ca urmare a problemelor de sănătate legate de muncă și nu am avut niciun caz înregistrabil de probleme de sănătate legate de muncă. Conform raportului de medicina muncii pentru anul 2022, în rândul angajaților noștri nu au fost înregistrate boli profesionale.

În ceea ce privește lucrătorii care nu sunt angajați și desfășoară muncă pentru Lidl, în perioada de raportare nu am înregistrat niciun deces ca urmare a problemelor de sănătate legate de muncă, nu am avut niciun caz înregistrabil de probleme de sănătate legate de muncă și nu au fost înregistrate boli profesionale în rândul acestora.





Pentru următorul an financiar ne propunem:

- ✓ derularea unor campanii de conștientizare a riscurilor prezentate de căderi, alunecări și împiedicări de la același nivel;
- ✓ derularea unei campanii privind utilizarea necorespunzătoare a echipamentelor de lucru, în special pentru lizele electrice;
- ✓ diminuarea momentului de accelerare pentru lizele electrice, pentru prevenirea accidentelor cauzate de lizele electrice, în cazul în care acest lucru este posibil, în urma unei analize interne;
- ✓ implementarea în magazine a unor registre de instruire colectivă în format autocopiativ este destinată contractorilor Lidl și va conține: informații legate de riscurile de accidentare și îmbolnăvire profesională, informații despre regulile obligatorii de securitate și sănătate în muncă și regulile interne privind prevenirea și stingerea incendiilor, care trebuie respectate în cadrul activităților desfășurate în sediile noastre. După citirea și însușirea informațiilor referitoare la partea de SSM și SU, angajații contractorilor vor semna fișa de instruire colectivă;
- ✓ organizarea unor discuții cu angajații, pentru a crește nivelul lor de conștientizare privind accidentele de muncă și măsurile de prevenire. Discuțiile, de tipul Toolbox Talks, se vor desfășura în timpul inspecțiilor realizate de contractorul SSM la punctele noastre de lucru;
- ✓ postarea pe intranet a unor filme de securitate și sănătate în muncă pe diferite teme de interes.



Ca angajatori, companiile sunt responsabile de oamenii care lucrează pentru ele. Acest lucru nu include doar oferirea unor perspective sigure, ci și sprijinirea activă în dezvoltarea și încurajarea lor să învețe pe tot parcursul vieții. Acesta este modul în care companiile pot contribui activ la dezvoltarea personală și profesională a propriilor angajați.

În Lidl România, credem în potențialul uriaș al angajaților noștri, de la cei începători până la cei cu mulți ani de experiență. De aceea, considerăm că responsabilitatea pe care o avem față de angajați include și disponibilitatea unor oferte de cursuri personalizate. Creăm un mediu în care ei pot continua să se dezvolte. În acest scop, derulăm numeroase programe și inițiative.

Echipa de Formare și Dezvoltare din cadrul departamentului de Resurse Umane este responsabilă pentru formarea și dezvoltarea angajaților. Aceasta coordonează aplicarea tuturor măsurilor asociate cu competența internă, luând în considerare cerințele și normele legislative în vigoare. Structura și responsabilitățile echipei nu au suferit modificări pe parcursul anului financiar 2022, iar obiectivul principal a rămas în continuare oferirea unei experiențe optime de învățare tuturor angajaților pe toată durata activității lor în cadrul companiei.



PROGRAME PENTRU ANGAJAȚII ENTRY LEVEL

Gama largă de programe oferite noilor angajați reprezintă o modalitate prin care le oferim celor care sunt la început de drum perspective sigure și atractive.



INTEGRARE

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

Acest program pentru noii angajați a continuat și în anul financiar 2022, fiecare nou coleg beneficiind de un plan de școlarizare personalizat și de un trainer-mentor dedicat. Trainer-mentorul este un angajat din magazin sau depozit care oferă sprijin noului coleg în perioada de școlarizare. Este nominalizat de managerul direct și, pentru a putea îndeplini acest rol, participă la un curs de tip „train the trainer” susținut de specialistul Learning & Development regional. În sediul central și sediile regionale există mentori colegi care se află pe același nivel ierarhic cu noii angajați, care urmăresc planurile acestora de școlarizare și le oferă sprijin în perioada de integrare în companie. În anul financiar 2022, mentorii au fost școlarizați, în contextul



Școala de carte și meserii este un program de formare profesională în sistem dual, coordonat de **AHK România** (Camera de Comerț și Industrie Româno-Germană). În acest program, Lidl îndeplinește rolul de partener economic, alături de alți agenți economici din industria de retail. Scopul acestui proiect constă în sporirea oportunităților de educație și formare profesională. Absolvenții Școlii de carte și meserii obțin un certificat emis de statul german, care garantează calitatea formării profesionale după model german. Partenerii economici pot angaja absolvenții programului Școlii de carte și meserii. Lidl România a intrat în acest proiect în anul 2017 și până la finalul anului financiar 2022 a angajat în total 11 absolvenți.

implementării platformei digitale dedicate planurilor de școlarizare, **Digital EA Plan**, cu privire la implicarea lor directă în gestionarea planurilor de școlarizare a noilor colegi.

Procesul de integrare în companie a noilor colegi este evaluat printr-un chestionar transmis tuturor angajaților noi. Este opțional și anonim și acoperă aspecte importante referitoare la etapele din planul de școlarizare (de ex., dacă angajatul a primit planul de școlarizare/ echipamentul, dacă a fost întâmpinat de manager, dacă a participat la Evenimentul de Bun Venit etc.). În anul de raportare, 1.080 de colegi noi au răspuns la acest chestionar (dintr-un număr de 3.803 noi angajați), iar peste 75% dintre aceștia au fost mulțumiți de procesul de școlarizare și ar recomanda Lidl ca angajator cunoscut.

În următoarea perioadă de raportare ne propunem să regândim procesul de integrare în companie (onboarding), în vederea îmbunătățirii experienței noilor colegi.



PROCESUL DE MANAGEMENT DE TALENTE ȘI EDUCAREA ȘI FORMAREA CONTINUE

După perioada de integrare a angajatului, suntem preocupați să utilizăm potențialul angajaților în cea mai bună măsură posibilă și să le oferim angajaților noștri perspective individuale de dezvoltare. Am stabilit un proces de management al talentelor uniform și echitabil pentru toți angajații. Anual are loc o întâlnire între angajat și manager pentru a discuta performanța care oferă posibilitatea de feedback asupra rezultatelor

și abilităților angajatului. În anul financiar 2022, un număr de 9.400 de angajați ai Lidl România au trecut printr-o astfel de analiză. Aceștia au participat la proces online, prin intermediul platformei interne de evaluare. **Ei reprezintă 99% din întregul colectiv eligibil²⁶** pentru evaluarea performanței profesionale și echivalează cu aproximativ 86% din angajați.

PROCENTUL DE ANGAJAȚI EVALUAȚI CU REGULARITATE CU PRIVIRE LA PERFORMANȚA ÎN MUNCĂ ȘI DEZVOLTAREA ÎN CARIERĂ

	2021	2022
Procentul de angajați care au fost evaluați cu privire la performanța în muncă și dezvoltarea în carieră ²⁷	99%	99%
femei	n/a*	66%
bărbați	n/a*	33%
Categorie de angajați		
Management (toate nivelurile de management)	n/a*	7%
Angajați	n/a*	92%

Pentru dezvoltarea lor profesională, angajații și managerii din Lidl România pot alege dintr-o gamă largă de prezentări, cursuri, seminare, sesiuni de instruire, ateliere și cursuri online. Angajații din magazine, centrele logistice și din sediul central

au acces la o platformă cu diferite cursuri online. În perioada de raportare, angajații Lidl România au participat în medie la 48,35 de ore de instruire și educație continuă.

MEDIA DE ORE DE INSTRUIRE PER ANGAJAT

	2021	2022
Media de ore de instruire per angajat	46,42	48,35
Media de ore de instruire per angajat în magazine	49,60	51,41

Creșterea mediei de ore de instruire se datorează următorilor factori: creșterea numărului de colegi înscriși la cursurile de soft skills, odată cu revenirea la birou în aprilie 2022; demararea programului de dezvoltare adresat managerilor de departamente și

directorilor executivi nou promovați și directorilor generali regionali; și facilitarea parcurgerii cursurilor obligatorii, prin digitalizarea acestora în platforma digitală de administrare a învățării în Lidl Success Factors Learning (SF Learning).

²⁶ Colegii care au mai puțin de trei luni de la angajare și cei care au revenit din concediu pentru creșterea copilului nu sunt eligibili pentru procesul de evaluare.

²⁷ Procent calculat din numărul de angajați eligibili pentru evaluare.



MEDIA DE ORE DE INSTRUIRE ÎNREGISTRATE ÎN PLATFORMA SUCCESS FACTORS LEARNING (SF LEARNING), DUPĂ CATEGORIA DE ANGAJAȚI, ÎN ANUL FINANCIAR 2022

Categoria de angajați	Femei	Bărbați	Medie
Management (toate categoriile)	34,72	43,29	39,01
Angajați	36,59	30,18	33,38
Medie	35,66	36,73	36,20*

* Diferența față de media de ore de instruire de 48,35 de ore provine din faptul că o parte din instruirile obligatorii susținute în perioada de raportare nu erau încă integrate în platformă. Începând cu anul financiar 2023, monitorizarea tuturor orelor de instruire se va face prin aplicație.

Informații detaliate privind gama de programe de formare și educare disponibile angajaților noștri odată integrați în companie se găsesc în *Raportul nostru de sustenabilitate* anterior, la pag. 61-63.

În raportul anterior am menționat intenția noastră de a regândi conținutul mai multor programe de training, pentru a ne asigura că au o programă și un format aliniate nevoilor actuale și contextului postpandemic.

În 2022, am identificat nevoia colegilor de a se cunoaște, respectiv de a se reconecta după lunga perioadă petrecută în online. Așadar, am creat un cadru potrivit pentru desfășurarea evenimentelor de dezvoltare a echipei, prin activități care le-au dat

colegilor ocazia să comunice direct, să cunoască noii membri din echipă și să își redefinească atât modul de a lucra împreună, cât și identitatea echipei.

În ceea ce privește programele de învățare, am adoptat o abordare hibridă, oferind atât cursuri la clasă, cât și virtual/ online pe platformele **SF Learning** și **LinkedIn Learning**.

Am revizuit tematicile de training și am introdus subiecte noi în catalogul de cursuri soft skills, care răspund nevoilor curente, cum ar fi **Real time feedback**, **Innovative thinking**, **Managementul schimbării**, **Crearea și susținerea unei culturi a echipei** sau **Siguranța psihologică**.



DEZVOLTAREA NIVELULUI EXECUTIV

Pentru a dezvolta angajații potriviți ca lideri de echipă, șefi de departamente sau directori regionali, în 2020 am implementat la nivel internațional un program de dezvoltare executivă la toate nivelurile. Sunt organizate diverse zile de dezvoltare și seminare, prin care potențialii manageri sunt instruiți în domenii precum comunicare sau leadership, pentru a-și putea dezvolta

abilitățile de care au nevoie în viitoarele roluri. Lidl România este responsabil de dezvoltarea liderilor de echipă și a șefilor de departamente. Procesul de calificare ca director regional este parte a programului la nivel internațional. În 2022, Lidl România a organizat în total **32 de zile de seminare la care au participat un număr de 70 de manageri și potențiali manageri**.



FOUNDATION @LOGISTICS

of **LidlShip**
ACADEMIA LIDERILOR

Programele din cadrul academiilor de Leadership (**Foundation of Lidlship** – academia dedicată managerilor promovați sau nou angajați în perioada de raportare și **Direction of Lidlship** – academia dedicată directorilor promovați sau nou angajați în anul financiar 2022) au fost revizuite și adaptate ca să răspundă obiectivelor companiei cu privire la dezvoltarea competențelor de leadership.

Temele abordate în cadrul modulelor de training includ: leadership situațional, delegarea, inteligența emoțională și siguranța psihologică în lucrul cu echipele sau tehnici de coaching pentru performanță.



Preocuparea noastră este crearea unei comunități de leadership în care accentul cade pe dezvoltarea competențelor și pe împărtășirea de bune practici, indiferent de poziția în companie a participanților. Astfel, pe lângă modulele de training despre competențele de leadership specifice fiecărei academii, am introdus momente comune de învățare și schimb de bune practici între participanți. Am introdus conceptul de „learning buddy” pentru a susține învățarea socială. Fiecare participant și-a ales un partener de învățare din rândul membrilor comunității.

În plus, comunitatea are la dispoziție un spațiu digital dedicat – prin intermediul unui grup de

Microsoft Teams în care ei pot comunica direct, au acces la o bibliotecă de materiale de interes, primesc recomandări, se organizează pentru sesiunile de follow-up, asigurând un cadru propice pentru învățarea continuă.

Pentru că urmărim o experiență unitară pentru toate cadrele de conducere, anul financiar 2022 a însemnat și înscrierea în programul **Foundation of Lidlship** a tuturor managerilor promovați sau nou angajați din cadrul tuturor departamentelor, iar programele anterioare dedicate exclusiv managerilor din vânzări (**Antreprenor în Vânzări** și **Leadership în Vânzări**) au fost sistate.

LidlEXPRESS

Inițiativele de dezvoltare a șefilor de vânzări (SV) cu potențial ridicat au continuat și în anul 2022. După finalizarea programului **Lidl Express SV**, participanții considerați pregătiți să preia rolul de director de vânzări (DV) în următorii 1-2 ani și-au continuat dezvoltarea în cadrul programului de învățare accelerată **Lidl Express SV – Next Destination DV**. Acest program a fost construit special pe oportunitățile de dezvoltare ale grupului de participanți și a pus la dispoziția acestora o serie de instrumente care să le completeze competențele-cheie, cum ar fi: leadership situațional, comunicare de impact, managementul schimbării în cadrul echipei, gestionarea stakeholderilor și asigurarea inovației prin învățare continuă. În sesiunile de lucru de grup, dar și în cele de coaching individual, au avut ocazia de a face schimb de experiență și de a găsi răspunsuri la provocări întâlnite în activitatea zilnică. După încheierea programului, colegii își vor continua dezvoltarea ca parte din procesul național de Talent Management.

Un alt element de dezvoltare profesională îl reprezintă programul nostru internațional de rotație a joburilor, care este dezvoltat și coordonat în strânsă colaborare cu Lidl Stiftung & Co. KG. Acest program este conceput atât pentru a le oferi angajaților de la nivelul junior în sus oportunitatea de dezvoltare personală în străinătate, cât și pentru a încuraja activ schimbul internațional de angajați. Șederea în străinătate durează între 12 și 14 luni, timp în care participanții parcurg un curs de limbă, se familiarizează cu activitățile din țara-gazdă și, ulterior, muncesc independent pe diverse poziții. Lidl România beneficiază de aceste schimburi și este implicat în program. În anul financiar 2022, am trimis un participant în cadrul Lidl din altă țară. Pentru următoarea perioadă de raportare planificăm includerea a 5 colegi în acest program.





Digitalizarea a continuat să fie un element important în strategia noastră și în anul financiar 2022. Colegii au acces la module de învățare în variantă online, prin platforma internă SF Learning și prin LinkedIn Learning. Cursurile online au fost promovate prin lansarea pe pagina de intranet a catalogului de cursuri LinkedIn Learning și prin intermediul managerilor, care le pot folosi ca resurse în elaborarea planurilor de dezvoltare individuală pentru colegi. În iunie 2022, am lansat platforma („Planul de școlarizare digital”) la nivel național. Aceasta este accesibilă colegilor din birouri din Sediul Central și din sediile regionale care au adresă de e-mail. Începând cu anul financiar 2023, monitorizarea orelor de școlarizare, inclusiv cea obligatorie, se va face prin intermediul aplicației.



În ceea ce privește modalitățile prin care colectăm **feedback de la colegi**, pe parcursul anului financiar 2022:

- ✓ am continuat să utilizăm adresa de e-mail, disponibilă tuturor colegilor noștri, la care aceștia pot trimite inclusiv sugestii și propuneri de inițiative; timpul mediu de răspuns la sugestiile primite este de 48 de ore;
- ✓ **Stay Interview** a fost utilizat în continuare ca instrument de feedback din partea angajaților în discuțiile unu-la-unu; pe baza feedbackului colectat, în funcție de nevoile identificate, sunt elaborate planuri de acțiune pe magazin sau pe echipă;
- ✓ am utilizat **Employer Branding Survey** ca instrument de colectare a feedbackului despre Lidl ca angajator. Acesta colectează informații din perspectivă atât internă, cât și externă, permițând o analiză mai amplă.



Employer Branding Survey include două chestionare cu răspunsuri anonime: unul adresat colegilor din toate ariile de business ale companiei, celălalt, unui eșantion extern compus din persoane cu și fără studii superioare, dar și studenților. Scopul este de a afla importanța anumitor atribute ce definesc un angajator bun, dar și cum se situează Lidl în raport cu acestea.

În urma feedbackului primit prin intermediul **Employer Branding Survey**, am conturat un plan cu peste 10 acțiuni, care răspund celor mai importante nevoi exprimate de colegi și candidați. Printre acestea se numără un program de cultură organizațională pentru îmbunătățirea unor aspecte precum transparența în comunicare, echilibrul dintre viața personală și cea profesională sau actualizarea catalogului cu cursuri care să răspundă nevoilor de dezvoltare profesională ale colegilor noștri.



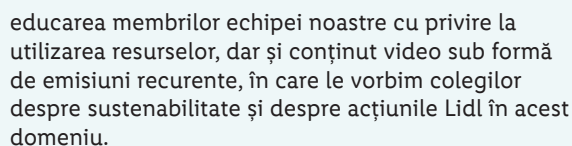
În următoarea perioadă de raportare:

- ✓ vom continua să ne axăm pe creșterea și susținerea capacităților de leadership prin programele de dezvoltare dedicate managerilor;
- ✓ vom susține pilonul cultural prin programe de training de dezvoltare a echipei care să consolideze comportamentele de feedback și recunoaștere la toate nivelurile;
- ✓ digitalizarea va continua să constituie o preocupare, obiectivul fiind de a transpune cât mai multe module de învățare în platforma digitală pentru colegii din vânzări și depozite;
- ✓ vom continua să promovăm accesarea cursurilor din LinkedIn Learning în rândul colegii din birouri.



