



RESPONSABILI PENTRU **NOT** *fapte pentru un viitor mai bun*

Raport de sustenabilitate Lidl România

Perioada de raportare: 1 martie 2023 – 29 februarie 2024

PENTRU
UN VIITOR
MAI BUN






**PENTRU
UN VIITOR
MAI BUN**



Cuprins

Cuvânt-înainte.....	2
Despre acest raport.....	6
Despre Lidl	7
Definirea conținutului acestui raport	16
Bine pentru oameni.....	23
Bine pentru planetă	61
Bine pentru tine	99
Anexa 1 – Pactul Global al Națiunilor Unite.....	105
Tabelul de conținut GRI	106



Dragă cititorule,

Ai în față al șaptelea raport de sustenabilitate, în care vei putea citi detalii despre modul în care am continuat să punem în aplicare viziunea noastră de a avea un model de afaceri eficient și sustenabil. Considerăm în continuare că dialogul constant și deschis cu toți stakeholderii noștri este esențial pentru a identifica oportunități și a răspunde cât mai bine provocărilor.

Anul 2023 a fost marcat, la fel ca anii anteriori, de un context național și european complex, cu evoluții economice, sociale și legislative care au influențat activitatea noastră și ne-au determinat să ne adaptăm pentru a rămâne un partener de încredere și un actor responsabil în comunitate.

Atunci când ne referim la Lidl România, vorbim, de fapt, despre cei aproximativ 12.900 de colegi și despre rodul muncii lor. Fiecare dintre aceștia are un rol esențial pentru a ne putea ține promisiunea făcută clienților: aceea de a oferi produse de cea mai bună calitate la cel mai bun preț, prin acțiuni simple și sustenabile. Alegerea de a acționa într-o direcție comună este esențială și le suntem recunoscători tuturor celor care au înțeles că e important să acționeze responsabil, iar acest lucru nu se limitează doar la echipa Lidl, ci include și partenerii, colaboratorii și clienții noștri.

Și în anul financiar 2023 am continuat să ne susținem obiectivul de a sprijini economia locală, prin stimularea creșterii economice și a ocupării forței de muncă. Suntem conștienți că pe noi se bazează zeci de mii de familii, prin intermediul locurilor de muncă pe care le creăm în comunități, atât în cadrul echipei noastre, cât și pe întregul lanț de valoare și tratăm acest aspect cu responsabilitate.

Totodată, amprenta noastră în România s-a tradus în perioada de raportare și prin continuarea extinderii parteneriatelor cu producătorii locali, pentru a introduce în oferta noastră un număr cât mai mare de produse realizate împreună cu aceștia. Investim permanent în relația cu partenerii noștri de business, oferindu-le resursele necesare pentru a asigura o creștere sustenabilă de ambele părți.



Suntem conștienți de dimensiunea socioeconomică pe care o avem și de rolul nostru în comunitate, iar acest lucru ne determină să punem în aceeași imagine dezvoltarea economică, grija față de comunitățile din care facem parte și față de planetă. Am continuat să creștem în România în acord cu planurile noastre, însă am fost la fel de consecvenți în ceea ce privește respectarea Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă lansate de Organizația Națiunilor Unite. Credem că o astfel de abordare în timpurile pe care le trăim nu mai este doar o opțiune, ci este imperios necesară. Pentru noi, în calitate de membri în consiliul de conducere al celui mai important jucător din comerțul modern din România, dar mai ales în calitate de părinți, este vital să ne punem întrebarea: cum vrem să arate planeta pe care o lăsăm generațiilor ce vor veni după noi?

Încheiem prin a ne uita totuși cu încredere la viitor. Stă în puterea fiecăruia dintre noi să schimbe modul în care acționează, astfel încât mâine să ne fie mai bine tuturor. Fiecare faptă pe care o facem pentru un viitor mai bun contează și este datoria noastră să ne întrebăm: am făcut ceva astăzi pentru ca mâine să fie mai bine? Iar noi, Lidl, vom continua să acționăm astfel încât răspunsul nostru la această întrebare să fie întotdeauna „DA!”.