Ne informăm constant colegii cu privire la măsurile de sustenabilitate pe care le luăm, inclusiv despre conținutul raportului de sustenabilitate, cu obiectivul de a educa echipa Lidl despre acest subiect, despre demersurile companiei în raport cu procesele de business și despre impactul pe care îl avem în societate din această perspectivă.

Printre acțiunile pe care le derulăm în mod obișnuit în mediul online pentru comunicarea demersurilor de sustenabilitate în rândul colegilor noștri se numără: comunitatea pentru un viitor mai bun – un canal intern pe aplicația mobilă **We are Lidl**, dedicat transmiterii informațiilor-cheie despre sustenabilitate din Lidl și educării angajaților cu privire la acest subiect. Includem aici toate informările cu privire la demersurile făcute de Lidl România în domeniul sustenabilității, precum măsurile pe care le luăm pentru a ne reduce impactul asupra mediului, pentru a reduce risipa alimentară, dar și parteneriatele cu ONG-uri (programele din ariile educație, protejarea mediului și servicii de urgență, campaniile prin care colectăm alimente, organizate cu ocazia sărbătorilor de Paște și Crăciun etc.). Totodată, canalul găzduiește toate inițiativele *#PentruUnViitorMaiBun* gândite pentru echipa Lidl, precum invitațiile la acțiuni de curățare a mediului de plastic, ateliere prin care urmărim



O altă modalitate de sensibilizare a colegilor asupra aspectelor de sustenabilitate o reprezintă cursul CSR Strategy in Buying (Strategia de CSR în achiziții). Destinat colegilor care lucrează în departamentul Achiziții, acest curs îi ajută să înțeleagă mai bine impacturile care au loc de-a lungul lanțului de aprovizionare, atât asupra oamenilor și drepturilor omului, cât și asupra mediului. La finalul anului financiar 2022, un număr de 40 de colegi din cadrul departamentului Achiziții participaseră la acest curs, urmând ca în anul financiar 2023 și alți colegi din departament să participe la curs.



Exemple de postări pe teme de sustenabilitate pe canalele de comunicare internă

În perioada de raportare, au avut loc următoarele acțiuni, destinate tuturor colegilor noștri, o echipă de peste 11.000 de angajați:

- ✓ **Cursa pentru un viitor mai bun** – lansarea unui serial online, lunar, ce include provocări din aria sustenabilității pentru toate echipele din Lidl. Echipele sunt invitate lunar să realizeze acțiuni, cum ar fi: să colecteze cât mai multe baterii uzate de acasă sau de la familie și prieteni, să creeze un afiș pentru zona lor comună din magazin, depozit sau birou prin care să descurajeze risipa alimentară, să folosească sacoșa reutilizabilă la cumpărături.
- ✓ **Cartea de bucate antirisipă by #noiLidl** – un demers de conștientizare a risipei pe care o facem de Crăciun și Paște. Îi invităm pe colegi să folosească mâncarea rămasă de sărbători și să o transforme în rețete noi, iar pe baza acestor rețete am creat o carte. Tactica este recurentă și o implementăm în fiecare an, atât de Paște, cât și de Crăciun.
- ✓ **Seria de articole denumită #PaLaRisiPAalimentară** – un demers de conștientizare a risipei alimentare și a măsurilor pe care le putem lua fiecare dintre noi pentru combaterea acestui fenomen.
- ✓ **Enciclopedia #PentruUnViitorMaiBun** – o serie de articole recurente în care explicăm în mod simplu și ușor de înțeles concepte legate de sustenabilitate, precum dezvoltare durabilă, strat de ozon etc.
- ✓ **Serialul #LădițaCuProspețime** – lansarea unei serii video prin care educăm și informăm angajații cu privire la normele și standardele Lidl în procesul de cultivare a produselor din Piața Lidl (fructe și legume) și de utilizare a pesticidelor.



Pe lângă demersurile de informare și implicare în mediul online, încercăm să ne antrenăm colegii și într-o serie de acțiuni offline, al căror scop este același, de a ne educa și implica colegii în diferite teme de sustenabilitate direct conectate cu businessul Lidl. Dintre acțiunile desfășurate în mediul offline, la care au participat 50 de colegi din companie, menționăm acțiunile de curățare a malurilor Dunării în cadrul **România Limpede**, o inițiativă realizată împreună cu **Asociația Mai Mult Verde**, **WWF** și **ASAP**²⁸. Inițiativa a avut loc în perioada 1 – 7 septembrie 2022 și a urmărit creșterea gradului de conștientizare și educare a comunităților locale privind protejarea mediului, precum și colectarea a cât mai multe cantități de deșeuri de pe Dunăre și din împrejurimile ei.



INFORMAREA ȘI SENSIBILIZAREA CLIEŢILOR PE TEME DE SUSTENABILITATE

Ca actori sociali în sectorul retail, facem legătura dintre producători și consumatori. Această poziție ne dă ocazia să putem contribui la producția și consumul produselor într-un mod mai responsabil. În cele ce urmează ne vom axa pe acțiunile noastre în relația cu

clienții noștri, din perspectiva responsabilității ce ne revine în informarea corectă și completă a acestora. În plus, prezentăm și campaniile și inițiativele pe care le derulăm pentru a-i ajuta pe clienți să adopte un comportament responsabil.

²⁸ ASAP - Armata Selectării Atente a Plasticului, un proiect derulat în colaborare cu Fundația The Institute.



PROMOVAREA CONSUMULUI RESPONSABIL PRIN EDUCARE ȘI ACTIVITĂȚI DE CONȘTIENTIZARE

Pe lângă informare transparentă și corectă despre produsele pe care le găsim la raft, clienții noștri pot afla de pe [lidl.ro](https://www.lidl.ro) și de pe conturile noastre de pe rețelele sociale recomandări, rețete și trucuri în ceea ce privește consumul responsabil.



Campania **Rețeta responsabilă**, prin care, săptămânal, le arătăm clienților noștri urmăritori ai conturilor Lidl de Facebook și Instagram cum pot păstra pentru mai mult timp alimentele sau cum pot folosi în rețete culinare alimentele rămase în frigider sau pe cale să expire, a continuat și în anul financiar 2022, iar serialul dedicat produselor BIO, cel prin care urmăritorii Lidl de pe Youtube pot descoperi aceste produse din sortimentul nostru și cum pot fi integrate acestea în diferite rețete, a trecut într-un nou sezon, denumit **Chef de BIO**.

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

Rețeta responsabilă este o inițiativă prin care ne îndrumăm clienții către un consum responsabil, oferindu-le idei și soluții pentru depozitarea, consumul și refolosirea alimentelor. Prin intermediul campaniei, au ocazia să afle mai multe despre risipa alimentară care apare atât în procesele de producție și procesare, cât și în gospodărie.

Fiecare episod propune publicului idei utile privind consumul responsabil și prezintă opțiuni sustenabile de consum, una dintre acestea fiind produsele bio.

Lansarea noului *Raport de sustenabilitate Lidl România*, aferent perioadei 1 martie 2021 – 28 februarie 2022, a generat un nou prilej de a deschide conversația despre sustenabilitate și cu comunitățile online. Astfel, pentru al doilea an consecutiv, am derulat o campanie de informare, conștientizare și de educare cu privire la impactul pe care fiecare dintre noi îl are asupra mediului, punând în centru soluțiile, faptele concrete și reale.

Demersurile și inițiativele Lidl cuprinse în raportul de sustenabilitate au fost și anul acesta exemple de bună practică, de la care au pornit și influencerii pe care i-am ales ca ambasadori ai sustenabilității pentru comunicare. Sub conceptul „**Noi Fapte pentru un Viitor mai bun**”, am continuat campania pe un nou mecanism de comunicare, așa încât șase influenceri au comunicat pe un an întreg, lună de lună, fapte care pot contribui la protejarea mediului. Comunicarea continuă (pe durata unui an de zile) ne-a ajutat să oferim mai multă consistență, constanță și relevanță proiectului. Pentru că faptele nu sunt doar azi sau mâine, ci ele pot fi integrate în comportamentul nostru de zi cu zi.

Obiectivul nostru de comunicare rămâne acela de a promova către un public general cât mai numeroase măsurile noastre de sustenabilitate, dar și măsuri responsabile, pe care le poate lua fiecare dintre noi, pentru un mod de viață sustenabil. Așadar:

- ✓ vom continua să promovăm măsuri de sustenabilitate care pot fi adoptate de publicul larg. Vom face aceasta atât prin intermediul propriilor platforme (de exemplu, pagina de Facebook Lidl România), cât și prin intermediul a minimum trei influenceri/ an și al presei (presă scrisă, locală, radio local);
- ✓ vom continua să promovăm parteneriatul cu Rețeaua Națională a Băncilor pentru Alimente, atât în magazine, prin intermediul colectei de alimente, cât și către publicul larg, prin parteneriate cu minimum 2 influenceri.

COMUNICAREA RESPONSABILĂ A PRODUSELOR

Clienții își bazează într-o oarecare măsură decizia de cumpărare și pe informațiile disponibile despre produsele pe care doresc să le achiziționeze. De aceea, la activitățile derulate pentru a ne sprijini clienții să adopte comportamente sănătoase și responsabile se adaugă și eforturile de comunicare responsabilă a produselor.



În Raportul nostru din anul financiar 2020 am descris măsurile pe care le luăm pentru a ne asigura că respectăm principiile de comunicare responsabilă a produselor pe care le comercializăm. De asemenea, am explicat modul în care etichetăm produsele marcă proprie pentru a asigura transparență, trasabilitate și prezentarea informațiilor într-un limbaj accesibil pentru clienții noștri²⁹.

Certificarea conform **Standardului privind asigurarea calității ISO9001:2015** a întregului **departament Calitate** din cadrul Lidl România a fost una dintre măsurile luate pentru a ne asigura inclusiv că suntem transparenți în ceea ce privește originea materiilor prime și a ingredientelor utilizate și modalitatea de fabricare, dincolo de asigurarea calității și siguranței produselor noastre marcă proprie.

În perioada de raportare, **departamentul Calitate** a trecut cu succes printr-un proces de audit, în special datorită procedurilor foarte bine definite pe care le respectăm cu strictețe. În anul financiar 2023 am parcurs toate etapele procesului de obținere a recertificării, conform cerințelor standardului ISO9001:2015. În plus, echipa de **Organizare Procese Achiziții** a trecut prin procesul de obținere a certificării conform aceluiași standard în managementul calității, reușind să obțină această certificare.

Toate produsele noastre se supun cerințelor legislative în vigoare referitoare la etichetare, incluzând următoarele tipuri de informații: sursa de proveniență a ingredientelor (primare) utilizate în produsul respectiv, conținutul produsului, inclusiv informații referitoare la substanțe care pot afecta mediul; utilizarea în siguranță a produsului; modul de depozitare și de reciclare.



Partea din față a ambalajului conține un titlu cât mai clar și mai bine definit, care descrie produsul, precum și sigle și mențiuni referitoare la calitatea ingredientelor, cum ar fi: procentul de carne, sigla **Eticheta curată** (pentru produsele cu rețetă fără conservanți sau aditivi), indicația geografică (de ex. **Produs în România**), sigle de certificări ale ingredientelor componente (de ex. certificări BIO, Rainforest, FSC, MSC, ASC) sau ale ambalajelor responsabile (care fie utilizează o cantitate redusă de plastic, fie sunt compuse din materiale reciclabile).

ETICHETĂ CURATĂ

FĂRĂ SOIA • FĂRĂ AMIDON MODIFICAT ADĂUGAT
FĂRĂ MONOGLUTAMAT ADĂUGAT • FĂRĂ GLUTEN
FĂRĂ MDM • FĂRĂ COLORANȚI SINTETICI



²⁹ Raportul de sustenabilitate al Lidl privind anul financiar 2020: <https://www.lidl.ro/ro/catalogue/raport-de-sustenabilitate-2020/view/overview/page/72>



BINE PENTRU OAMENI

Adițional, ambalajul prezintă date despre ingrediente, alergeni, tratamentul termic, informații nutriționale, gramaj, modalități de păstrare și preparare, termenul de expirare, date despre producător/ distribuitor și simbolurile privind sortarea/ reciclarea ambalajului respectiv.

Pentru a-i ajuta pe clienți să identifice mai ușor produsele și să le diferențieze, ambalajele noastre au un design, imagini și culori distincte. Astfel, fiecare grupă de mărfuri comercializate include mărci proprii Lidl care se disting prin design și colorit.



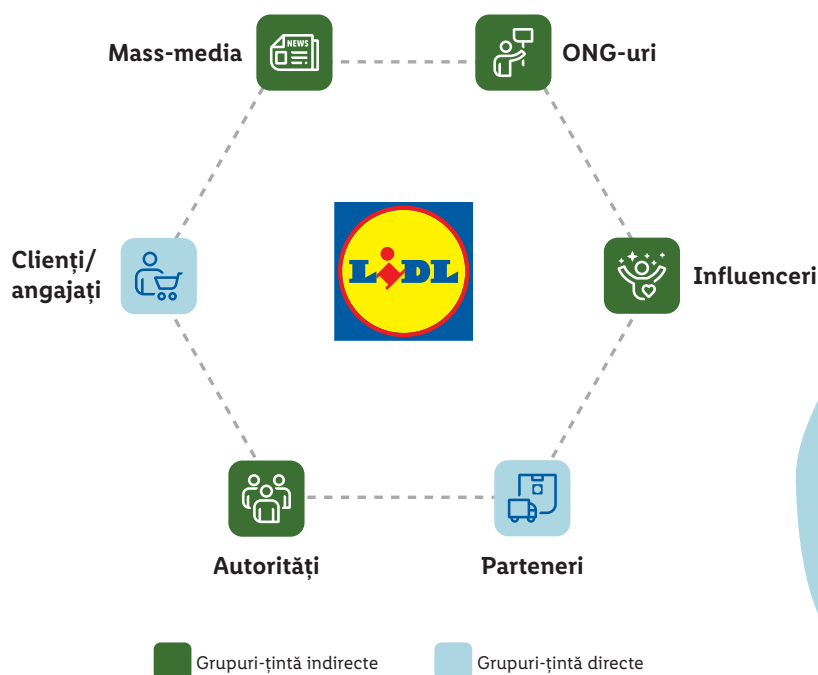
Dialog și cooperare cu stakeholderii



Acest dialog are loc în ambele direcții: în primul rând, ne informăm în mod regulat toți stakeholderii cu privire la activitățile noastre. Pentru aceasta, utilizăm diferite modalități și canale, cum ar fi rapoarte de sustenabilitate, comunicate și informări de presă, broșuri pentru stakeholderi externi și clienți, precum și portalurile de intranet și aplicația WeAreLidl pentru angajații noștri. De asemenea, facilităm și încurajăm schimbul direct și reciproc de informații prin organizarea unei game variate de evenimente și întâlniri. Cu expertiza lor, prin observațiile critice și constructive și în interacțiunile pe care stakeholderii le au cu noi, aceștia ne furnizează feedback valoros, care se reflectă ulterior în activitatea noastră. În plus, suntem implicați într-o serie de colaborări și participăm

la dialogul și schimbul de informații organizat de alte entități. Informații referitoare la proiectele în care suntem parte și la organizațiile la care suntem afiliați se găsesc în capitolul *Despre acest raport*, pag. 6.

La intervale regulate, dar nu mai rar de doi ani, evaluăm care sunt stakeholderii relevanți pentru companie. Acest proces se bazează pe analize externe și pe o monitorizare amplă a subiectelor care apar pe agenda publică. Concomitent, luăm în considerare orice modificare a responsabilităților semnalată de politicieni sau de ONG-uri, de exemplu. De asemenea, comparăm aceste aspecte cu rezultatele analizei de materialitate și cu subiectele asociate.



Principalele categorii de stakeholderi cu care ne consultăm sunt: clienții și colegii noștri, partenerii noștri de afaceri, autoritățile, mass-media (inclusiv influenceri – key opinion leaders) și ONG-urile cu care colaborăm.

CLIEŢII NOŞTRI au la dispoziţie sondajul online **Păreerea Ta**, prin care pot evalua magazinul în care şi-au făcut cumpărăturile, şi anume: disponibilitatea produselor la raft (per categorii de produse), prospeţimea lor, curăţenia din magazin şi modul de prezentare a produselor, amabilitatea colegilor din magazine, timpul de aşteptare la casa de marcat şi corectitudinea bonului de la casa de marcat.

În anul de raportare, am primit 255.880 de răspunsuri **#Păreerea ta**, dintre care 2.506 au fost solicitări ale clienţilor care au vrut să între în legătură cu un operator (platforma le permite clienţilor să bifeze dacă doresc să fie contactaţi de Serviciul Clienţi sau nu).

Dintre acestea, 2.066 au reprezentat nemulţumiri ale clienţilor.

Menţinem dialogul deschis cu clienţii noştri şi prin intermediul celorlalte canale de comunicare (telefon, e-mail, social media, Google, Live Chat şi Whatsapp).

Utilizăm **We are Lidl** ca pe un instrument de colectare a feedbackului de la toţi cei peste 11.000 de **COLEGI** care au instalat aplicaţia mobilă internă. În acest scop, monitorizăm zilnic comentariile, postările şi mesajele venite de la ei. La finalul fiecărei luni, întocmim un raport în care sunt centralizate cele mai des întâlnite subiecte din aplicaţie, care este trimis către colegii din echipa de conducere.





Totodată, folosim **We are Lidl** și ca instrument de dialog cu colegii noștri. Prin intermediul aplicației, îi implicăm în decizii și le cerem feedbackul cu privire la aspecte din business (de ex. chestionar despre uniforme Lidl, despre canalele de comunicare internă sau despre evenimentele organizate pentru ei).

Mai mult, aplicația este folosită de colegii noștri și ca instrument de clarificare a întrebărilor despre activitatea din cadrul Lidl sau despre beneficiile existente. Zilnic primim întrebări pe care le redirecționăm către colegii responsabili, pentru a reveni cu răspunsuri clare și concise, într-un timp cât mai scurt.

Modalități suplimentare prin care colectăm feedback de la colegi și rezultatele acestor consultări în perioada de raportare sunt prezentate în capitolul *Facilitare*, la pag. 44, iar despre sistemul online de notificări BKMS³⁰ detalii se găsesc în capitolul *Muncă și drepturile omului*, la pag. 24.

Detalii privind acțiunile de informare și educare despre sustenabilitate organizate pentru colegi sunt descrise în capitolul *Facilitare*, la pag. 44. În ceea ce privește consultarea lor în aspecte tehnice de sustenabilitate care privesc activitatea companiei, în anul financiar 2022, am organizat o serie de workshopuri și întâlniri cu colegii responsabili de sustenabilitate/ CSR din fiecare departament. În cadrul acestora am definit obiectivele de sustenabilitate ale Lidl România, a fost definitivată strategia locală de CSR și au fost determinate domeniile materiale prezentate în raportul de față.

Consultările cu **PARTENERII NOȘTRI DE AFACERI** sunt parte din interacțiunile noastre directe și continue. În cadrul acestor consultări, discutăm despre provocările pe care le întâmpinăm și ne străduim ca împreună să identificăm oportunități pentru ca partenerii noștri să se dezvolte alături de noi.



În perioada de raportare, am avut consultări strânse cu furnizorii noștri de legume și fructe, cu Universitatea de Științe Agricole și Medicină Veterinară București (USAMVB) și cu organismul de certificare GLOBALG.A.P.

Ne-am aflat în contact permanent cu producătorii noștri de legume și fructe, ceea ce ne permite să găsim

din timp soluții (fie piață de desfacere suplimentară, fie opțiuni tehnice pentru o producție de calitate) și astfel să depășim împreună situații care ar putea avea consecințe asupra oamenilor și mediului înconjurător. Această comunicare deschisă ne-a permis și să aflăm de la producători despre diverse articole pe care le-au testat sau despre modalități de ambalare, pe care le analizăm ulterior.

Am fost pe teren la furnizori, pentru a inspecta culturile și pentru a afla provocările din producție cu care se confruntă aceștia. Am facilitat legătura dintre furnizori și specialiști din cadrul USAMVB, care i-au ajutat cu soluții de specialitate. În cadrul acestor vizite, am analizat și fluxul de la recoltare până la pregătirea produselor pentru livrare și le-am oferit partenerilor noștri idei de eficientizare a acestui proces. În urma informațiilor colectate din teren, decidem împreună modificarea planificărilor pentru sezonul în curs sau pentru cel următor, stabilim să testăm articole sau soluții noi de ambalare.

În perioada de raportare, parteneriatul pe termen lung pe care îl avem cu USAMVB s-a concretizat într-o metodă de evaluare și de îmbunătățire a practicilor agricole destinată producătorii noștri locali de legume și fructe. Acest instrument, descris în capitolul *Apă dulce*, la pag. 74, a fost dezvoltat printr-o serie de întâlniri de lucru cu specialiști din cadrul USAMVB. Împreună cu un specialist din cadrul USAMVB am testat această metodă la fața locului, la trei producători. În urma testărilor de pe teren, instrumentul a fost finalizat și va fi implementat pe scară largă în anul financiar 2023.

Ne-am aflat în legătură permanentă și cu organismul de certificare GLOBALG.A.P., pentru a fi la curent cu evoluția standardelor în domeniul agricol la nivel internațional și pentru a ne putea informa și pregăti din timp furnizorii cu privire la pașii următori necesari pentru a răspunde unor eventuale cerințe suplimentare.



³⁰ Prin acest sistem, Lidl pune la dispoziție o platformă de comunicare nonstop în întreaga lume, care permite transmiterea în regim de confidențialitate a unor notificări privind potențiale încălcări de conformitate.

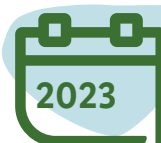
Totodată, ne implicăm în implementarea normelor privind protecția mediului, colectarea separată a deșeurilor și protecția drepturilor consumatorilor, având un dialog permanent cu autoritățile de profil.



Consultările pe care le avem cu **ONG-urile** cu care colaborăm ne ajută să fim mai aproape de comunitățile din care facem parte și de nevoile acestora. Discuțiile se concentrează, de cele mai multe ori, în jurul nevoilor comunităților de a proteja anumite arii de risc provenite din poluarea mediului cu plastic – în special, a apelor –, precum și al necesității accesului echitabil la educație de calitate sau la servicii de urgență.

Am continuat să susținem și să colaborăm cu Coaliția România Sustenabilă, proiect dezvoltat și coordonat de Ambasada Sustenabilității în România, ca parte a planului de implementare și monitorizare a Strategiei Naționale pentru Dezvoltare Durabilă. Coaliția este recunoscută oficial de Guvernul României, reprezentat prin departamentul pentru Dezvoltare Durabilă, ca partener și facilitator de dialog pe teme de sustenabilitate. În cadrul coaliției funcționează mai multe grupuri de lucru, printre care **Risipa alimentară** și **Companii transparente și responsabile**, din care fac parte și membri ai echipei Lidl România.

Deși în anul 2022 nu ne-am consultat formal cu **MASS-MEDIA**, pentru anul financiar 2023 ne propunem să desfășurăm un sondaj de opinie în rândul acestora, inclusiv al influencerilor, pentru a-i consulta în ceea ce privește comunicarea corporativă a Lidl România.



Dintre planurile pentru anul financiar 2023, menționăm:

- ✓ ne propunem ca cel puțin 50 de producători de legume și fructe să utilizeze noua metodă de evaluare și de îmbunătățire a practicilor agricole elaborată în parteneriat cu USAMVB;
- ✓ vom continua colaborarea cu USAMVB în vederea analizării informațiilor obținute din implementare și a adaptării acestui instrument la realitatea din teren;
- ✓ alături de USAMVB, urmărim să-i aducem împreună pe toți producătorii noștri locali de legume și fructe pentru a le prezenta rezultatele obținute în urma evaluărilor culturilor pe baza acestui instrument, precum și pentru a discuta măsurile care urmează a fi implementate și efectele acestora asupra producătorilor și a mediului înconjurător.



PENTRU
UN VIITOR
MAI BUN





BINE PENTRU PLANETĂ

Protejarea mediului

1,5 grade Celsius – Limitarea efectelor schimbărilor climatice

Respectarea biodiversității

Ecosisteme

Conservarea resurselor

Apă dulce

Materii prime

Economie circulară

Risipa alimentară



1,5 grade Celsius – Limitarea efectelor schimbărilor climatice

Domeniul material 1,5 grade Celsius se referă la limitarea efectelor periculoase și ireversibile ale schimbărilor climatice. Sub această umbrelă sunt incluse aspecte cu privire la managementul energetic operațional, transport și logistică, lanțuri de aprovizionare prietenoase cu mediul, certificări ale clădirilor și clădiri sustenabile. Fiind un domeniu complex, am indicat la fiecare dintre aspectele relevante ce departament le gestionează.



Strategia climatică conturată printr-un efort comun al companiilor din Grupul Schwarz

Schimbările climatice reprezintă o problemă majoră pentru societatea noastră și necesită acțiuni la toate nivelurile societății. Fiind una dintre companiile din Grupul Schwarz, Lidl România își propune să își mențină propria contribuție la schimbările climatice în limite cât de mici posibil și să reducă în mod constant emisiile de gaze cu efect de seră. În acest scop, companiile din Grupul Schwarz se angajează să adere împreună la următoarele trei principii:

1. Oriunde este posibil, vom preveni generarea de emisii de gaze cu efect de seră.
2. Vom reduce acele emisii de gaze cu efect de seră care nu pot fi evitate.
3. Pe baza unor standarde recunoscute la nivel internațional, vom proceda la compensarea emisiilor operaționale de gaze cu efect de seră (Scope 1 și 2) care în prezent nu pot fi nici prevenite, nici reduse.

Obiectivele bazate pe date științifice ca bază a obiectivelor climatice comune

Ca parte a strategiei comune privind clima, companiile din Grupul Schwarz s-au alăturat Science Based Targets initiative (SBTi) în august 2020. După pregătirea unei evaluări complete a impactului climatic și după analizarea amprente de carbon, obiectivele de protejare a climei au fost stabilite de comun acord, în conformitate cu metodologia SBTi. Apoi, acestea au fost depuse împreună cu măsurile comune de reducere, prevenire sau compensare a emisiilor de CO₂ atât în operațiunile noastre, cât și în lanțul de aprovizionare. Obiectivele bazate pe date științifice au fost validate și anunțate de SBTi în septembrie 2021.

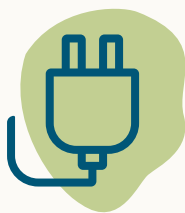
Schimbările climatice sunt în prezent una dintre cele mai mari probleme de mediu. Comunitatea internațională trebuie să ia măsuri urgente pentru a elimina cauzele și pentru a menține impacturile în limite care pot fi gestionate de generațiile viitoare. Așa cum s-a decis în cadrul Acordului Climatic de la Paris din 2015 și s-a reconfirmat la conferința COP26 din Glasgow în 2021, țările lumii au agreeat, pe baza rezultatelor studiilor științifice, să limiteze creșterea temperaturii globale la un nivel situat semnificativ sub nivelul de 2 grade Celsius, ideal sub 1,5 grade Celsius.

Lidl România susține această țintă, aceeași cu cea din **Pactul verde european**, planul Comisiei Europene de a transforma economia Uniunii Europene într-una mai sustenabilă, cu obiectivul ca Europa să devină, până în 2050, neutră din punct de vedere climatic. Altfel spus, emisiile de gaze cu efect de seră (GES) trebuie să ajungă la zero până în anul 2050. Activitățile fiecărei

persoane și ale companiilor pot influența schimbările climatice; pentru a atinge obiectivele de mediu, trebuie să ne exercităm influența și să ne reducem drastic propriile impacturi negative.

Obligațiile și responsabilitatea Lidl România referitoare la respectarea obiectivelor climatice și la protecția mediului (cu alte cuvinte, față de toate temele cuprinse în acest capitol) au în vedere două paliere: pe de o parte, suntem una dintre cele mai mari companii de retail din România, având un impact național prin rețeaua noastră de magazine, centre logistice și sediul central, precum și prin bunurile pe care le transportăm și articolele marcă proprie pe care le producem; pe de altă parte, există o mobilitate foarte mare, pentru că avem un număr mare de angajați, deservim un număr mare de comunități, iar numărul de clienți care ne trec pragul crește în fiecare an.





MANAGEMENTUL ENERGETIC OPERAȚIONAL

În Lidl România, departamentele **Construcții**, **Facility Management** și **Achiziții Interne** sunt responsabile pentru modul în care protecția mediului este gestionată în cadrul operațiunilor și coordonează implementarea măsurilor.



Prioritățile noastre strategice care vizează managementul energiei au fost explicate pe larg în raportul nostru anterior³¹ (pag. 42-46). Ele au rămas aceleași, excepție făcând faptul că am crescut cantitatea de energie produsă pentru consumul propriu.



SISTEM DE PANOURI FOTOVOLTAICE PENTRU GENERAREA DE ENERGIE ELECTRICĂ

Lidl Romania a introdus primul magazin în sistemul operațional de producere a energiei electrice cu ajutorul panourilor fotovoltaice în anul 2016.

În 2022, Lidl România a montat panouri fotovoltaice pe 42 de magazine și pe un centru logistic. La finalul perioadei de raportare, un număr de 20 de magazine erau dotate cu sisteme de panouri fotovoltaice funcționale și produceau energie electrică. Astfel, Lidl România a obținut o putere totală instalată de 2.392 kWp din aceste sisteme.

Pentru perioada care urmează, avem în plan dotarea cu panouri fotovoltaice a 50 de magazine, punerea în funcțiune a sistemului deja montat la centrul logistic Fundeni și a altuia pe un centru logistic existent, în plus față de montarea unui sistem similar pe un centru logistic aflat în faza de execuție.

Aveam montate panouri
fotovoltaice funcționale în

20 de
magazine.



Suprafața lor depășește 11.900 m².

În afară de creșterea consumului de energie provenită din surse regenerabile, următoarea modalitate de reducere a emisiilor de GES este eficientizarea consumului de energie.

Toate magazinele, centrele logistice și sediile administrative ale Lidl România sunt certificate în conformitate cu sistemul de management al energiei ISO 50001. Sistemul de management ne ajută să identificăm în timp util ineficiențele și potențialul de optimizare. Pe lângă monitorizarea atentă a consumului și evaluarea tipului de energie consumată, formarea angajaților are rolul său în creșterea nivelului de conștientizare față de consumul de energie.

³¹ Raport de sustenabilitate Lidl România, anul financiar 2021:
lidl.ro/ro/cataloge/raport-sustenabilitate-an-financiar-2021/view/flyer/page/44



CONSUMUL DE ENERGIE

Energia totală consumată de Lidl România a crescut de la 227,2 GWh în anul financiar 2021 la 245,6 GWh în anul financiar 2022.

Pe de altă parte, eficiența energetică – consumul anual de energie per metru pătrat sală de vânzare – a crescut în aceeași perioadă **de la 621,9 kWh/mp SV la 600,2 kWh/mp SV.**

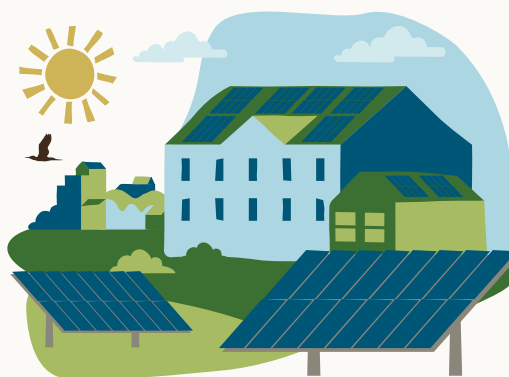
CONSUM DIRECT DE ENERGIE, ÎN FUNCȚIE DE SURSA DE ENERGIE PRIMARĂ, ÎN KWH:

	2021	2022
Consumul direct de energie	44.734.814	42.691.041
Energia electrică autogenerată	454.878	813.219
Din care energie electrică autogenerată din surse neregenerabile	0	0
Din care energie electrică autogenerată din surse regenerabile (sistem de panouri fotovoltaice)	454.878	813.219
Energie consumată din gaz natural	27.205.044	22.781.790
Energie consumată pentru flota de autovehicule*	17.074.892	17.974.580
Energie consumată din păcură	0	0
Alte surse primare din care s-a obținut energie** (GPL, motorină de urgență)	0	1.121.451
Consum indirect de energie	182.457.720	202.884.723
Încălzire centralizată	0	0
Energie electrică achiziționată din surse mixte	4.101.074	138.534.133
Energie electrică achiziționată din surse regenerabile	178.356.646	64.350.590
Totalul consumului direct și indirect de energie	227.192.534	245.575.764
Vânzarea de energie regenerabilă (injecția în rețeaua publică)	0	0
Vânzarea de energie neregenerabilă (injecția în rețeaua publică)	0	0
Consum total de energie (calculat în kWh)	227.192.534	245.575.764

* Include flota de vehicule proprii (non-logistică, atât consumul de benzină, cât și cel de motorină).

** Include consumul de energie obținută din motorina de urgență, prin utilizarea generatoarelor de urgență instalate lângă magazine.

Creșterea consumului total de energie este explicată prin extinderea rețelei noastre cu 26 de magazine, precum și deschiderea unui centru logistic nou (în comuna Fundeni).





Anul financiar 2022 a fost marcat de distorsiuni importante pe piața energiei din România. Acestea au impus o intervenție fără precedent (inclusiv de ordin legislativ) a autorităților statului și a instituțiilor de reglementare, fapt care reiese și din rapoartele lunare de monitorizare³² a pieței de energie electrică din România elaborate de Autoritatea Națională de Reglementare în Domeniul Energiei (ANRE). Din acest motiv, furnizorii de energie nu au putut oferi garanții de origine pentru energia vândută.

Eforturile noastre pentru a ne respecta obiectivul de a ne asigura **100% din necesarul de energie electrică din surse regenerabile** au fost și ele semnificative. Cu toate acestea, nu am reușit să ne atingem acest obiectiv pentru anul financiar 2023. Din cauza faptului

că nu am găsit pe piața concurențială un furnizor care să ne poată garanta cantitatea de energie necesară, a trebuit să apelăm la un furnizor de ultimă instanță, care nu a putut să ne garanteze originea energiei electrice furnizate.

Ca parte a sistemului nostru de management ISO 50001, avem pregătit un plan de acțiune care include numeroase măsuri de eficientizare a energiei.

Angajamentul nostru privind obținerea **certificării EDGE** pentru toate clădirile noi, precum și operarea pe baza sistemului de management **ISO50001:2018** rămâne ferm, după cum reiese din informațiile care urmează.



CLĂDIRI SUSTENABILE

La Lidl, vrem ca atât clădirile existente, cât și cele care urmează a fi ridicate să fie mai sustenabile.

În acest sens, elaborăm politici adecvate pentru creșterea gradului de protejare a mediului și biodiversității și de conservare a resurselor. Sistemele de management și certificările care confirmă nivelul de sustenabilitate a clădirilor au fost dezvoltate ca instrument-cheie în măsurarea nivelului de sustenabilitate a construcțiilor și a managementului acestora. Acest instrument ne ajută să ne urmărim și ne comunicăm obiectivele într-un mod transparent și comparabil atât în companie, cât și în exterior. Lidl vrea să atingă un nivel bun de transparență prin certificări sistematice în domeniul sustenabilității pentru toate clădirile sale, indiferent dacă sunt noi sau existente.



Lidl a stabilit încă de acum mulți ani standarde înalte în materie de sustenabilitate atât pentru propriile construcții, cât și pentru modul în care operează clădirile. **Am pus astfel bazele unui portofoliu de imobiliare care poate deveni tot mai sustenabil.** În fiecare fază a ciclului de viață al clădirilor noastre vrem să contribuim la protejarea mediului și la conservarea resurselor. Din acest motiv, vom crește utilizarea materialelor de construcții și tehnologiilor de prelucrare care nu sunt periculoase nici pentru oameni, nici pentru mediu și vom utiliza și mai mult în procesul de construire materiale care sunt mai prietenoase cu mediul și reciclabile. Scopul nostru este de a crește progresiv proporția de clădiri sustenabile în totalul portofoliului nostru de imobiliare.

În Lidl România, departamentele Imobiliare, Construcții și Facility Management sunt responsabile de domeniul CSR Clădiri sustenabile.

Lidl România și-a sporit eficiența energetică în majoritatea clădirilor sale prin modernizarea echipamentelor tehnice. În mare parte din magazinele Lidl au fost înlocuite echipamentele frigorifice de generație veche, cu agenți frigorifici sintetici, neprietenoși cu mediul, cu echipamente moderne, care utilizează agenți frigorifici naturali.