Alberto Chueca, Președintele Consiliului de administrație
Yohann Guyard, Director național vânzări și logistică
Ionela-Daniela Sulugiuc, Director național resurse umane

Olga Drăguinea, Director național administrativ
Irina Mușan, Director servicii centrale și expansiune
Anamaria-Georgiana Radu, Director național achiziții și marketing

HIGHLIGHTS

1 martie 2023 – 29 februarie 2024



50%

PAG. 38

**DINTRE FUNCȚIILE DE CONDUCERE
AU FOST DEȚINUTE DE FEMEI.**

**AVEAM MONTATE PANOURI
FOTOVOLTAICE FUNCȚIONALE ÎN**

80

PAG. 65

DE MAGAZINE

**CARE RESPECTĂ CERINȚA STANDARDULUI
NZEB (NEAR ZERO ENERGY BUILDINGS).**



**CANTITATEA DE ENERGIE ELECTRICĂ
AUTOGENERATĂ A CRESCUT CU**

336%

PAG. 65

(DE 4 ORI MAI MULT)*

326

PAG. 68

**DE PUNCTE DE ÎNCĂRCARE
PENTRU MAȘINILE ELECTRICE**



100%

PAG. 73

DINTRE CENTRELE LOGISTICE

ȘI

82,8%

DINTRE MAGAZINE

**FOLOSEAU REFRIGERANȚI
NATURALI PENTRU
RĂCIREA PRODUSELOR.**

60%

PAG. 90

AU FOST RECICLATE.

**DINTRE MATERIALELE
VALORIFICABILE
(INCLUSIV MENAJERE)**

380

PAG. 97

**DISTRIBUITE CĂTRE REȚEAUA
BĂNCILOR PENTRU ALIMENTE**

**DE TONE
DE ALIMENTE**

470

PAG. 104

(ÎNTREGUL SORTIMENT)

**DE FURNIZORI
DIN ROMÂNIA**

118.544

PAG. 104

**DE FRUCTE ȘI LEGUME ROMÂNEȘTI
ACHIZIȚIONATE DE LA FURNIZORI DIN ROMÂNIA**



* COMPARATIV CU PERIOADA 1 MARTIE 2022 – 28 FEBRUARIE 2023.