³² ANRE, rapoarte lunare de monitorizare a pieței de energie electrică: anre.ro/despre/rapoarte/

Automatizarea clădirilor contribuie la reducerea consumului de energie. Procesul include controlul și reglarea în funcție de nevoi a sistemelor de instalații, având ca obiectiv monitorizarea și optimizarea consumului de energie. La Lidl România, folosim senzori și temporizatori pentru sistemele de iluminat și ventilație, precum și sisteme de control al iluminatului care țin cont de orele de lumină naturală și de prezența persoanelor. De asemenea, acest sistem de automatizare previne funcționarea concomitentă a încălzirii și răcirii. Monitorizarea constantă și analiza permanentă a consumului de energie ne permit să intervenim rapid și să corectăm orice disfuncționalitate.

Sistemele și tehnologiile existente care s-au dovedit a fi ineficiente au fost înlocuite cu altele moderne, mai eficiente. Astfel, am urmărit atingerea celor mai înalte standarde interne pentru clădirile noastre. Pentru perioada de raportare, exemplele includ instalarea unor echipamente de răcire mai eficiente și modernizarea sistemelor de climatizare (înlocuirea centralelor termice și a sistemelor de răcire cu chillere cu sisteme VRF – Variable Refrigerant Volume)

Pompele de căldură de înaltă eficiență ajută la sporirea eficienței energetice a clădirilor. Acestea extrag o bună parte din energia necesară din mediu – de exemplu, sub formă de căldură ambientală preluată

din aer sau din sol – și reprezintă o modalitate de a reduce consumul de energie necesar încălzirii și răcirii clădirilor. În prezent, unul dintre magazinele noastre este deja echipat cu pompă de căldură.



În cursul perioadei de raportare, în vederea obținerii certificării EDGE, au fost auditate la fața locului de o terță parte (auditor independent) 7 magazine. Acest proces va continua în anul următor la alte 7 magazine și un depozit.

Tot în perioada care urmează vom implementa un sistem de iluminat cu opțiune de dimare (reglarea luminozității), care ne permite o reducere suplimentară a consumului de energie electrică. Nu în ultimul rând, vom înlocui echipamentele frigorifice care utilizează agenți frigorifici sintetici cu echipamente moderne, cu GWP (Global Warming Potential) redus, care funcționează pe baza de refrigeranți naturali, mai exact vitrinele frigorifice în 10 magazine și agregatele din camerele congelate în alte 9 magazine.

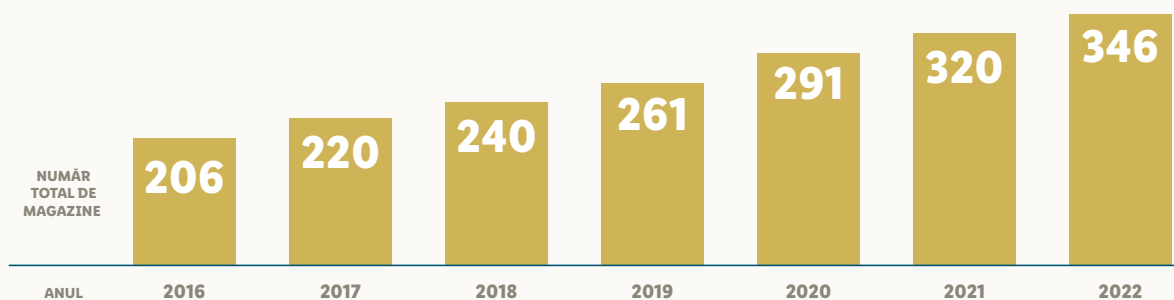


În perioada martie-aprilie 2022, în cele 5 sedii regionale existente, am derulat proiectul **#NoiLidlPentruPlaneta**. Prin intermediul unor ateliere tematice, am promovat consumul responsabil de resurse în rândul colegilor din magazine, depozite și birouri. Obiectivul acestui proiect a fost educarea angajaților cu privire la consumul eficient de resurse și s-a desfășurat în parteneriat cu Electrica Furnizare SA și Reciclad'OR SA.

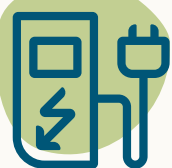




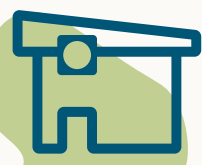
BINE PENTRU PLANETĂ



	2021	2022
Număr de magazine (total)	320	346
Număr de magazine nou deschise	29	26
Număr de magazine cu certificare EDGE	268	313
Număr de centre logistice cu certificare EDGE	5	5
Număr de puncte de încărcare a mașinilor electrice puse la dispoziția clienților	205	300



300
de puncte de
încărcare



313
magazine cu
certificare EDGE

Lidl România vrea să promoveze electromobilitatea și pune la dispoziția clienților, angajaților și partenerilor de afaceri stații de încărcare pentru mașinile electrice. Grație rețelei noastre de magazine, putem oferi infrastructura de încărcare pentru astfel de mașini și putem extinde rețeaua existentă. Până la finalul perioadei de raportare, alte 12 magazine ale Lidl România au fost integrate în infrastructura de încărcare, ceea ce reprezintă 35,8% din numărul total de magazine. Rețeaua noastră de magazine numără un total de 300 de puncte de încărcare. Ne extindem permanent infrastructura și creștem numărul de stații disponibile. În acest sens, ne propunem ca la toate magazinele nou deschise să avem instalate o stație cu două puncte de încărcare a mașinilor electrice.

Una dintre consecințele negative ale turbulențelor din anul 2022 de pe piața energiei din România a fost întreruperea, în septembrie 2022, a accesului clienților noștri la stațiile de încărcare a mașinilor electrice. Decizia a fost luată ca urmare a modificărilor tarifare dese, respectiv a creșterii semnificative a costurilor cu energia electrică. În anul 2023, accesul clienților la rețeaua noastră de puncte de alimentare a mașinilor electrice este permis din nou, contra cost, iar aceștia au la dispoziție metode de plată moderne și rapide.



TRANSPORT ȘI LOGISTICĂ, LANȚURI DE APROVIZIONARE PRIETENOASE CU MEDIUL



Cu o rată de 85%, fabricarea produselor noastre reprezintă cea mai mare proporție din amprenta totală de carbon a Lidl. Înainte de a ajunge pe rafturile magazinelor, articolele parcurg adesea distanțe lungi cu avionul, cu nave maritime de transport marfă sau cu camionul. Rezultă astfel emisii de gaze cu efect de seră (emisii de GES) care poluează mediul și clima. Peste toate acestea, Lidl România are o influență directă asupra rutelor de transport din centrele logistice spre magazine.

În plus, generăm emisii și în magazinele noastre, în centrele logistice, în sediile centrale și în exploatarea flotei noastre de transport. Este evident că putem influența semnificativ aceste emisii directe de GES, după cum putem și să luăm măsuri în sensul atingerii obiectivelor pe care ni le-am asumat.



Ne-am stabilit, în acest sens, un proces clar, care include, ca prim pas, calculul tuturor emisiilor noastre de gaze cu efect de seră (GES³³) ca echivalent în amprenta de carbon. Astfel, putem calcula cât mai aproape de realitate cantitatea de gaze cu efect de seră ce revine companiei noastre. Volumul de emisii de GES ne oferă o bază pentru managementul protecției mediului – analiza potențialului de reducere. Amprenta

de carbon ne ajută să identificăm ce și cât putem reduce, să verificăm impactul măsurilor pe care le luăm și să documentăm cât de mult am evoluat în sensul atingerii Țintelor asumate de noi.

Amprenta de carbon ne arată care sunt emisiile de GES pentru Lidl România, exprimate în tone echivalent CO₂, care reprezintă emisiile din magazine, centrele logistice și sediile centrale. În calcularea acestora, am urmat cerințele din Greenhouse Gas (GHG) Protocol³⁴. Emisiile operaționale de GES includ emisiile directe (Scope 1) și emisiile indirecte de GES care rezultă din achiziția de energie (electricitate și încălzire – Scope 2), dar și emisiile indirecte de GES din amonte și avalul lanțului nostru de valoare (Scope 3).

Colectăm toate datele necesare din toate segmentele operaționale (de exemplu, cantitatea de combustibil folosit de mașinile de serviciu ale colegilor noștri) și facem calculele în funcție de factorii de emisie³⁵ puși la dispoziție de un furnizor extern de servicii, care ne și calculează amprenta de carbon.

În Lidl România, departamentul de Logistică din Sediul Central, împreună cu departamentul Operativ și Procese din sediile regionale sunt responsabile de gestionarea domeniului transport. Acestea coordonează transpunerea operațională a tuturor măsurilor necesare pentru a ne conforma legislației locale și regulamentelor interne.

Prin optimizarea proceselor noastre de logistică și transport, putem economisi energie și ne putem reduce emisiile de GES. Pe de altă parte, chiar și modul în care este alcătuit sortimentul de produse are un rol: în funcție de sezon, în măsura în care este posibil, noi, Lidl, ne asigurăm că includem mai multe produse locale în sortimentul nostru. Aceasta înseamnă că rutele de transport sunt mai scurte, iar emisiile de GES se reduc, de asemenea.

Operarea unei flote de camioane mai puțin poluante este încă o cale de a ne reduce într-un mod eficient emisiile de GES rezultate din activitatea de transport. De aceea, în Lidl România am dezvoltat un concept de testare a tehnologiilor alternative de condus pentru camioane și variante mai puțin poluante de alimentare a acestora, colaborând cu furnizori de transport care sunt aliniați viziunii noastre și au flota compusă din camioane electrice și CNG.

³³ Dioxidul de carbon (CO₂), metanul (CH₄), protoxidul de azot (N₂O), hexafluorura de sulf (SF₆), hidrofluorocarburile parțial halogenate (HFCs), perfluorocarburile (PCFs) și trifluorura de azot (NF₃).

³⁴ Protocolul de calcul contabil al emisiilor corporative de GES și Standardul de raportare (Scope 1+2) & Îndrumarea pentru Scope 2.

³⁵ Printre altele, sunt analizate următoarele surse pentru factorii de emisie: asociații și organizații industriale (de exemplu PlasticsEurope, FEFCO), baze de date publice pentru calculul ciclului de viață (de exemplu Ecoinvent), organizații internaționale/ interguvernamentale (de exemplu IPCC, IEA).



BINE PENTRU PLANETĂ

Încă din anul 2021, pentru livrarea produselor în magazine, am început **testarea transportului cu camioane alimentate cu CNG** (gaz natural comprimat). În iulie 2022 a fost efectuat primul transport de marfă cu un camion electric, marca Scania, Lidl fiind primul retailer din România care a inclus transportul de marfă de la depozit către magazine cu ajutorul unui astfel de camion. La începutul anului 2023, după încheierea perioadei de raportare, au fost introduse în flota partenerului nostru de transport încă două noi camioane electrice. Utilizarea camionului eActros 400, modelul de camion 100% electric din portofoliul Mercedes-Benz Trucks, precum și a autotractorului Volvo FH 4x2T din portofoliul Volvo Trucks și a camionului marca Scania de către Blue River marchează **un nou pas important în ceea ce privește transportul verde**.

Căutăm soluții și pentru a utiliza mai eficient capacitatea de transport. În acest sens, verificăm în mod regulat planificarea rutelor și cum pot fi acestea optimizate pentru a corespunde cu schimbările zilnice ale cererilor de volume din magazinele noastre din România.



O flotă nouă și modernă de transport marfă a însemnat și găsirea unor soluții alternative de alimentare a noilor vehicule. Aici menționăm instalarea a două stații la sediul regional din comuna Fundeni: una electrică și una CNG, a căror intrare în exploatare va avea loc în anul financiar 2023.

	2021	2022
Număr de furnizori de servicii de transport	27	30
Număr total de camioane utilizate, din care:	221	249
cu Motor Euro6	39,37%	57,83%
cu Motor Euro5	60,63%	38,55%
Alte tipuri de motor (1 electric și 14 CNG)	-	3,62%
Distanța medie depozit - magazin (km)	119	108

Am redus distanța medie depozit-magazin
de la **119** km la **108** km.



Pentru a calcula și raporta emisiile Scope 2, avem o abordare adaptată în funcție de locație și de piață. Cea din urmă se bazează pe conversia factorilor de emisie pe care îi obținem direct de la furnizorii de energie (mixul de energie pentru Lidl România). Această abordare vizează calculul emisiilor totale Scope 1, 2 & 3. Pe de altă parte, în abordarea în funcție de locație folosim în conversie factorii de emisie în funcție de aria geografică, în cazul de față cei pentru România. Pentru emisiile de tip Scope 3, complexitatea derivă din procesul de colectare a datelor. Le cerem furnizorilor de servicii să ne pună la dispoziție

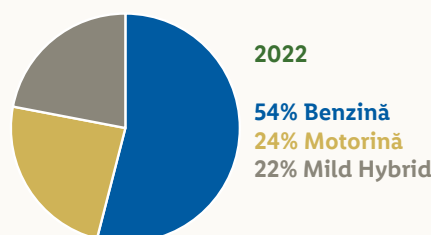
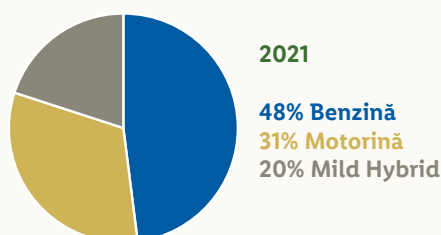
datele de consum (de exemplu, numărul de kilometri parcurși de un camion până la centrul logistic), facem noi calculul în funcție de categoriile specifice (de exemplu, cantitatea de hârtie folosită la producerea materialelor promoționale) sau facem estimări împreună cu consultanții noștri externi (de exemplu, pentru transportul local al angajaților noștri). Astfel, odată colectate toate aceste informații, putem lua deciziile corecte și putem aplica în fiecare an măsuri de îmbunătățire și de creștere a gradului de colectare a datelor primare.

Deși pentru anul financiar acoperit de prezentul raport ne propusesem ca 55% din flota destinată angajaților noștri să fie compusă din mașini Mild Hybrid, întârzierile provocate de criza semiconducătorilor ne-au împiedicat să ne îndeplinim obiectivul. Cu toate

acestea, estimăm că livrările își vor relua ritmul normal, astfel încât mașinile comandate de noi în anii financiari 2021 și 2022 să poată intra cât mai curând în flota noastră.

NUMĂRUL DE AUTOTURISME DIN PARCUL AUTO AL ANGAJAȚILOR

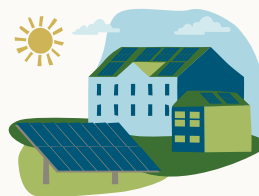
	2021	2022
Benzină	395	491
Motorină	261	217
Mild Hybrid	164	202



	2021	2022
Număr de km parcurși de angajați în interesul serviciului	18.472.721	20.865.300



REDUCEREA EMISIILOR DE GAZE CU EFECT DE SERĂ



Ne-am stabilit țintele pentru protecția mediului în baza indicatorilor Science Based Targets initiative (SBTi). Această inițiativă este o alianță de ONG-uri și companii care urmărește îndeplinirea prevederilor **Acordului climatic de la Paris**. Organizațiile participante și-au stabilit, la rândul lor, ținte bazate pe dovezi științifice (ținte de reducere). Prin intermediul companiilor din cadrul Grupului Schwarz, Lidl România s-a alăturat acestei inițiative în anul 2020. Ne dorim ca acei furnizori care sunt responsabili pentru 75% din emisiile Scope 3 derivate din fabricarea produselor noastre să își stabilească, până cel mai târziu în anul 2026, ținte de reducere bazate pe dovezi științifice.

Trecerea de la energia electrică provenită din combustibili fosili la energia din surse regenerabile joacă un rol central în evitarea emisiilor de GES.

Lidl România achiziționează în acest sens energie regenerabilă din rețea și își generează propria electricitate din surse regenerabile. În anul financiar 2022, din păcate, așa cum detaliam la pag. 64 a acestui raport, doar 32% din consumul total de energie din România a provenit din surse regenerabile. 31,6% a fost acoperit din surse regenerabile externe, în timp ce 0,4% din consumul de energie electrică din Lidl România a fost autogenerată – de exemplu, prin sistemul de panouri fotovoltaice despre care am oferit detalii în paginile anterioare ale acestui document.



Ținta noastră este ca, până în 2030, să ne reducem propriile emisii de GES (Scope 1 și Scope 2) cu 80% în comparație cu anul 2019.



Categorii în funcție de GHG protocol	Emisii de GES (în echivalent CO ₂) în anul financiar 2019	Emisii de GES (în echivalent CO ₂) în anul financiar 2021	Emisii de GES (în echivalent CO ₂) în anul financiar 2022
Scope 1	14.448	14.156	14.800
Emisii fugitive ¹	5.281	4.643	5.844
Ardere în mers ²	3.775	4.296	4.514
Ardere staționară ³	5.392	5.217	4.442
Scope 2	31.558	891	30.928
Încălzire centrală (sistem public)	0	0	0
Electricitate: abordare în funcție de locație	31.558	891	30.928
Scope 3 – Amonte	2.999.410	4.315.671	4.474.024
3.1. Bunuri și servicii achiziționate ⁴	2.923.681	4.213.828	4.372.593
3.3. Emisii derivate din consumul de combustibili și energie ⁵	14.770	18.883	17.650
3.4. Transport în amonte ⁶	28.704	39.051	39.016
3.5. Deșeuri operaționale ⁷	21.129	30.556	29.353
3.6. Deplasări în interesul serviciului ⁸	1.754	700	1.257
3.7. Transportul local al angajaților ⁹	9.372	12.654	14.154
Scope 3 – Aval	129.423	242.592	300.207
3.9. Transport în aval	0	0	0
3.11. Produsele comercializate aflate în faza de consum ¹⁰	125.550	235.356	293.927
3.12. Recuperarea produselor comercializate ¹¹	3.873	7.236	6.280
Total emisii	3.174.839	4.573.311	4.819.958

¹ Includ emisii rezultate din procesul de reparare a echipamentelor de răcire.

² Includ emisii rezultate din utilizarea flotei de vehicule proprii (non-logistică, atât consumul de benzină, cât și cel de motorină).

³ Includ emisii rezultate din consumul de gaz în procesul de încălzire a clădirilor.

⁴ Emisiile care provin din serviciile achiziționate, consumabilele pe care le folosim în magazine/ centre logistice pentru consumul propriu și emisiile provenite de la produsele achiziționate pe care le comercializăm clienților, precum și ambalajele acestora (calculate la nivel de categorie de produs).

⁵ Emisii cu efect de seră care apar în timpul extracției, producerii și transportului surselor de energie și combustibililor achiziționați (în amonte).