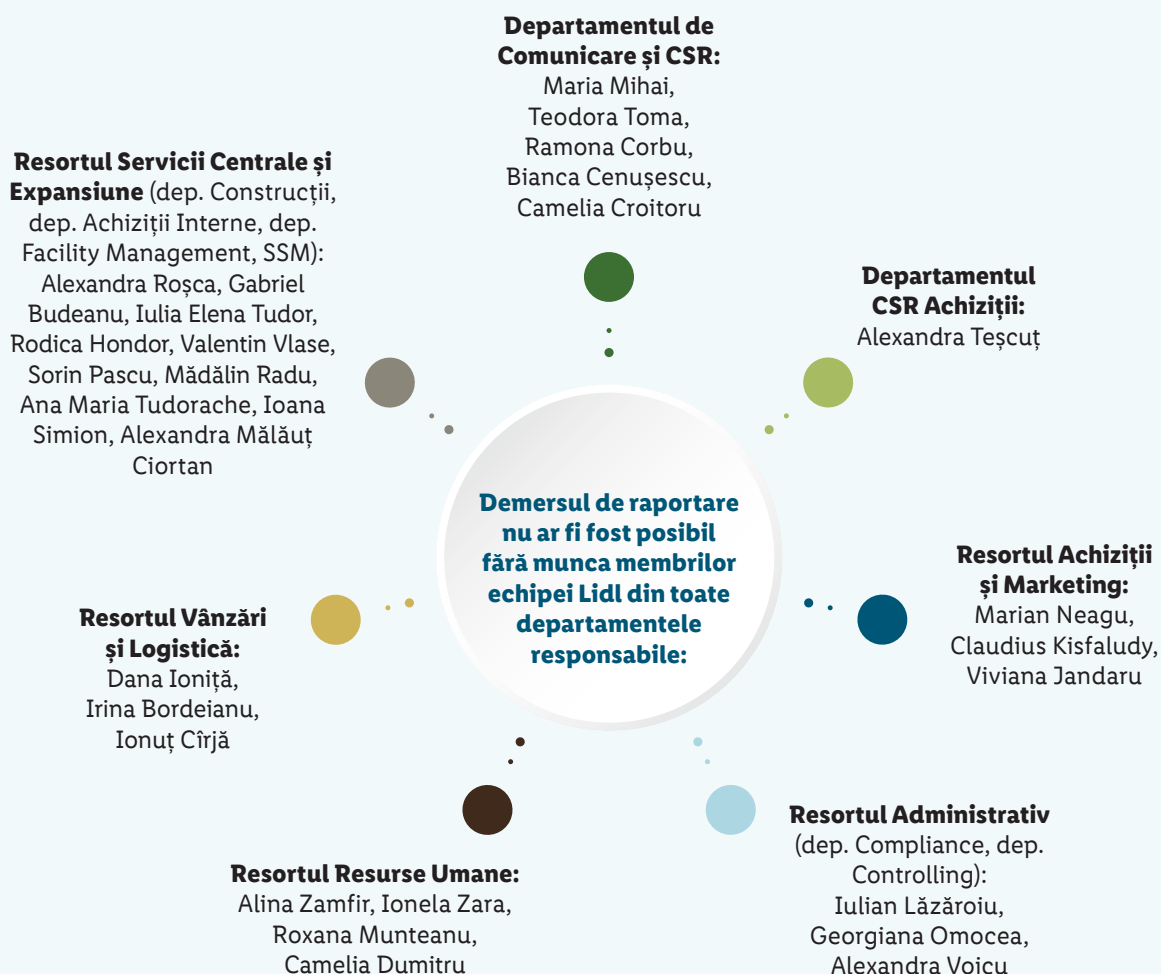
Fapte pentru un viitor mai bun

Acest raport de sustenabilitate este un efort voluntar, care s-a dezvoltat și va continua să se dezvolte în acord cu reglementările în domeniu.

Ca în toți anii anteriori, începând cu 2016, procesul de raportare a fost parcurs cu respectarea cerințelor Standardelor GRI (Global Reporting Initiative). Pentru acest raport 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 ale Organizației Națiunilor Unite. Practicile noastre au fost aliniate cu cele 10 principii din Pactul Global al Națiunilor Unite, așa cum este detaliat în tabelul de la pag. 106.

Le suntem recunoscători partenerilor noștri de încredere, echipa de consultanți în sustenabilitate ai CSR BootIQ, dar și echipei agenției de comunicare și creație Sunday Morning.





Despre acest raport

Acesta este cel de-al șaptelea raport de sustenabilitate al Lidl România și acoperă anul financiar 2023 (1 martie 2023 – 29 februarie 2024, aceeași perioadă ca cea pentru raportarea financiară). Data depunerii situațiilor financiare este 28.07.2024, iar cea a publicării prezentului raport este ultimul trimestru al anului financiar 2024. Pentru informații despre raportul de sustenabilitate și demersurile noastre în domeniu, ne puteți scrie la adresa de e-mail csr@lidl.ro

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, în cadrul unui proces de verificare externă, rezultatul fiind prezentat în declarația disponibilă pe website-ul nostru.

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 de colaborare, 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.

Modelul de responsabilitate al Lidl nu a suferit modificări în perioada de raportare. Drept urmare, lista de teme identificate ca fiind materiale este identică cu cea din raportul anterior. Modul în care aplicăm principiul precauției, obiectivele de raportare, limitele și procesul de colectare a datelor au rămas, de asemenea, neschimbate.

Conform cerințelor **Standardelor GRI:2021**, la finalul documentului este disponibil tabelul de conținut GRI (pag. 106). 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. 105) 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 la: pag. 22-23 ale raportului nostru de sustenabilitate pentru anul financiar 2022, care poate fi accesat la <https://www.lidl.ro/ro/cataloge/raport-de-sustenabilitate-2022/view/flyer/page/22>



DESPRE
COMPANIE

Despre Lidl România

Lidl România, cu sediul social la finalul perioadei de raportare 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

Începând cu luna iunie 2024, noua adresă a sediului social este: str. Cpt. Av. Alexandru Șerbănescu nr. 58A, Sediul Central, București, sector 1.

În România, Lidl operează

354 de magazine
6 sedii regionale.



În România, Lidl are aproximativ
12.900 de angajați.