⁶ Emisiile din logistică (distribuția mărfurilor către magazinele noastre).

⁷ Emisiile de gaze cu efect de seră ale deșeurilor operaționale generate, inclusiv cele (conform Protocolului GHG) pentru transport.

⁸ Emisiile din activitățile noastre de călătorie. Aici sunt contabilizate doar emisiile provenite de la mijloace de transport externe.

⁹ Emisiile din deplasarea angajaților la locul de muncă și retur

¹⁰ Emisiile rezultate din utilizarea produselor vândute (de exemplu, dacă un client cumpără un produs alimentar, emisiile în faza de utilizare indirectă apar în timpul răcirii sau gătitului; dacă, pe de altă parte, este achiziționat un dispozitiv electric, acest dispozitiv are nevoie de energie electrică în perioada de utilizare și apar emisii în faza de utilizare directă).

¹¹ Emisii din eliminarea produselor (comercializate de Lidl România) la sfârșitul ciclului de viață; include emisiile totale preconizate la sfârșitul duratei de viață a tuturor produselor vândute.

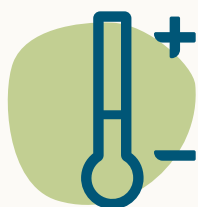
Creșterea cantității totale de emisii în anul financiar 2022, comparativ cu anul financiar 2021, în ciuda măsurilor luate la nivelul operațiunilor Lidl România, este atât rezultatul contextului local, așa cum am detaliat în paginile anterioare, cât și rezultatul expansiunii noastre în România: în anul financiar 2022 am deschis un nou centru logistic, precum și

alte 26 de noi magazine. Toate acestea se traduc în mai multe produse puse pe rafturile magazinelor noastre, la dispoziția clienților noștri. Cu toate acestea, vom continua să luăm măsuri în direcția atingerii obiectivelor de reducere a emisiilor setate pentru 2030, așa cum am reușit deja în cazul unor categorii de emisii Scope 1 și Scope 3.

	Măsurile implementate	Reducere consum 2022 vs 2021 (%)	Reducere cantitate emisii (%)	Reducere cantitate emisii (tone)
Consum gaz magazine	Demolare și reconstruire/ mutarea magazinelor cu o vechime între 11 și 16 ani (trecerea de la încălzirea pe bază de gaz la încălzirea pe bază de energie electrică)	21*	-15	-775
Consum combustibil flotă de camioane a furnizorilor de transport (transport sediu logistic - magazine)	• un camion electric utilizat începând cu luna iulie 2022 • 14 camioane dotate cu motoare CNG utilizate în perioada de raportare • reducerea distanței medii depozit - magazin de la 119 km la 108 km	0,41	-0,001	-35**

* reducerea consumului de gaz în magazinele Lidl în perioada de raportare s-a datorat, parțial, condițiilor meteorologice favorabile.

** reducerea cantității de emisii trebuie analizată în contextul unei creșteri de 8% a numărului de magazine.



REFRIGERANȚI NATURALI

Lidl România respectă standardele interne de construire și **folosește refrigeranți naturali** – precum propan (C_3H_8), dioxid de carbon (CO_2) sau amoniac (NH_3). Aceștia sunt utilizați în sistemele de răcire a produselor. Sunt agenți mult mai puțin poluanți decât refrigeranții artificiali. În cazul unei defecțiuni sau scurgeri, aproape nicio emisie de GES nu se eliberează în aer.

În anul financiar 2022

100% dintre centrele logistice

78,9% dintre magazine

foloseau refrigeranți naturali pentru răcirea produselor.





BINE PENTRU PLANETĂ

Lidl și-a stabilit ca țintă folosirea refrigeranților naturali pentru răcirea produselor în proporție de 90% în (propriile) centre logistice și în 40% dintre magazinele sale până în anul 2023. **Lidl România și-a atins deja această țintă:** în anul de raportare 2022, toate centrele logistice (100%) și 78,9% dintre magazine foloseau refrigeranți naturali pentru răcirea produselor. De asemenea, 3,2% dintre magazine foloseau refrigeranți

naturali pentru generarea agentului termic sau de răcire în aerul condiționat din clădiri.

În ceea ce privește cantitățile de realimentare, refrigeranții naturali au reprezentat 1,8% din cantitatea totală de refrigerant folosită de Lidl România în anul de raportare 2022.



Obiectivul nostru general este de a continua parteneriatele cu producătorii/ cultivatorii de legume și de fructe, prin care ei să obțină culturi cu efecte negative cât mai reduse asupra mediului, inclusiv asupra biodiversității, iar noi să putem achiziționa produse cu impact negativ cât mai redus posibil.



În raportul anterior am făcut referire la elaborarea primului standard agricol pentru protejarea și conservarea biodiversității în producția convențională de fructe și legume. Procesul este derulat de Lidl Stiftung & Co. KG. în colaborare cu **GLOBALG.A.P.** și specialiști din domeniul alimentar și din agricultură. În perioada de raportare, acest standard s-a aflat în faza de testare.

Modul în care sunt cultivate și exploatate o serie de materii prime care sunt utilizate în producerea unor articole pe care le punem la vânzare, are efecte negative asupra biodiversității punând în pericol varietatea anumitor specii și habitate.





În aceeași perioadă, la nivel local am demarat o inițiativă în parteneriat cu **Universitatea de Științe Agricole și Medicină Veterinară București** (USAMVB). Aceasta a constat în elaborarea unei metode de evaluare și de îmbunătățire a practicilor agricole destinată producătorilor noștri locali de legume și fructe. În ceea ce privește protejarea biodiversității, această metodă îi ajută pe producătorii/ cultivatorii de legume și de fructe să treacă în revistă măsurile pe care le iau în prezent pentru aceasta, analizând aspecte cum ar fi diversitatea cultivării speciilor,

metode alternative de protecție a plantelor utilizate sau măsuri de protejare și atragere a polenizatorilor. În urma acestei analize, cu sprijinul specialiștilor de la USAMVB, producătorii/ cultivatorii pot identifica măsuri suplimentare care pot ajuta la **protejarea biodiversității**, inclusiv prin crearea unor habitate în fermă pentru creșterea biodiversității, creșterea suprafețelor ocupate de culturi ecologice și a rezilienței sau prin utilizarea de servicii ecosistemice în producția agricolă.

Detalii despre acest demers sunt incluse în *capitolul Conservarea resurselor/ Apă dulce*, la pag. 74.

Pentru că o serie de produse marcă proprie din magazinele noastre conțin materii prime a căror producție poate fi asociată cu defrișările și, în consecință, pun în pericol ecosisteme valoroase, Lidl Stiftung & Co. KG. a dezvoltat o **politică de achiziții privind lanțurile de aprovizionare care nu implică defrișări și conversia pădurilor**, document publicat pe website-ul Lidl România³⁶. Obiectivul este ca până la finalul anului 2025 lanțurile de aprovizionare pentru cinci resurse cu risc ridicat să nu implice defrișări, conversia pădurilor sau exploatare.



Etapele acestui proces sunt:

1. înțelegerea efectelor (prin identificarea riscurilor din lanțurile de aprovizionare și prin asigurarea transparenței);
2. definirea de standarde (prin certificarea materiilor prime agricole esențiale);
3. promovarea alternativelor (prin susținerea opțiunilor mai durabile în gama noastră de produse și reducerea aprovizionării cu materii prime cu relevanță critică); și
4. susținerea modificărilor (prin implicarea în inițiative și proiecte).

³⁶ Lidl România: lidl.ro/cataloge/politica-de-achizitii-defrisari-si-conversia-padurilor/view/flyer/page/1



Apă dulce

Apa este o resursă esențială pentru supraviețuirea omului. Apa dulce este indispensabilă ca apă potabilă, pentru igienă, la cultivarea și prelucrarea alimentelor și în producția industrială.

Prin urmare, în 2010, **Organizația Națiunilor Unite a decis ca și accesul la apă dulce să devină un drept al omului.** O provocare-cheie a secolului XXI este furnizarea de apă dulce suficientă pentru o populație mondială în creștere. Disponibilitatea apei este amenințată de creșterea poluării, de schimbările climatice, de creșterea consumului și de managementul defectuos. În mod special, creșterea producției de alimente, textile și alte bunuri de larg consum are ca rezultat creșterea consumului de apă și contribuie la poluarea, deficitul și distribuția incorectă a apei ca resursă.

Pentru Lidl, utilizarea mai durabilă a apei nu este o sarcină viitoare, ci un subiect central din prezent.

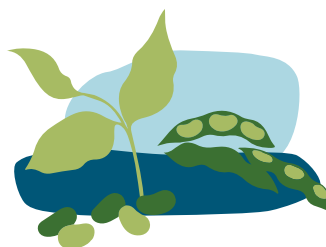
Acest lucru se aplică atât propriilor noastre operațiuni, cât și activităților din lanțurile noastre de aprovizionare, întrucât fabricarea produselor noastre este uneori asociată unor riscuri mari referitoare la apă. Aceste riscuri includ consumul mai mare de apă, cultivarea în zonele cu deficit de apă și deteriorarea calității apei.

În Lidl România, departamentul Achiziții Marfă este responsabil de domeniul Apă dulce în lanțul de aprovizionare.





În perioada de raportare, am continuat **colaborarea doar cu furnizori care dețin certificarea GLOBALG.A.P.** și am urmărit creșterea numărului de produse certificate din sortimentul nostru de articole. Informații despre aceste produse pot fi găsite în secțiunea *Produse responsabile*, pag. 92.



Prin participarea obligatorie la GLOBALG.A.P., toate companiile agricole partenere ale Lidl România își documentează expertiza în ceea ce privește bunele practici agricole. Aceasta include, de asemenea, verificarea dacă producția dintr-o anumită zonă poate prezenta riscuri pentru disponibilitatea sau calitatea apei și modul în care aceste riscuri pot fi reduse.

FURNIZORI NOI CARE AU FOST EVALUAȚI PE BAZA CRITERIILOR DE MEDIU

	2021	2022
Procentul de furnizori noi care au fost evaluați pe baza criteriilor de mediu	100% (furnizori legume-fructe certificați GLOBALG.A.P.)	100% (furnizori legume-fructe certificați GLOBALG.A.P.)

* Certificarea GLOBALG.A.P. este obținută în urma evaluării următoarelor zone de impact: siguranța alimentară, sustenabilitate de mediu și bunăstarea lucrătorilor.



Tot în anul financiar 2022, în colaborare cu **Universitatea de Științe Agronomice și Medicină Veterinară București**, am elaborat o metodă-pilot de evaluare a practicilor agricole ale furnizorilor noștri locali de legume și fructe. Aceasta urmărește ariile apă, sol, climă și biodiversitate și oferă îndrumare de specialitate producătorilor, prin exemple aplicabile. Prin utilizarea acestei metode, **urmărim reducerea impacturilor negative asupra mediului** rezultate din activitatea agricolă pe care producătorii o desfășoară. În această perioadă, au avut loc trei verificări-pilot realizate împreună cu specialiști de la USAMVB, care au făcut vizite la fața locului la producători. Ne propunem ca, până la finalul anului financiar 2023, 50 dintre furnizorii noștri de legume și fructe să treacă prin acest proces, care urmărește, printre altele, și utilizarea responsabilă a apei.



IMPACTURI NEGATIVE ASUPRA MEDIULUI ÎN LANȚUL DE APROVIZIONARE ȘI DISTRIBUȚIE ȘI MĂSURILE LUATE

Politica noastră privind consumul responsabil de apă în achiziția de mărfuri ne ghidează în continuare în ceea ce privește 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.³⁷



PROGRAMUL LIDL DE REDUCERE A PESTICIDELOR

Lucrăm continuu pentru a reduce utilizarea pesticidelor. Prin urmare, avem un program Lidl de reducere a utilizării acestora. Nucleul programului îl constituie o listă de ingrediente active și contaminanți nedoriti, întocmită de un grup de experți pe baza a numeroase analize de reziduuri. Reducerea treptată a utilizării acestor substanțe dă producătorilor

posibilitatea de a evalua cerințele, de a găsi alternative tehnologice adecvate de cultivare a plantelor și de a le implementa în parteneriat cu noi. În acest fel, mai puține pesticide ajung în mediu. În plus, măsurile de reducere a utilizării pesticidelor contracarează poluarea apelor naturale și a resurselor esențiale de apă.



ETICHETA „ECONOMISEȘTE APA”

Pentru a ajuta la sensibilizarea clienților noștri cu privire la provocările legate de apă, folosim eticheta „Economisește apă” pe ambalajul anumitor produse marcă proprie. Eticheta oferă și opțiuni prin care clienții pot afla de pe website-ul corporate.lidl.ro despre măsuri care se pot lua pentru consumul responsabil al apei.



CONSUMUL DE APĂ

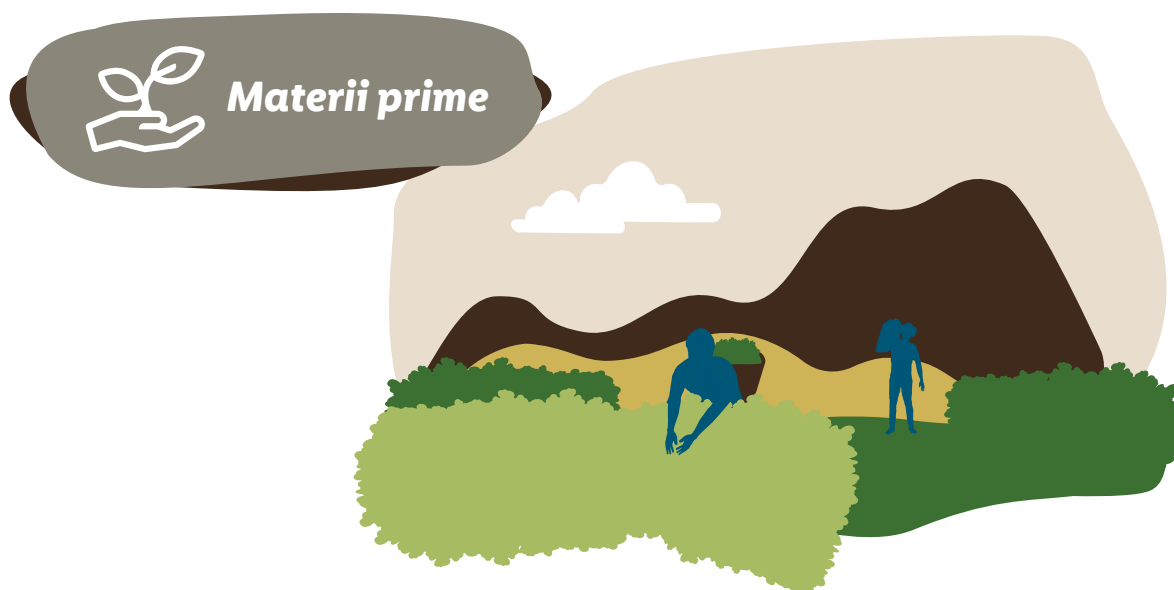
Anul financiar 2022 a însemnat pentru noi un consum de apă mai mare, datorat în principal creșterii numărului de magazine din rețeaua noastră, precum și a numărului de angajați din depozite și sediul central. Cu toate că 2022 a fost un an secetos, cantitatea de apă canalizată a crescut și ea, motivul principal fiind irigarea spațiilor verzi.

³⁷ Sursa: Lidl România – corporate.lidl.ro/sustenabilitate/bun-pentru-oameni/comportament-corect/save-water

CONSUMUL DE APĂ LA NIVELUL ÎNTREGII ORGANIZAȚII

	2021	2022
Consum total de apă (mc)	413.665	486.534
Apă pluvială canalizată conform normelor în vigoare (mc)	575.910	577.353

În afara proiectelor începute în anii anteriori și derulate în continuare, precum instalarea și extinderea sistemului de contorizare și monitorizare a consumurilor, în toate magazinele Lidl au fost montate perlatoare cu debit redus (1,9 l/min) la toate bateriile de lavoar din toaletele destinate angajaților și clienților noștri. Această măsură a condus la reducerea acestui consum cu aproximativ 55% (aproape 13.000 de litri/an). Colegii noștri care se ocupă de Facility Management au acum obligația de a verifica trimestrial unde și dacă aceste perlatoare există și sunt funcționale, astfel încât acestea să poată fi instalate acolo unde lipsesc.



Punem la dispoziția clienților noștri un sortiment bogat de produse. Acesta are la bază materii prime pe care urmărim să **le achiziționăm într-un mod responsabil**, atât social, cât și ecologic, pentru că suntem conștienți de faptul că extragerea acestora produce efecte negative. Aceste efecte negative includ atât impacturi asupra mediului înconjurător, cum ar fi reducerea biodiversității, creșterea emisiilor cu efecte de seră sau intensificarea schimbărilor climatice, cât și impacturi asupra oamenilor din comunitățile de unde materiile prime sunt extrase sau a celor din lanțul de aprovizionare.



De-a lungul anilor am elaborat **politici de achiziții sustenabile** pentru o serie de materii prime (cacao, cafea, ceai, flori și plante, ouă, pește și crustacee și produse derivate, ulei de palmier, lemn, hârtie și ambalaje care conțin celuloză), precum și o politică de achiziții privind materiile prime, pe care le urmărim în activitățile noastre și pe care le-am prezentat în rapoartele noastre anterioare. Acestea sunt publice, pe website-ul nostru³⁸, în secțiunea *Sustenabilitate/Politici pentru un sortiment responsabil* (corporate.lidl.ro/sustenabilitate/politici-sortiment).

În anul financiar 2022, am publicat o politică nouă, cu privire la o alimentație echilibrată³⁹, care aduce laolaltă subiecte precum siguranța alimentară, alimentația sănătoasă, prin care ne propunem ca până în 2025 să le oferim clienților noștri o gamă de produse pentru un stil de viață sănătos și responsabil.

Pe lângă atenția la siguranța alimentară și promovarea unei alimentații sănătoase, despre care puteți citi în acest raport în capitolul *Produse responsabile*, pag. 92, respectiv în capitolul *Alimentație echilibrată*, pag. 37, urmărim și susținerea unei alimentații echilibrate. Aceasta din urmă este relevantă tocmai din perspectiva

monitorizării și reducerii consecințelor sociale și ecologice negative, inclusiv la nivelul lanțurilor de aprovizionare pe care producția de alimente le produce. De aceea, **scopul nostru** este să creștem ponderea surselor de proteine vegetale și să reducem, în același timp, efectele ecologice și sociale negative asupra lanțurilor de aprovizionare cu materii prime.

Pentru a face mai ușoară alegerea alimentelor pentru un regim alimentar echilibrat, vom pune la dispoziție mai multe produse alimentare regionale și sezoniere, din agricultura ecologică, atunci când este posibil, și vom include o selecție mai largă de alimente vegane și vegetariene în gama noastră de produse.



Ne propunem să le oferim clienților noștri o gamă de produse pentru un stil de viață sănătos și responsabil.



În perioada de raportare, am continuat să ne concentrăm pe atingerea obiectivelor noastre:

- ✓ am obținut o rată de certificare de 50% a materiilor prime pentru ceaiurile din plante și fructe, prin certificările Rainforest Alliance, Fairtrade sau BIO;
- ✓ am obținut certificarea a 100% materii prime pentru ceaiul verde, negru și rooibos, atestate prin etichetele Rainforest Alliance, Fairtrade sau BIO, cu condiția ca materia primă să fie disponibilă în locul de origine la calitatea dorită;
- ✓ în ceea ce privește utilizarea în producția alimentelor marcă proprie a uleiului (din sămburi) de palmier segregat conform certificării RSPO⁴⁰, nu toți furnizorii au reușit să implementeze acest obiectiv în proporție de 100% până la finalul anului financiar 2022. În anul financiar 2023, vom continua să urmărim realizarea acestui obiectiv și vom raporta în mod transparent rezultatele;
- ✓ ingredientul cacao din tabletele de ciocolată din sortimentul permanent este certificat Fairtrade Cocoa Programme. (Menționăm că, încă de la finalul anului 2020, Lidl România folosește cacao certificată în proporție de 100% în toate produsele sale marcă proprie care conțin cacao.)

³⁸ Lidl România: corporate.lidl.ro/sustenabilitate/politici-sortiment

³⁹ Lidl România: lidl.ro/cataloage/politica-lidl-alimentatie-echilibrata/view/flyer/page/1

⁴⁰ Roundtable on Sustainable Palm Oil: rspo.org/as-an-organisation/certification/

Organismele certificate agreate: Rainforest Alliance, Fairtrade, Fair Trade Cocoa Programme și BIO.

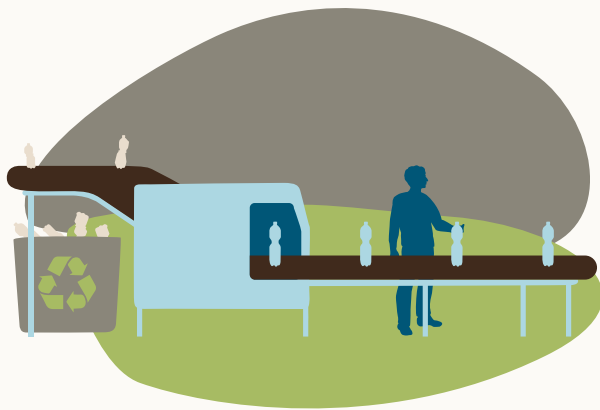


(<https://www.rainforest-alliance.org/>)

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

Pentru informații privind materiile prime provenite din surse sustenabile, ca procent din gama totală de produse marcă proprie, vă rugăm să consultați capitolul *Produse responsabile*, de la pag. 92.

În următoarea perioadă de raportare ne vom concentra pe atingerea angajamentelor asumate în politicile privind achizițiile de materii prime, să acționăm în vederea îndeplinirii obiectivelor propuse prin strategia cu privire la o alimentație echilibrată și să monitorizăm atent progresul pe toate palierele relevante.



Decenii la rând, omenirea a folosit mai multe resurse decât a fost Pământul capabil să reînnoiască în mod natural. În același timp, din cauza creșterii consumului și a materialelor de ambalare, au rezultat volume tot mai mari de deșeuri.

Consecințele acestor obiceiuri au un **impact specific asupra mediului**: în timp ce producția de materii prime și prelucrarea acestora adâncesc efectele schimbărilor climatice, iar disponibilitatea resurselor

de apă dulce scade permanent, volumele tot mai mari de deșeuri pun în pericol biodiversitatea și calitatea apei. Companiile se confruntă, așadar, cu problema conservării resurselor.

Activitățile și procesele Lidl România sunt direct legate de utilizarea resurselor. Acestea includ atât apă, cât și alte materiale, cum ar fi plastic sau hârtie. În ceea ce ne privește, pentru a putea folosi resursele în mod responsabil, operăm pe baza unor sisteme de management pentru utilizarea eficientă a apei și resurselor, dar și pentru gestionarea deșeurilor.

Pentru a urma **idealul principiului economiei circulare**, înregistrăm toate fluxurile de materiale din procesele noastre și avem un sistem de management al deșeurilor. Colectarea separată într-un mod eficient și gestionarea adecvată a materialelor rezultate ne permit să re folosim resursele utilizate sau să reciclăm și astfel să reducem la minimum posibil proporția de deșeuri nereciclabile.

La Lidl România, managementul fluxurilor de materiale reciclabile și al apei intră în responsabilitatea departamentului Vânzări și Logistică, respectiv a echipei Facility Management. Prioritățile strategice și modul în care abordăm economia circulară în cadrul Lidl România nu s-au schimbat față de perioada anterioară de raportare.



Bine pentru tine, bine pentru noi toți:



Cu fiecare ambalaj reciclat,
contribuim la un mediu

MAI CURAT



Sistemul garanție-returnare (SGR) pentru ambalajele primare nereutilizabile vizează operatorii economici considerați de Ministerul Mediului din România drept producători. Conform normelor în vigoare⁴¹, „producătorii care intenționează să introducă pe piața națională produse ambalate în ambalaje primare nereutilizabile au obligația de a se înregistra în SGR cu cel puțin 30 de zile înainte de introducerea pe piața națională a produselor ambalate în ambalaje SGR”. Mai mult, acești producători au și responsabilitatea pentru preluarea, transportul și reciclarea ambalajelor SGR.

SGR presupune marcarea fiecărui produs cu simboluri specifice, prevăzute de reglementările în vigoare, care să permită aparatelor de colectare separată automată, adică echipamentelor RVM (Reverse Vending Machine), identificarea corectă a ambalajelor (de ex.: flacoane PET, sticlă, metal). Rolul departamentului Achiziții Marfă este important, pentru că atât articolele achiziționate de la producătorii locali, cât și cele importate trebuie să poarte simbolurile recunoscute, întrucât garanția se va percepe, respectiv rambursa

doar pentru produsele marcate.

Implementarea acestui proiect național în cadrul Lidl România a presupus o realocare majoră de resurse (oameni, timp, fonduri). Acestea au însemnat în special modificări în procesele de achiziții (aparatură), schimbarea ambalajelor care vor fi purtătoarele simbolurilor SGR, stabilirea traseului viitoarelor deșeuri colectate prin intermediul SGR și actualizarea sistemelor contabile pentru înregistrarea și urmărirea fluxului financiar al deșeurilor. Echipa de proiect a fost compusă din responsabili din departamentele Juridic, Achiziții Interne, Logistică, Vânzări, Facility Management, Expansiune, Comunicare și CSR și Achiziții Marfă. Mai mult, pentru a testa și a pune în funcțiune aparatele înainte de termenul implementării SGR, au trebuit revizuite toate autorizațiile de mediu în baza cărora fiecare dintre magazinele noastre este autorizat să colecteze de la populație viitoarele deșeuri de ambalaje înscrise în SGR. Doar această etapă a durat între două și șase luni, în funcție de disponibilitatea fiecărei agenții județene pentru protecția mediului.



INIȚIATIVE DE VALORIFICARE A MATERIALELOR RECICLABILE



Unul dintre angajamentele luate de noi în cadrul strategiei REset⁴² a fost acela de a reduce cu 20% plasticul utilizat în ambalajele produselor marcă proprie și ca acestea să fie într-o proporție cât mai mare reciclabile. Din acest punct de vedere, cantitatea de plastic eliminată din compoziția ambalajelor menționate mai sus a fost, în anul de raportare, de 42.745 kg. Dintre produsele care au contribuit semnificativ la această reducere menționăm produsele din gama Cămară Noastră (salata de icre de crap cu ceapă – 100 g, mușchiul file afumat feliat – 100 g, salam bănățean feliat – 100 g, salamul de Sibiu – 150 g și salamul cu înveliș feliat – 80 g).



⁴¹ Ministerul Mediului, HG nr. 1.074/2021:

mmediu.ro/app/webroot/uploads/files/hotararea-nr-1074-2021-privind-stabilirea-sistemului-de-garanție-returnare-pentru-ambalaje-primare-nereutilizabile%281%29.pdf

⁴² Sursa: Informații despre strategia noastră REset Plastic sunt disponibile pe website-ul companiei, la corporate.lidl.ro/sustenabilitate/bun-pentru-planeta/protejarea-mediului/reset-plastic

Pentru o rată mai bună de reciclare și pentru a veni în sprijinul consumatorilor în ceea ce privește colectarea separată corectă a diferitelor tipuri de ambalaje, ne propunem ca în viitor să marcăm pe ambalaj cum poate fi colectat corect fiecare element care intră în componența ambalajului (ex.: etichetă, dop, sticlă etc.).



Încă din anul 2015, împreună cu **GreenCycle**, grupul de companii cu expertiză în domeniul gestionării fluxurilor de deșeuri operaționale din cadrul Grupului Schwarz, Lidl a inițiat campania **Punem preț pe materialele reciclabile**. În acest sens, Lidl România își organizează zonele pentru deșeuri din toate centrele logistice astfel încât să putem asigura o separare și o colectare mai eficientă a materialelor generate, punând un accent special pe punctele de colectare a materialelor reciclabile, inclusiv prin semnalizarea corespunzătoare a acestora. Campania amintită mai sus contribuie și la creșterea nivelului de conștientizare a angajaților față de modul în care trebuie eliminate materialele. În acest mod, reușim să îmbunătățim continuu calitatea deșeurilor colectate și astfel să creștem ratele de reciclare.

Tot în cadrul aceleiași campanii, am decis introducerea unui sistem de urmărire a evoluției lunare a cantităților de deșeuri reziduale, prin realizarea unui clasament ce include magazinele care generează cea mai mare cantitate de deșeu rezidual versus reciclabil. Acesta este distribuit tuturor din echipa de vânzări, cu obiectivul de a reduce procentul de deșeuri reziduale și de a crește procentul de deșeuri reciclate. Cantitățile de deșeuri reciclabile, colectate și trimise către reciclare, fie direct, spre reciclatorul final, fie printr-o colectare intermediară după care au ajuns la reciclator, sunt redată în tabelul următor.

Hârtia, cartonul și plasticul sunt folosite în mod special de Lidl România ca materiale-resursă. Le colectăm și le predăm în vederea reciclării. În plus față de materialele folosite chiar de Lidl România, magazinele generează și ele materiale care rezultă în urma livrărilor, cum ar fi ambalaje ale coletelor cu produse de la furnizorii noștri.

UTILIZAREA HÂRTIEI ȘI PLASTICULUI, ÎN TONE

Material		2021	2022
Hârtie	Materiale promoționale și reviste/ broșuri pentru clienți/alte (calculată în tone)	10.094	6.919
	Cantitatea de hârtie de imprimantă (calculată în tone)	123	102
	Cantitatea de hârtie pentru pungile de pâine (calculată în tone)	557	839
Din care material reciclat	Materiale promoționale și reviste/ broșuri pentru clienți/alte (calculată în tone)	8.902	6.679
	Cantitatea de hârtie de imprimantă (calculată în tone)	0	0
	Cantitatea de hârtie pentru pungile de pâine (calculată în tone)	0	0
Plastic	Cantitatea de saci de gunoi	120	252
	Cantitatea de folie de plastic (material de ambalaj)	412	422



VOLUMUL DE MATERIALE ÎN FUNCȚIE DE TIP, ÎN TONE

Material		2021	2022
HCC (hârtie, cutii de carton, carton)	HCC reciclabile Procentul de materiale HCC reciclabile (calculat în %)	46.113 49,9%	49.037 48,2%
Deșeuri organice	Deșeuri organice reciclabile Procentul de deșeuri organice reciclabile (calculat în %)	12.359 13,4%	19.202 18,9%
PET	PET reciclabil Procentul de PET reciclabil (calculat în %)	6 0,01%	38 0,04%
Plastic	Plastic reciclabil Procentul de PPC reciclabil (calculat în %)	2.654 2,9%	2.806 2,8%
Lemn	Lemn reciclabil Procentul de lemn reciclabil (calculat în %)	3.723 4,0%	4.812 4,7%
Textile	Textile reciclabile Procentul de textile reciclabile (calculat în %)	3 0,003%	2 0,002%
Sticlă	Sticlă reciclabilă Procentul de sticlă reciclabilă (calculat în %)	38 0,04%	130 0,13%
Fier vechi	Resturi de metal reciclabil Procentul de resturi de metal reciclabile (calculat în %)	742 0,8%	618 0,6%
Deșeuri reziduale	Deșeuri reziduale Deșeuri reziduale ca procent din reciclabile (calculat în %)	26.452 28,6%	24.753 24,3%
Alte deșeuri reciclabile nepericuloase	Deșeuri nepericuloase Procentul deșeuri nepericuloase reciclabile (calculat în %)	16 0,02%	21 0,02%
Deșeuri periculoase reciclabile	Deșeuri periculoase reciclabile Procentul de deșeuri periculoase reciclabile (calculat în %)	296 0,3%	275 0,3%
TOTAL	Deșeuri reciclabile și reziduale (calculat în tone)	92.402	101.694

Din totalul de 101.694 de tone de deșeuri, inclusiv deșeuri reziduale, generate în anul de raportare, am reușit să reutilizăm 7.366 de tone și să reciclăm aproximativ 57.716,5. Această cantitate reprezintă aproximativ 64% din total. În pofida tuturor eforturilor noastre, nu a fost posibil să evităm complet materialele care nu mai pot fi refolosite sau reciclate. 24.752,6 de tone au trebuit astfel să fie eliminate, ca deșeu rezidual.



Cantitățile de deșeuri reciclabile colectate și trimise către reciclare, fie direct, spre reciclatorul final, fie printr-o colectare intermediară, după care au ajuns la reciclator, sunt redată în tabelul următor.

CANTITĂȚILE ÎN FUNCȚIE DE MATERIAL ȘI METODA DE ELIMINARE, ÎN TONE

	Material	Metodă de eliminare	2021	2022
	HCC (hârtie, cutii de carton, carton)	Reciclare	46.113	49.037
	Deșeuri organice	Fermentare	769	6.501
		Reutilizare	6.456	7.366
		Incinerare	5.134	5.336
	PET	Reciclare	6	38
	Plastic	Reciclare	2.654	2.806
	Lemn	Reciclare	3.723	4.812
	Textile	Incinerare	3	2
	Sticlă	Reciclare	38	130



BINE PENTRU PLANETĂ



Fier vechi

Reciclare

742

618



Deșeuri
reziduale

Transfer la groapa de gunoi

26.452

24.753



Alte reciclabile
nepericuloase

Incinerare

16

20



Reciclabile
nepericuloase

Reutilizare

6.456

7.366

Reciclare

53.276

57.441

Incinerare

5.154

5.358

Total
reciclabile
periculoase

Reciclare

296

275

TOTAL

**TOTAL RECICLABILE
(inclusiv deșeuri reziduale)**

92.402

101.694

Reutilizare

6.456

7.366

Reciclare

53.572

57.717

Incinerare

5.154

5.358

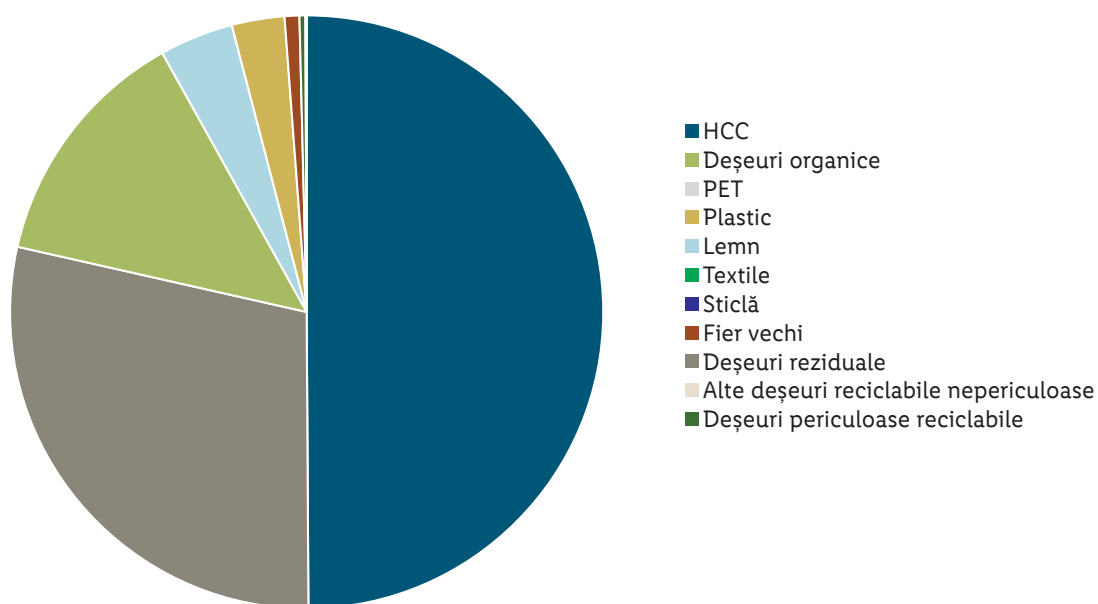
Transfer la groapa de gunoi

26.452

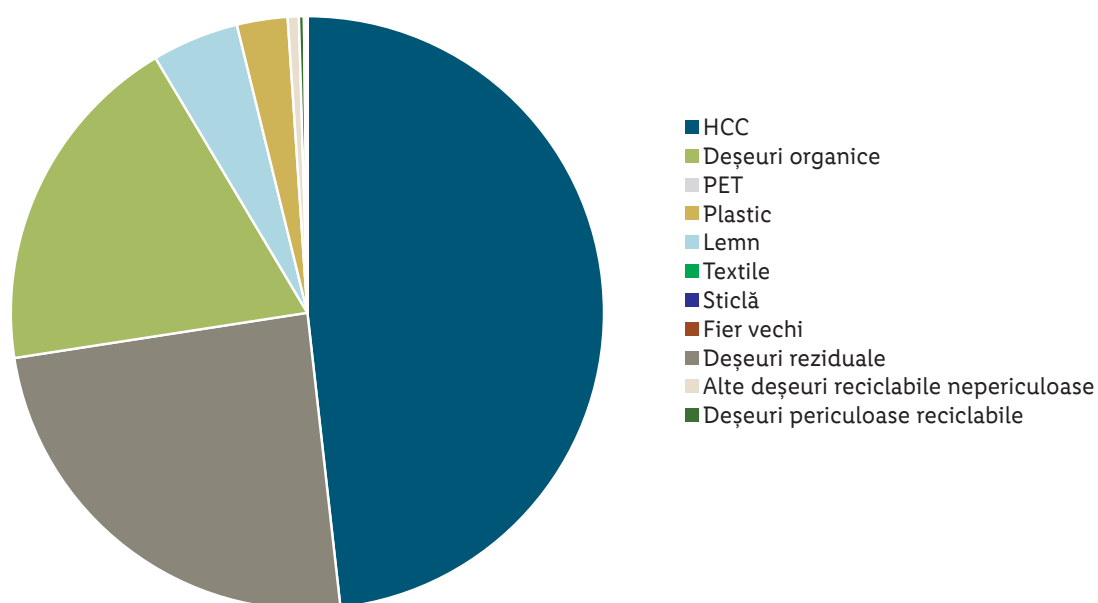
24.753



PROPORȚIA DE MATERIALE ÎN VOLUMUL TOTAL ÎN ANUL FINANCIAR 2021



PROPORȚIA DE MATERIALE ÎN VOLUMUL TOTAL ÎN ANUL FINANCIAR 2022





BINE PENTRU PLANETĂ

În anul financiar 2021, la centrul logistic din Roman, produsele alimentare (legume, fructe și panificație) returnate de magazine au fost sortate și direcționate spre o **stație de biogaz**. În anul financiar de raportare 2022, am extins acest proiect și la sediile regionale din Chiajna, Nedelea și Fundeni. Astfel, aceste produse sunt reintroduse în circuitul economic și nu mai ajung

să devină deșeuri menajere. Pe parcursul perioadei de raportare, 6.500 de tone de astfel de produse au fost direcționate din cele patru sedii regionale pentru a fi folosite în stațiile de biogaz. Urmează ca această inițiativă să fie extinsă și în sediile regionale din Lugoj și Iernut. În acest sens, suntem în curs de implementare a procesului.