În secțiunea 1,5 grade Celsius – Limitarea efectelor schimbărilor climatice, de la pag. 62, 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. Pe parcursul întregului document, 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 4.335 de produse individuale, la cel mai bun raport calitate-preț, care acoperă nevoile zilnice. Acest sortiment este completat, în medie, de 3.096 de articole individuale aflate la promoție. În afara produselor alimentare, le oferim clienților noștri și produse Near Food și Non Food, precum articole din gama cosmetice, îmbrăcăminte și aparate electrice de mici dimensiuni. De asemenea, avem în stoc 374 de produse alimentare ecologice și aproximativ 86 de produse certificate Fairtrade, atât în gama fixă, cât și ca ofertă specială. Sortimentul diversificat 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 34,8% de articole provenite de la furnizori locali. Ca discounter, 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, la <https://www.lidl.ro/sortiment>

Despre Lidl Stiftung & Co. KG

Retailerul Lidl, parte din companiile Grupului Schwarz, care are sediul în Neckarsulm, este unul dintre cei mai mari retaileri de produse alimentare din Germania și din Europa. Lidl operează în prezent peste 12.350 de magazine și peste 225 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 375.000 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
COMPANIE**

Despre companiile din Grupul Schwarz

Companiile Grupului Schwarz, care desfășoară activități în peste 32 de țări, formează împreună unul dintre cele mai mari grupuri de retail din lume. Cu peste 13.900 de magazine și peste 575.000 de angajați, companiile din Grupul Schwarz generează împreună, la finalul anului financiar 2023, vânzări totale de 167,2 miliarde de euro.

Grupul Schwarz este unul dintre puținele grupuri de retail care acoperă toate segmentele lanțului de valoare, de la producție și retail până la eliminare și reciclare. Diviziile de retail Lidl și Kaufland sunt pilonii grupului în comerțul cu amănuntul al produselor alimentare. Multe produse marcă proprie de pe rafturile Lidl și Kaufland, variind de la înghețată la băuturi, sunt produse de companiile din cadrul Schwarz Produktion.

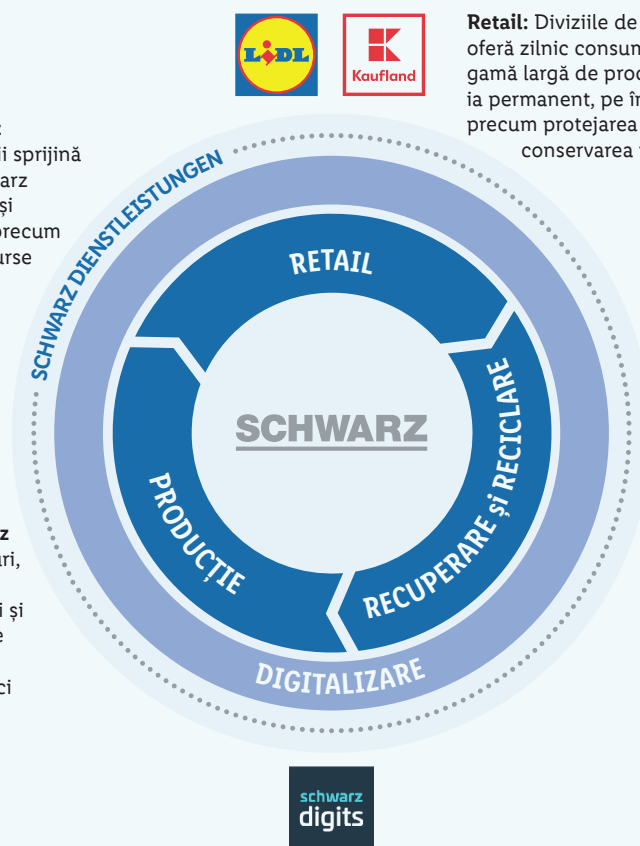
Un accent deosebit este pus pe utilizarea de materii prime sustenabile, precum și pe fabricarea, utilizarea și reciclarea ambalajelor prietenoase cu mediul. Furnizorul de servicii de mediu PreZero urmărește viziunea privind închiderea buclei de reciclare în gestionarea deșeurilor și a reciclării și contribuie astfel la un viitor mai curat.

Schwarz Digits, ca divizie IT și digitală, oferă produse și servicii care respectă standardele stricte de protecție a datelor din Germania. Schwarz Dienstleistungen, divizia de servicii corporative a grupului, oferă sprijin în ceea ce privește ariile administrative și operaționale, cum sunt controlling, financiar sau resurse umane, pentru toate celelalte companii ale grupului.

IMAGINE DE ANSAMBLU A GRUPULUI SCHWARZ

Servicii administrative și operaționale: La Schwarz Dienstleistungen, experții sprijină companiile Grupului Schwarz cu servicii administrative și operaționale în domenii precum contabilitate, finanțe, resurse umane și achiziții.

Producție: Companiile care fac parte din Schwarz Produktion produc băuturi, ciocolată, înghețată, produse de patiserie, nuci și fructe uscate, cafea, paste făinoase și hârtie pentru Lidl și Kaufland. Trei fabrici de materiale plastice și de reciclare fac parte, de asemenea, dintr-un ciclu unic de material PET.



Retail: Diviziile de comerț cu amănuntul Lidl și Kaufland oferă zilnic consumatorilor din aproape 32 de țări o gamă largă de produse. Ambele divizii sunt hotărâte să ia permanent, pe întregul lanț de valoare, măsuri variate, precum protejarea mediului, a biodiversității și conservarea resurselor.

Recuperare și reciclare: În ceea ce privește managementul deșeurilor și al reciclării, furnizorul de servicii de mediu PreZero urmărește viziunea privind închiderea buclei în ciclurile materialelor în 11 țări, contribuind astfel la un viitor mai curat.

IT și Digitalizare: Schwarz Digits este divizia IT și digitală a Grupului Schwarz. Brandurile Schwarz Digits oferă soluții IT și digitale la nivel mondial și le dezvoltă în continuare, de exemplu pentru facilități de producție digitale, magazine și formate de comerț electronic, precum și pentru programe de fidelizare. În plus, acestea oferă clienților externi servicii cloud superioare, securitate cibernetică, AI și soluții media de retail.

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 sustenabil – 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: modificare de act constitutiv, majorare/diminuare de capital social, fuziuni/divizări, aprobare de situații financiare anuale, numire de administratori 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.

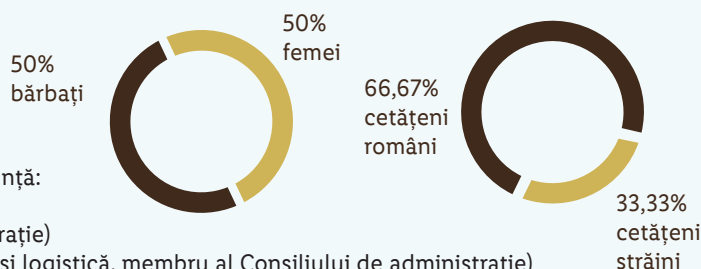
Regulamentul prevede că, în desfășurarea activității, administratorii respectă instrucțiunile asociaților, mai ales directivele antreprenoriale, de conducere, de conduită, organizatorice etc. Acestea sunt considerate instrucțiuni ale asociaților și cerințe ale Lidl Stiftung & Co. KG.



DESPRE COMPANIE

Consiliul de administrație al societății a avut, la finalul perioadei de raportare, următoarea componență:

1. **Marco Giudici** (Președintele Consiliului de administrație)
2. **Damian Waclaw Nowicki** (Director național vânzări și logistică, membru al Consiliului de administrație)
3. **Ionela-Daniela Sulugiuc** (Director național resurse umane, membru al Consiliului de administrație)
4. **Olga Drăguinea** (Director național administrativ, membru al Consiliului de administrație)
5. **Dragoș Ionescu** (Director servicii centrale și expansiune, membru al Consiliului de administrație)
6. **Anamaria-Georgiana Radu** (Director național achiziții și marketing, membru al Consiliului de administrație).



Cei 6 membri ai Consiliului de administrație au mandate cu 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, iar, dacă situația este confirmată, se recomandă măsuri adecvate de remediere.



* La data publicării acestui raport, membrii Consiliului de administrație sunt următorii:
Alberto Chueca (Președintele Consiliului de administrație)
Yohann Guyard (Director național vânzări și logistică)
Ionela-Daniela Sulugiuc (Director național resurse umane)
Olga Drăguinea (Director național administrativ)
Irina Mușan (Director servicii centrale și expansiune)
Anamaria-Georgiana Radu (Director național achiziții și marketing).



Evaluarea performanței în Lidl România se face urmărind principiile procesului anual de Talent Management. Procesul este aplicabil tuturor angajaților companiei, de la toate nivelurile, etapele fiind următoarele:

- ✓ Managerul descrie nivelul de performanță și de dezvoltare al angajatului și ia în considerare competențe precum cele personale, metodice, sociale și de conducere.
- ✓ Evaluarea este calibrată în cadrul unor ședințe per departament, cu managerul direct și cel disciplinar, cu scopul de a se asigura o evaluare corectă și unitară.
- ✓ 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.