CHEP
A Brambles Company



Proiectul privind utilizarea în comun a paleților reutilizabili a continuat, având în acest sens colaborări cu doi parteneri: CHP și LPR. Datorită acestor parteneriate, **am reușit următoarele:**

- ✓ 86 de tone echivalent CO₂ evitate în comparație cu sistemul de management de schimb de paleți prin colaborarea cu LPR⁴³ și
- ✓ 1.139,86 de tone echivalent CO₂ evitate datorită folosirii paleților reutilizabili CHP⁴⁴.



În fiecare an, milioane de tone de alimente bune de consum sunt aruncate la gunoi sau eliminate din circuitul comercial înainte de a fi vândute. Aproape jumătate din alimentele produse la nivel mondial se pierd în acest mod.

Aceste volume imense de pierderi de alimente înseamnă că resurse rare și valoroase, precum apa și solul, sunt exploatate inutil, în timp ce producția și transportul produc emisii care ar putea fi evitate și care dăunează climei. De asemenea, pierderile de alimente generează costuri inutile pentru companii și consumatori.

Risipa alimentară apare de-a lungul întregului lanț de valoare: în procesul de fabricație, în timpul transportului, al prelucrării, în magazine și la consumatori.

În comerțul cu amănuntul, risipa apare din cauză că alimentele perisabile sunt sortate și aruncate la închiderea magazinelor sau pentru că au expirat. Mai mult, nu toți consumatorii înțeleg diferența dintre data-limită de consum și data de expirare, ceea ce înseamnă că unele alimente care încă sunt bune de consum ajung la gunoi.

⁴³ Certificatul privind amprenta de carbon eliberat în martie 2023 de LPR.

Metodologia de calcul este conformă cu GHG Protocol și analizează ciclul de viață al paleților roșii LPR (emisii Scope 1, 2 și 3).

⁴⁴ Certificatul privind amprenta de carbon eliberat în martie 2023 de CHP.

Metodologia de calcul este conformă cu ISO14044 și analizează ciclul de viață al paleților CHP versus paletul alb echivalent.

În spiritul Obiectivului de Dezvoltare Durabilă (ODD) 12⁴⁵, ținta 12.3, Guvernul României⁴⁶ și Autoritatea Națională Sanitară Veterinară și pentru Siguranța Alimentelor (ANSVSA)⁴⁷ s-au angajat să ia măsurile necesare astfel încât, până în anul 2030, cantitatea de

risipă alimentară per capita să fie redusă la jumătate atât la comercianți, cât și la consumatori. Decizia se referă și la pierderile alimentare din procesul de producție și din lanțurile de aprovizionare.



Oferirea de alimente proaspete de cea mai bună calitate este una dintre prioritățile de afaceri ale Lidl România. Pentru a combate risipa alimentară și, ori de câte ori este posibil, pentru a evita ca alimentele cu termen de valabilitate limitat să fie aruncate la gunoi, Lidl România și-a stabilit obiectivul de a-și **reduce risipa de alimente cu 15%** până în 2030, comparativ cu anul 2018.

Responsabilitatea pentru îndeplinirea acestui obiectiv și gestionarea acestui domeniu revin departamentului Gestione Stocuri în colaborare cu departamentul Achiziții Marfă. În acest sens, folosim un sistem de comandă bazat pe cerere, avem un lanț de aprovizionare eficient, cu rute scurte de transport, respectăm lanțul de frig pe tot traseul, urmărim stocurile și reducem prețurile.

Sistemul nostru **AutoDispo Magazine** generează automat comenzile pentru magazine și pentru depozite. Cu ajutorul acestuia și pentru asigurarea disponibilității produselor la raft, sunt generate volumele zilnice necesare în magazine. Pentru ca sistemul să funcționeze în parametri corecți, el este actualizat atât de magazine, cât și de depozite (de la raportarea stocurilor și a articolelor lipsă în magazine, până la corecțiile de stoc în depozit sau diferențele de inventar). **Pentru articolele refrigerate, carnea proaspătă și legume-fructe facem constant analize și avem săptămânal promoții.** Pentru respectarea lanțului de frig, avem o aplicație prin care monitorizăm și verificăm temperatura din momentul încărcării produselor în camion (în depozit), pe traseu și până în momentul livrării în magazine.

În cadrul Lidl România, efectuăm și verificări permanente ale proșpețimii, mai ales pentru categoriile de produse înalt perisabile, cum ar fi fructele și legumele, sau produsele refrigerate, cum ar fi carnea

proaspătă. Ca soluție, aplicăm reduceri de preț, încercând să promovăm vânzarea alimentelor care se apropie de data-limită de consum sau de data de expirare. De exemplu, **aplicăm o reducere de 30% pentru toate categoriile de produse alimentare care se apropie de limita termenului de valabilitate.** De asemenea, la o serie de articole cu termen de valabilitate foarte scurt (de exemplu: pește, torturi și toată gama de produse semipreparate, precum sendvișuri, salate sau produse de cofetărie) **reducerile pot ajunge până la 50%.**



⁴⁵ Guvernul României, Departamentul pentru Dezvoltare Durabilă: dezvoltaredurabila.gov.ro/web/obiective/odd12/

⁴⁶ Uniunea Europeană, hubul pentru prevenirea deșeurilor și pierderilor alimentare: ec.europa.eu/food/safety/food_waste/eu-food-loss-waste-prevention-hub/eu-member-state-page/show/RO

⁴⁷ ANSVSA: ansvsa.ro/informatii-pentru-public/risipa-alimentara/



În același timp, dorim să creștem și gradul de conștientizare a consumatorilor, pentru a înțelege valoarea alimentelor și pentru a-și reduce, astfel, risipa alimentară în propriile gospodării. În acest sens, website-ul nostru are o secțiune dedicată celor care vor și pot să își gătească acasă (**bucataria.lidl.ro**). Peste 1.700 de rețete – de la salate la feluri principale și de la deserturi la rețete vegetariene – prezintă soluții de utilizare a alimentelor disponibile în gospodării.



Banca pentru alimente

Cu condiția respectării reglementărilor în vigoare, articolele care pot fi consumate, dar nu mai sunt adecvate pentru a fi comercializate, sunt donate de Lidl România unor organizații neguvernamentale care distribuie alimente persoanelor vulnerabile. **Am colaborat în acest sens cu Banca pentru Alimente încă din anul 2016.** Informații despre această inițiativă au fost incluse în *raportul nostru de sustenabilitate* anterior, pag. 49-50⁴⁸.

	2021	2022
Cantitatea de produse alimentare donate (tone)	530	578
Cantitatea de produse nealimentare donate (tone)	208	215
Cantitatea de hrană pentru animale donată (tone)	470	584



**Banca
pentru
alimente**



⁴⁸ Website Lidl România, secțiunea Sustenabilitate -> Rapoarte de sustenabilitate -> Raport pentru anul financiar 2021: <https://www.lidl.ro/ro/cataloge/raport-sustenabilitate-an-financiar-2021/view/flyer/page/50>



În perioada următoare, **vom continua demersurile noastre în sensul prevenirii și reducerii risipei alimentare**, inclusiv reducerile de preț de 30-50% aplicate la categoriile de marfă care au termene reduse de valabilitate sau care se apropie de data-limită de expirare. Aceste produse vor fi disponibile în toate magazinele noastre în spațiile special amenajate și semnalizate corespunzător.

Pentru o monitorizare și plasare cât mai corectă a comenzilor, astfel încât pierderile și risipa să fie reduse cât mai mult posibil, vom implementa aplicația **Auto Dispo Depozite**. Aceasta este similară cu aplicația **Auto Dispo Magazine**. Automatizarea contribuie nu doar la reducerea volumului de muncă al colegilor noștri sau al furnizorilor, ci și la o prognoză mai corectă a volumelor de marfă necesar a fi comandate, ținând cont de condițiile specifice ale depozitului care plasează comanda și evitând stocurile excesive.







BINE PENTRU TINE

Produse responsabile



Produse responsabile



Misiunea noastră este de a oferi zilnic românilor produse de cea mai bună calitate, la cel mai bun preț.

De aceea, introducem constant produse noi în sortimentul nostru și ne adaptăm la nevoile consumatorilor, prin îmbunătățirea produselor existente. În plus, avem o serie de **politici de achiziții sustenabile**, pe care le-am prezentat în rapoartele anterioare, acestea fiind disponibile și pe website-ul nostru: corporate.lidl.ro/sustenabilitate/politici-sortiment

Ne-am angajat ca în procesul de fabricare a produselor marcă proprie să gestionăm responsabil materiile prime, astfel încât să reducem impacturile negative. Verificăm constant produsele și le urmărim în etapele de producție, pentru a ne asigura că sunt fabricate în mod responsabil. Certificările internaționale ale furnizorilor noștri sunt o confirmare a respectării standardelor de producție.

Tip de articole produse în mod responsabil		2021	2022
	Articole BIO	368	346
	Articole FSC	299	447
	Articole UTZ	354	0
	Articole MSC	120	102
	Articole Rainforest Alliance	186	468
Total		1.327	1.363

Informațiile despre produse sunt menționate pe eticheta acestora, conform legislației în vigoare. În rarele cazuri de retrageri de la raft, pornind de la aceste

informații, putem afla rapid toate detaliile despre un anumit produs (ex.: locul din care a provenit o anumită materie primă, producătorul etc.).

	2021	2022*
Numărul de audituri în fabrici	76	78
Procentul fabricilor care au obținut oricare dintre certificările pe care le solicităm	99%	93%
Numărul de analize ale produselor Lidl (alimentare)	1.989	1.962
Procentul de produse care au necesitat îmbunătățiri după analize	6%	7,7%

** Indicatorii și deviațiile din tabel variază în funcție de sortiment (de ex.: produse nou intrate în sortiment, furnizori noi etc.), dar și de criteriile specifice care țin de normele de realizare a unei analize sau a unui audit (de ex.: în funcție de tipul articolului, o analiză se poate face o dată, de două ori sau de patru ori pe an și datele la care se efectuează aceste analize variază; auditurile se organizează în funcție de gradul de risc al fabricii și de specificul articolului produs în fabrica respectivă și pot avea loc anual, la doi ani etc.).*



Procedura obișnuită este următoarea: cu cât un aliment este mai sensibil, cu atât necesită mai multă atenție în timpul producției, transportului și vânzării. Prin urmare, acestea sunt și produsele testate cel mai des. Standardele noastre de asigurare a calității sunt, la rândul lor, verificate extern și independent. Sistemul nostru de asigurare a calității respectă, printre altele, cerințele standardului DIN ISO9001:2015, fapt confirmat de organismul SGS. Obiectivele referitoare la modul în care vom efectua auditurile și vom urmări trasabilitatea în perioada care urmează rămân neschimbate.



O altă inițiativă care se înscrie tot în demersul nostru de a oferi produse responsabile este continuarea parteneriatului cu **Universitatea de Științe Agricole și Medicină Veterinară București (USAMVB)**, împreună cu care am elaborat o metodă de evaluare

și de îmbunătățire a practicilor agricole destinată producătorilor noștri locali de legume și fructe. Mai multe despre această inițiativă puteți citi în secțiunea *Ecosisteme*, la pag. 72.

Pentru a lua decizii de cumpărare informate, clienții noștri au la dispoziție următoarele mijloace și canale prin care le oferim acces la detalii despre ingredientele folosite în produsele noastre și la valorile nutriționale ale acestora: **eticheta de produs, catalogul Lidl**

(disponibil atât în magazine, cât și online), **la raft**.

Anumite produse (de exemplu, cele vegane sau BIO) sunt dublu semnalizate: atât printr-un logo vizibil pe produs, cât și la punctul de vânzare (raft) sau în catalog. Alergenii sunt marcați cu corp de literă special, conform legislației, astfel încât să fie ușor de detectat.

Pe de altă parte, pentru verificarea trasabilității (așa cum este aceasta definită conform legislației în vigoare) și a lotului din care face parte produsul, clienții pot verifica eticheta acestuia. Atunci când este cazul și în funcție de aceste două elemente, Lidl poate verifica la rândul său trasabilitatea pe tot lanțul. În perioada de raportare, nu au fost formulate plângeri și nu au existat încălcări ale cerințelor legale referitoare la trasabilitatea ingredientelor și a informațiilor nutriționale.



Magazinele Lidl au însemnat mereu o piață de desfacere pentru producătorii din România. Din acest punct de vedere, am continuat să avem în magazinele noastre produse sub brandul Cămara Noastră și să facilităm exportul de produse românești, după cum urmează:

	2021	2022
Numărul furnizorilor din România – sortimentul permanent	329	358
Numărul furnizorilor din România – întregul sortiment	447	458
Numărul de articole românești – sortimentul permanent	1.314	1.321
Numărul de articole românești – întregul sortiment	3.249	3.132
Numărul de articole Cămara Noastră	151	128



	2021	2022*
Creșterea valorii mărfii achiziționate de la furnizorii români pentru sortimentul permanent de produse	15%	33%
Valoarea mărfii achiziționate de la furnizorii români pentru tot sortimentul de produse (procent din total)	45%	47%
Creșterea valorii mărfii achiziționate de la furnizorii români pentru tot sortimentul de produse	17%	33%
Facilitarea exportului de produse ale furnizorilor români (milioane euro)	65	27,9

* Indicatorii din aceste tabele variază în funcție de mai mulți factori (de ex.: evoluția businessului, disponibilitatea mărfii la producători, evoluția pieței materiilor prime, condițiile meteo, evoluția unui articol la raft, factori precum inflație, pandemie, război etc.).

	2021	2022*
Cantitatea de fructe și legume românești achiziționată de la furnizori locali (tone)	129.098	94.690
Procent cantitatea de fructe și legume achiziționată de la furnizori locali din cantitatea totală de fructe și legume achiziționată	42%	38%
Procent cantitatea de fructe și legume achiziționată de la furnizori locali din cantitatea totală de fructe și legume achiziționată – în vârf de sezon	67%	64%

* Seceta din vara anului 2022, care a afectat considerabil recoltele și cantitățile de legume din anul 2022, în special în lunile de vară, a fost factorul determinant pentru scăderile cantităților de fructe și legume achiziționate de la furnizori locali.

94.690 DE TONE

de fructe și legume
achiziționate de la
furnizori locali



Pentru a putea crește cantitățile de produse românești disponibile în magazinele noastre, vom continua și dezvolta parteneriatele cu furnizorii locali și le vom oferi consiliere producătorilor de fructe și legume. De asemenea, împreună cu furnizorii noștri, am planificat pentru 2023 creșteri cu 33% față de anul anterior ale suprafețelor cultivate cu fructe și legume.