Procesul de Talent Management are ca finalitate un plan de dezvoltare pentru fiecare angajat și, după caz, identificarea potențialului pentru promovare. În cazul în care performanța nu corespunde așteptărilor și nu se îmbunătățește, în ciuda feedbackului și a măsurilor de dezvoltare, se au în vedere acțiuni specifice.

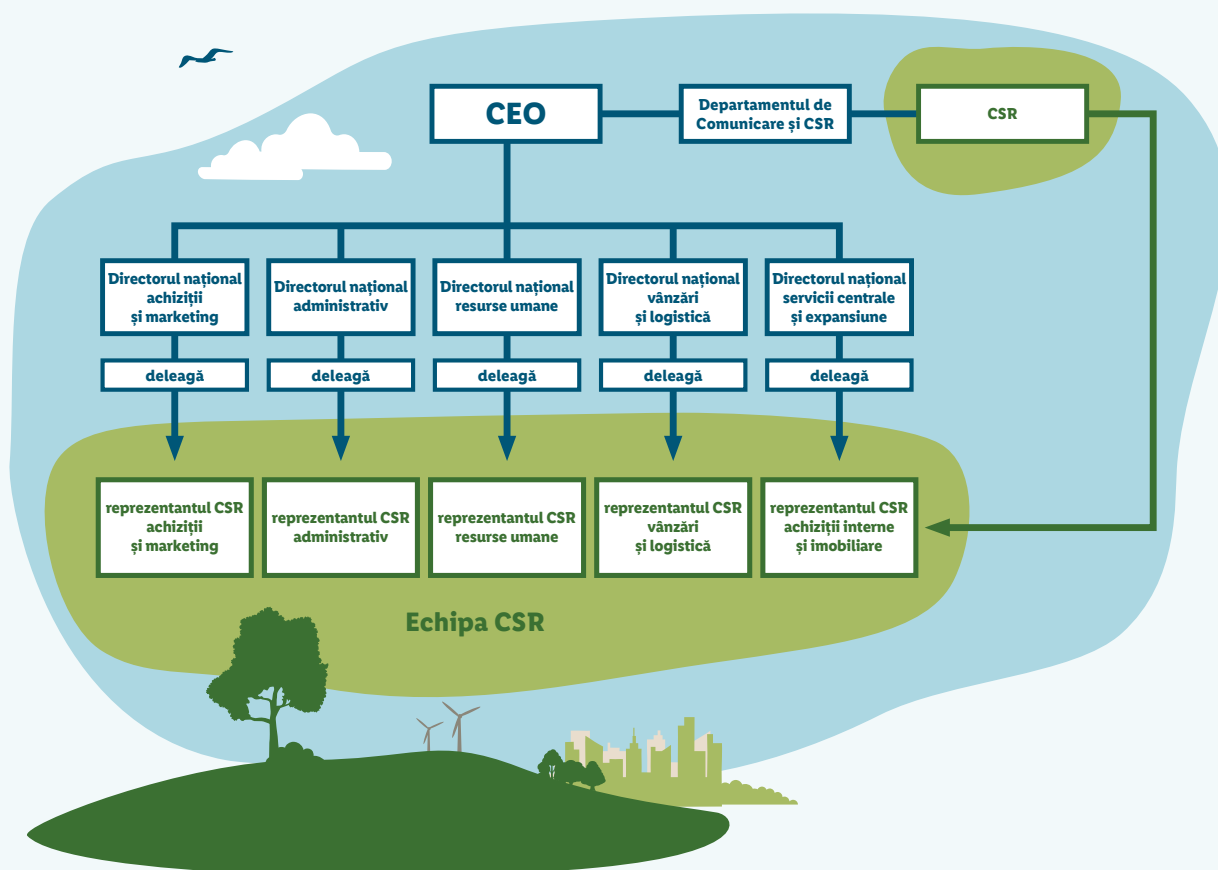
Pe de altă parte, politica de remunerare asigură că sistemele de remunerare din cadrul Lidl pot fi structurate în mod transparent, simplu și competitiv.

Fiecare specialist și fiecare nivel de conducere au, în principiu, trei sau 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. Aceste 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 Lidl Stiftung și membrului Consiliului de administrație responsabil pentru România. Revizuirea se bazează pe date de piață și pe analiza contextului intern și extern, pe care companiile naționale le explică cu ajutorul unui formular standard furnizat de departamentul Compensații și Beneficii din cadrul Lidl Stiftung.

Procesul de revizuire anuală a remunerației include analize comparative cu dinamica din piața muncii, în urma cărora reies măsurile de modificare a pachetului de compensații și beneficii, în funcție și de strategia companiei la nivel global și local. În luarea acestor măsuri sunt implicate echipele de compensații și beneficii, dar și consiliul administratorilor și echipele de conducere care aprobă măsurile, atât la nivel local, cât și la nivel internațional. După ce sunt aprobate, acestea sunt comunicate în interiorul organizației și apoi implementate.

Echipa CSR



Sustenabilitatea, o prioritate strategică și operațională în Lidl România, este ancorată direct în procesul decizional al Consiliului de conducere. 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 CSR) și Consiliul de conducere își asumă, împreună, direcția strategică. Aceste entități asigură coordonarea activităților interdepartamentale în domeniul sustenabilității și urmăresc eficacitatea acțiunilor, prin monitorizarea indicatorilor de performanță și a modului în care sunt îndeplinite obiectivele de sustenabilitate prezentate în acest raport. Departamentul CSR din Lidl România (direct sau prin intermediul directorului de comunicare corporativă și CSR) raportează direct președintelui Consiliului de conducere. Printre altele,

coordonarea activităților are loc în cadrul revizuirii strategiei de CSR și urmărind scopul raportării de sustenabilitate. Președintele Consiliului de conducere este astfel implicat în procesul de raportare și este responsabilul pentru aprobarea rezultatului final.

Departamentul CSR este asistat de Echipa interdepartamentală CSR, care este compusă din reprezentanți ai tuturor resorturilor din Lidl România. În cadrul acestei Echipe interdepartamentale 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.



**DESPRE
COMPANIE**

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** elaborat de companiile Grupului Schwarz (CdC), care este parte integrantă a guvernancei corporative.

Codul de conduită stabilește principiile noastre de bază care reglementează cooperarea cu furnizorii. Codul nostru de conduită face deja parte din negocierile cu furnizorii noștri de mulți ani, cu scopul de a asigura angajamentul lor față de aceste principii și standarde. Codul de conduită conține reglementări clare privind subiecte precum munca copiilor și munca forțată, salariile și orele de lucru, tratamentul echitabil și antidiscriminarea, care se bazează pe următoarele standarde internaționale:

- Declarația Universală a Drepturilor Omului
- Principiile din Pactul Global al Națiunilor Unite
- Principiile directoare ale ONU pentru afaceri și drepturile omului
- Convenția ONU privind drepturile copilului
- Convenția ONU pentru eliminarea tuturor formelor de discriminare împotriva femeilor
- Principiile ONU pentru emanciparea femeilor
- Liniile directoare ale OCDE pentru companiile multinaționale
- Declarația Organizației Internaționale a Muncii (ILO) privind principiile și drepturile fundamentale la locul de muncă
- Standardele fundamentale privind munca ale Organizației Internaționale a Muncii
- Principiile generale și liniile directoare operaționale ale ILO pentru o recrutare echitabilă și definirea taxelor pentru recrutare și a costurilor aferente
- Acordul climatic de la Paris
- Convenția de la Minamata
- Convenția de la Stockholm
- Convenția de la Basel.

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 potențiale efecte negative în timpul desfășurării muncii. Drepturile omului legate de locul de muncă includ interzicerea muncii forțate, a muncii depuse de copii

și a discriminării, 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 exemplu, Codul nostru de conduită servește drept bază pentru așteptările noastre față de partenerii de afaceri. 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 [<https://www.lidl.ro/ro/catalogue/politica-lidl-diligenta/view/flyer/page/1>].

Am elaborat și o strategie privind drepturile omului în domeniul achizițiilor de marfă, care definește principiile, obiectivele, standardele și responsabilitățile privind respectarea drepturilor omului [<https://www.lidl.ro/ro/catalogue/politica-de-achizitii-drepturile-omului-pe-lantul-de-aprovizionare/view/flyer/page/1>]. În prezent, extindem aplicabilitatea diligenței corporative 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 *Deschidere pentru dialog/ Facilitare*, de la pag 48.



Afilieri – inițiative externe și asociații în care suntem membri

Lidl România se consideră un partener activ în dezbaterile sociopolitice. Din acest motiv, monitorizarea legislației, legătura cu părțile interesate din domeniul politic și activitatea asociativă privind procesele de formare a opiniei în industrie fac parte din activitatea 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.