Tuturor celor care vor să ia legătura cu noi le punem la dispoziție canale diferite prin care ne pot contacta:



corporate.lidl.ro/contact



Call Center – 0800 896 622



0742 896 622



facebook.com/lidlromania



facebook.com/lidlromania



linkedin.com/company/lidl-romania/



instagram.com/lidlromania/



<https://twitter.com/lidlromania?lang=en>



info@lidl.ro, presa@lidl.ro, socialmedia@lidl.ro

Tabel de conținut Standarde GRI

Standardul GRI	Expunerea	Corelarea standardele GRI cu Obiectivele de Dezvoltare Durabilă (ODD)	Pagina, linkul URL sau alte surse	Expunerea omisă	Omisuni Motivul omisiunii	Explicație
GRI 1: Fundament 2021						
EXPUNERI GENERALE						
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-1 Informații despre companie		Pag. 7			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-2 Entitățile incluse în procesul de raportare de sustenabilitate		Pag. 7			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-3 Perioada de raportare, frecvența cu care se raportează, adresa de contact		Pag. 6			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-4 Erate sau reformulări		În raportul anterior, dintr-o eroare umană, în numărul total de magazine cu certificare EDGE au fost incluse și alte clădiri (sediul central și un depozit).			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-5 Verificare externă		Pag.			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-6 Activități, lanțul de valoare și alte relații de afaceri		Pag. 9			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-7 Angajați	Ținta 1.1, Ținta 1.2, Ținta 5.1, Ținta 5.4, Ținta 5.5, Ținta 8.5, Ținta 10.3	Pag. 25-26			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-8 Lucrători care nu sunt angajați	Ținta 1.1, Ținta 1.2, Ținta 5.1, Ținta 5.4, Ținta 5.5, Ținta 8.5, Ținta 10.3	Pag. 26			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-9 Structura de conducere și componența celui mai înalt for de conducere	Ținta 5.1, Ținta 5.5, Ținta 5.C, Ținta 10.3	Pag. 9, 10			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-10 Numirea în funcție și selecția celor care compun cel mai înalt for de conducere	Ținta 5.1, Ținta 5.5, Ținta 5.C, Ținta 10.3, Ținta 16.5	Pag. 10			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-11 Președinția celui mai înalt for de conducere		Pag. 10			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-12 Rolul celui mai înalt for de conducere în supravegherea gestionării impacturilor	Ținta 16.5	Pag. 11			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-13 Delegarea responsabilității pentru gestionarea impacturilor		Pag. 11			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-14 Rolul celui mai înalt for de conducere în procesul de raportare de sustenabilitate	Ținta 8.3	Pag. 11			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-15 Conflictul de interese	Ținta 16.5	Pag. 10			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-16 Informarea celui mai înalt for de conducere cu privire la aspectele critice		Pag. 11			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-17 Competența colectivă a celui mai înalt for de conducere	Ținta 16.5, Ținta 8.3	Pag. 11			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-18 Evaluarea performanței celui mai înalt for de conducere	Ținta 8.3	Pag. 10			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-19 Politici de remunerare	Ținta 5.1, Ținta 5.5, Ținta 5.C	Pag. 10			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-20 Procese pentru stabilirea remunerației	Ținta 5.1, Ținta 5.5	Pag. 11			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-21 Rata anuală a remunerației totale	Ținta 5.1, Ținta 5.5		2-21 - a, b, c	Confidențialitate	Informații cu caracter confidențial prin a căror publicare ne-am putea periclita avantajul competitiv pe care îl avem prin oferta noastră salarială.
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-22 Declarație privind strategia de dezvoltare durabilă	ODD1-ODD17	Pag. 3			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-23 Angajamente la nivel de politici		Pag. 12			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-24 Integrarea angajamentelor la nivel de politici		Pag. 12			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-25 Procese pentru remedierea impacturilor negative		Pag. 12, 14, 15			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-26 Mecanisme pentru solicitarea de îndrumare și petiționare		Pag. 14, 15			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-27 Conformitate legislativă	Ținta 16.5	Pag. 14, 15	2-27 - a, b, c, d	Confidențialitate	Analizele situațiilor nu sunt finalizate
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-28 Afilieri, participarea în asociații	Ținta 17.6	Pag. 13			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-29 Abordarea privind dialogul cu stakeholderii	Ținta 12.8, Ținta 13.3, Ținta 17.6	Pag. 16, Pag. 54-57			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-30 Acorduri și negocieri colective	Ținta 5.5, Ținta 8.8, Ținta 10.4	Procentul angajaților care fac obiectul negocierilor colective este 0.			

Standardul GRI	Expunerea	Corelarea standardele GRI cu Obiectivele de Dezvoltare Durabilă (ODD)	Pagina, linkul URL sau alte surse	Expunerea omisă	Omisțiuni Motivul omisiunii	Explicație
EXPUNERI SPECIFICE TEMELOR MATERIALE						
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-1 Procesul pentru identificarea domeniilor materiale		Pag. 17-21			
	3-2 Lista de domenii materiale		Pag. 19			
BINE PENTRU OAMENI						
Muncă și drepturile omului		ODD5, ODD8				
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material		Pag. 24-26			
GRI 401: Muncă 2016	401-3 Concediu parental	Ținta 5.4, Ținta 8.8	Pag. 27-28			
GRI 414: Evaluarea furnizorilor pe criterii sociale 2016	414-2 Impacturi sociale negative în lanțul de aprovizionare și măsurile luate	Ținta 8.7, Ținta 8.8	Pag. 29			
Remunerare echitabilă		ODD1, ODD5, ODD8, ODD10				
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material		Pag. 30-32			
GRI 405: Diversitate și șanse egale 2016	405-2 Raportul dintre salariul de bază și remunerația femeilor față de bărbați pentru fiecare categorie de angajați	Ținta 1.1, Ținta 1.2, Ținta 5.1, Ținta 5.5, Ținta 8.5, Ținta 10.3, Ținta 10.4			Confidențialitate	Informații cu caracter confidențial prin a căror publicare ne-am putea periclita avantajul competitiv pe care îl avem prin oferta noastră salarială.
GRI 401: Muncă 2016	401-1 Noi angajați și fluctuația de personal	Ținta 1.4, Ținta 8.5, Ținta 10.3	Pag. 35			
	401-2 Beneficii acordate angajaților cu contract permanent, care nu se acordă și angajaților cu contract pe perioadă determinată sau normă redusă de lucru	Ținta 1.4, Ținta 8.5	Pag. 31			
GRI 202: Prezența pe piață 2016	202-1 Raportul dintre nivelul standard de salarizare la intrarea în companie și salariul minim pe economie pe sexe	Ținta 1.1, Ținta 1.2, Ținta 5.1, Ținta 5.5, Ținta 8.5, Ținta 10.3, Ținta 10.4			Confidențialitate	Informații cu caracter confidențial prin a căror publicare ne-am putea periclita avantajul competitiv pe care îl avem prin oferta noastră salarială.
	Non-GRI Disparitate salarială între femei și bărbați	Ținta 1.1, Ținta 1.2, Ținta 5.1, Ținta 5.5, Ținta 8.5, Ținta 10.3, Ținta 10.4	Pag. 32			
	Non-GRI Disparitate de bonificații între femei și bărbați	Ținta 1.1, Ținta 1.2, Ținta 5.1, Ținta 5.5, Ținta 8.5, Ținta 10.3, Ținta 10.4	Pag. 32			
Diversitate și incluziune		ODD1, ODD5, ODD8, ODD10				
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material		Pag. 33-34			
GRI 405: Diversitate și șanse egale 2016	405-1 Diversitatea la nivelul organismelor de conducere și al angajaților	Ținta 5.1, Ținta 5.5, Ținta 5.C, Ținta 10.3	Pag. 36, 37			
GRI 406: Nediscriminare 2016	406-1 Incidente de discriminare și acțiuni corective întreprinse	Ținta 5.1, Ținta 5.5, Ținta 5.C, Ținta 10.3	Pag. 34			
Alimentație echilibrată		ODD2, ODD12				
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material		Pag. 37			
	Non-GRI Transparență la punctul de vânzare	Ținta 2.1, Ținta 12.8	Pag. 37			
Securitate și sănătate în muncă		ODD3, ODD8				
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material		Pag. 38-44			
GRI 403: Securitate și sănătate în muncă 2018	403-1 Sistem de management pentru sănătate și siguranță ocupațională	Ținta 3.8, Ținta 3.9, Ținta 8.8	Pag. 38			
	403-2 Identificarea și evaluarea riscului, analiza incidentelor	Ținta 3.8, Ținta 3.9, Ținta 8.8	Pag. 39-41			
	403-3 Servicii de sănătate ocupațională	Ținta 3.8, Ținta 3.9, Ținta 8.8	Pag. 41			
	403-4 Implicarea și consultarea angajaților, precum și comunicarea măsurilor de sănătate și siguranță în muncă	Ținta 3.8, Ținta 3.9, Ținta 8.8	Pag. 38-39, 41			
	403-5 Pregătirea angajaților în domeniul sănătății și siguranței în muncă	Ținta 3.8, Ținta 3.9, Ținta 8.8	Pag. 42			
	403-6 Promovarea sănătății în rândul angajaților	Ținta 3.8, Ținta 3.9, Ținta 8.8	Pag. 41-42			
	403-7 Prevenirea și reducerea impacturilor privind sănătatea și siguranța în muncă legate direct de relațiile de afaceri	Ținta 3.8, Ținta 3.9, Ținta 8.8	Pag. 39-41			
	403-8 Lucrătorii acoperiți de sistemul de management de sănătate și siguranță ocupațională	Ținta 3.8, Ținta 3.9, Ținta 8.8	Pag. 38			
	403-9 Accidente de muncă	Ținta 3.8, Ținta 3.9, Ținta 8.8	Pag. 42, 43			
	403-10 Probleme de sănătate legate de muncă	Ținta 3.8, Ținta 3.9, Ținta 8.8	Pag. 43			

Standardul GRI	Expunerea	Corelarea standardele GRI cu Obiectivele de Dezvoltare Durabilă (ODD)	Pagina, linkul URL sau alte surse	Expunerea omisă	Omisuni Motivul omisiunii	Explicație
Facilitare		ODD4, ODD5, ODD8, ODD12, ODD13				
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material		Pag. 44-54			
GRI 404: Training și educație 2016	404-1 Media de ore de instruire pe an per angajat	Ținta 4.3, Ținta 4.4, Ținta 5.1, Ținta 8.3	Pag. 46			
	404-2 Programe pentru dezvoltarea abilităților angajaților și programe de sprijin	Ținta 4.3, Ținta 4.4, Ținta 5.1, Ținta 8.3	Pag. 45-49			
	404-3 Procentul de angajați evaluați periodic din perspectiva performanței și a dezvoltării în carieră		Pag. 46			
Dialog și cooperare cu stakeholderii		ODD12, ODD13, ODD17				
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material		Pag. 54-57			
	Non-GRI: Cooperarea cu partenerii locali și internaționali selectați în funcție de activitatea de bază a Lidl	Ținta 12.8, Ținta 13.3, Ținta 17.6	Pag. 54-57			
	Non-GRI: Dialogul sistematic și constant cu partenerii pe teme de sustenabilitate	Ținta 12.8, Ținta 13.3, Ținta 17.6	Pag. 54-57			
BINE PENTRU PLANETĂ						
1,5 grade Celsius – Limitarea efectelor schimbărilor climatice		ODD7, ODD12, ODD13				
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material		Pag. 60-72			
GRI 201: Performanță economică 2016	201-2 Consecințele financiare și alte riscuri pe care schimbările climatice le au asupra organizației	Ținta 13.1, Ținta 13.2	Pag. 60-72			
GRI 302: Energie 2016	302-1 Consumul de energie în cadrul organizației	Ținta 7.3, Ținta 12.2	Pag. 63-64			
GRI 305: Emisii 2016	305-1 Emisii directe de GES (Scope 1)	Ținta 13.2	Pag. 70			
	305-2 Emisii indirecte de GES derivate din energie (Scope 2)	Ținta 13.2	Pag. 70			
	305-3 Alte emisii indirecte de GES (Scope 3)	Ținta 13.2	Pag. 70			
	305-5 Reducerea emisiilor de GES	Ținta 13.2	Pag. 69-70			
	Non-GRI: Politici și proceduri vizând criteriile de sustenabilitate utilizate în planificarea și modernizarea clădirilor (depozite și magazine)	Ținta 7.3, Ținta 12.4, Ținta 13.2	Pag. 64-66			
	Non-GRI: Procentul din totalul vehiculelor din flota de transport marfă echipate cu motoare Euro	Ținta 7.3, Ținta 13.2	Pag. 68, 69			
Ecosisteme		ODD15				
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material		Pag. 72-73			
GRI 304: Biodiversitate 2016	304-2 Impacturi semnificative ale activităților, produselor și serviciilor asupra biodiversității	Ținta 15.1, Ținta 15.A			Informații indisponibile	Nu au fost colectate date privind acest indicator. În anul financiar 2023, vom începe colectarea de date relevante de la 50 de furnizori locali de legume și fructe.
Apă dulce		ODD2, ODD6, ODD15				
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material		Pag. 74-77			
GRI 303: Apă și efluenți 2018	303-1 Apa, o resursă comună	Ținta 12.4, Ținta 12.5	Pag. 74-77			
	303-2 Gestionarea impacturilor legate de evacuarea apei	Ținta 12.5	Pag. 77			
	303-3 Captarea apei	Ținta 12.5	Pag. 77			
Materii prime, Economie circulară		ODD12				
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material		Pag. 77-81			
GRI 301: Materiale 2016	301-1: Materiale utilizate la ambalarea produselor marcă proprie, în funcție de greutate sau volum	Ținta 12.4, Ținta 12.5	Pag. 81			
	301-2 Materiale folosite (inputuri)	Ținta 12.5	Pag. 81-82			
	301-3 Produse recuperate și ambalajele acestora	Ținta 12.5	Pag. 83-86			
Risipa alimentară		ODD12, ODD13				
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material		Pag. 86-89			
GRI 203: Impacturi economice indirecte 2016	203-2 Impacturi economice indirecte semnificative	Ținta 12.3, Ținta 13.2	Pag. 86-87, 89			
	Non-GRI: Cantitatea de produse alimentare care nu a fost trimisă la groapa de gunoi	Ținta 12.2, Ținta 12.3, Ținta 12.5	Pag. 88			

Standardul GRI	Expunerea	Corelarea standardele GRI cu Obiectivele de Dezvoltare Durabilă (ODD)	Pagina, linkul URL sau alte surse	Expunerea omisă	Omisuni Motivul omisiunii	Explicație
BINE PENTRU TINE						
Produse responsabile		ODD1, ODD2, ODD12, ODD13, ODD14, ODD15				
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material		Pag. 92-95			
	Non-GRI: Numărul total de articole produse în mod responsabil din total sortiment (alimentare și nealimentare)	Ținta 12.2, Ținta 14.1, Ținta 15.A	Pag. 92			
	Non-GRI: Numărul furnizorilor din România – sortimentul permanent	Ținta 1.1, Ținta 1.5, Ținta 12.2	Pag. 94			
	Non-GRI: Numărul furnizorilor din România – întregul sortiment	Ținta 1.1, Ținta 1.5, Ținta 12.2	Pag. 94			
GRI 308: Evaluarea furnizorilor pe baza criteriilor de mediu 2016	308-1 Furnizori noi care au fost evaluați pe baza criteriilor de mediu.	Ținta 15.A	Pag. 75		Informație incompletă	Deținem informații doar despre furnizorii de legume și fructe.
	308-2 Impacturi negative asupra mediului în lanțul de aprovizionare și distribuție și măsurile luate	Ținta 12.5, Ținta 15.A	Pag. 76		Informație indisponibilă	
GRI 204: Practici privind achizițiile 2016	204-1 Proportia de buget alocată furnizorilor locali	Ținta 1.1, Ținta 1.5, Ținta 12.2	Pag. 95			
GRI 416: Sănătatea și siguranța consumatorului 2016	416-2: Incidente privind neconformitatea produselor	Ținta 12.8	Pag. 94			
	Non-GRI: Informații clare și complete despre ingrediente și caracteristicile nutriționale ale produselor alimentare	Ținta 2.1, Ținta 13.3	Pag. 53-54, 94			
	417-1 Cerințe privind etichetarea și informații despre produse și servicii	Ținta 12.8, Ținta 13.3	Pag. 53, 54			
	417-2 Incidente de neconformare referitoare la etichetare și informații despre produse și servicii	Ținta 12.8, Ținta 13.3			Informație indisponibilă	
GRI 417: Marketing și etichetare 2016	417-3 Incidente privind nerespectarea normelor de comunicare comercială	Ținta 12.8	Nu au fost înregistrate sesizări privind comunicarea comercială a Lidl Discount SRL, conform raportului din partea RAC (Romanian Advertising Council).			
	Non-GRI: Inițiative de comunicare vizând informarea, sensibilizarea și promovarea comportamentelor responsabile de consum	Ținta 4.7, Ținta 12.8, Ținta 13.3	Pag. 51-52			
	Non-GRI Programe de formare și informare a angajaților pe teme de sustenabilitate	Ținta 4.7, Ținta 8.3, Ținta 12.8, Ținta 13.3	Pag. 50-51			

Anexa 1 - Pactul Global al Națiunilor Unite

Pactul Global al Națiunilor Unite încurajează companiile să adere, să susțină și să aplice, în limitele sferei lor de influență, un set de principii de bază în domeniul drepturilor omului, al standardelor de muncă, al mediului înconjurător și al combaterii corupției.

Principiile Pactului Global al ONU			Pagina din document
Drepturile omului	Principiul 1	Companiile private trebuie să sprijine și să respecte drepturile omului recunoscute la nivel internațional.	Principii (pag. 12) Conformare legislativă (pag. 14) Muncă și drepturile omului (pag. 24) https://www.lidl.ro/l/ro/cataloge/politica-de-achizitii-drepturile-omului-pe-lantul-de-aprovizionare/view/flyer/page/1
	Principiul 2	Companiile private trebuie să se asigure că nu sunt complice la abuzurile împotriva drepturilor omului.	Idem.
Muncă	Principiul 3	Companiile private trebuie să respecte libertatea de asociere și să recunoască dreptul la negocierile colective.	Codul de conduită (pag. 25)
	Principiul 4	Companiile private trebuie să elimine munca forțată și obligatorie sub orice formă.	Principii (pag. 12) Conformare legislativă (pag. 14) Muncă și drepturile omului (pag. 24) https://www.lidl.ro/l/ro/cataloge/politica-de-achizitii-drepturile-omului-pe-lantul-de-aprovizionare/view/flyer/page/1
	Principiul 5	Companiile private trebuie să susțină abolirea exploatării prin muncă a copiilor.	Principii (pag. 12)
	Principiul 6	Companiile private trebuie să susțină eliminarea discriminării la angajare și la ocuparea în muncă.	Diversitate și incluziune (pag. 33)
Mediu	Principiul 7	Companiile private trebuie să sprijine o abordare precaută a problemelor legate de mediul înconjurător.	1,5 grade Celsius (pag. 60)
	Principiul 8	Companiile private trebuie să lanseze inițiative pentru a promova o mai mare responsabilitate față de mediu.	Afilieri (pag. 13) Strategia climatică conturată printr-un efort comun al companiilor din Grupul Schwarz (pag. 60)
	Principiul 9	Companiile private trebuie să încurajeze dezvoltarea și promovarea tehnologiilor nepoluante.	Afilieri (pag. 13) Sistem de panouri fotovoltaice (pag. 52) Stație de biogaz (pag. 86)
Anticorupție	Principiul 10	Companiile private trebuie să combată corupția sub toate formele sale, inclusiv escrocheria și mita.	Conformare legislativă (pag. 14)



#PentruUnViitorMaiBun

Raport de sustenabilitate Lidl România

Perioada de raportare:
1 martie 2022 – 28 februarie 2023