Lidl România este, de asemenea, reprezentată în următoarele asociații, organizații și inițiative internaționale prin intermediul Lidl Stiftung (selecție):

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

Lidl România este membră a următoarelor instituții prin intermediul Schwarz Group (selecție):

- Ellen MacArthur Foundation
- Pactul Global al Națiunilor Unite
- Science Based Target Initiative.

Lidl România colaborează, de asemenea, cu următoarele organizații partenere (selecție):

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



DESPRE
COMPANIE

UN Global Compact/Pactul Global al Națiunilor Unite

Lidl România recunoaște că are o responsabilitate specială privind dezvoltarea sustenabilă și acționează astfel încât să promoveze un grad mai mare de conștientizare asupra aspectelor sociale, de sănătate și de mediu în activitatea sa zilnică. Intenția Lidl România este ca acest angajament clar față de sustenabilitate să fie cât mai transparent și pentru public.

Din acest motiv, **la începutul anului 2020, companiile Grupului Schwarz au aderat împreună la Pactul Global al Organizației Națiunilor Unite (UNG), cea mai mare și mai importantă inițiativă din lume**

pentru o guvernare corporativă responsabilă.

Astfel, acestea se angajează să respecte cele 10 principii universale ale UNGC în domeniile drepturilor omului, muncii, mediului și anticorupției. În acest fel, este oferit un cadru global pentru angajamentul extins al companiilor față de sustenabilitate, care a crescut de-a lungul anilor.

Lidl România, parte din companiile Grupului Schwarz, aduce o contribuție importantă și a pus deja în aplicare o serie de măsuri pentru a sprijini principiile unei economii globale sustenabile.

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 în rândul membrilor Consiliului de administrație.

Acțiunile Lidl România și ale angajaților săi fac, astfel, obiectul următorului principiu: ne conformăm legislației și regulamentelor 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 acționăm 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 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 procedurilor interne.

În Lidl România, încurajăm transmiterea sesizărilor privind posibile încălcări de conformitate din partea angajaților, clienților sau 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@hotca.ro) sau prin sistemul online de raportare, disponibil la <https://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 măsuri de conștientizare și comunicăm periodic pe intranet și

în aplicația de comunicare internă, We Are Lidl.

Având în vedere natura globală 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 potențialele părți 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 RAPORTULUI



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 a gestionării sustenabilității în Lidl România.

Acest dialog este construit 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 sau informări de presă, evenimente de presă, e-mailuri, infografice sau broșuri pentru stakeholderii externi și clienți, precum și portalurile de intranet, aplicația We Are Lidl și e-mailul 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 *Deschidere pentru dialog/ Dialog și cooperare cu stakeholderii*, de la pag. 56.





Analiza de materialitate

Lidl România face o analiză pentru identificarea domeniilor materiale la fiecare doi ani. Pentru a ne asigura că în contextul de sustenabilitate nu au survenit modificări majore sau dimpotrivă, după caz, revizuim anual semnificativitatea domeniilor materiale. Acest lucru ne permite să integrăm într-o fază timpurie a procesului de raportare atât noile cerințe legislative, cât și definiția actualizată a materialității din **Standardele GRI 2021**. Prin noua noastră abordare, am anticipat și implicațiile dublei materialități în conformitate cu **Directiva europeană privind raportarea sustenabilității corporative („CSRD”)**. Ultima analiză a domeniilor materiale a avut loc în anul financiar 2022.

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 paliere:

- ✓ 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 standardizat la nivelul tuturor subsidiarelor naționale Lidl și permite simultan includerea perspectivei naționale în acest proces.

Analiza se desfășoară în trei pași, care sunt detaliați în paginile următoare:

- ✓ 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.





DEFINIREA CONȚINUTULUI RAPORTULUI

1. Evaluarea impactului Lidl România

Analizăm impactul general pe care Lidl îl are asupra oamenilor, a mediului și a societății pentru toate subsidiarele naționale ale Lidl printr-un proces în două etape, care implică analiza nivelului de expunere și interviuri cu experți, proces realizat de Lidl International.



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 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 a acționa 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 rezultat în valorile privind relevanța impacturilor celor 17 arii CSR, reprezentate pe axa X din **Matricea de materialitate** (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. Colegi din următoarele departamente au participat în acest proces: Achiziții, Facility Management, Expansiune, Construcții, Logistică, Comunicare și CSR, Resurse Umane, Achiziții Interne.

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 „Muncă 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 conștientă
- ◆ 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

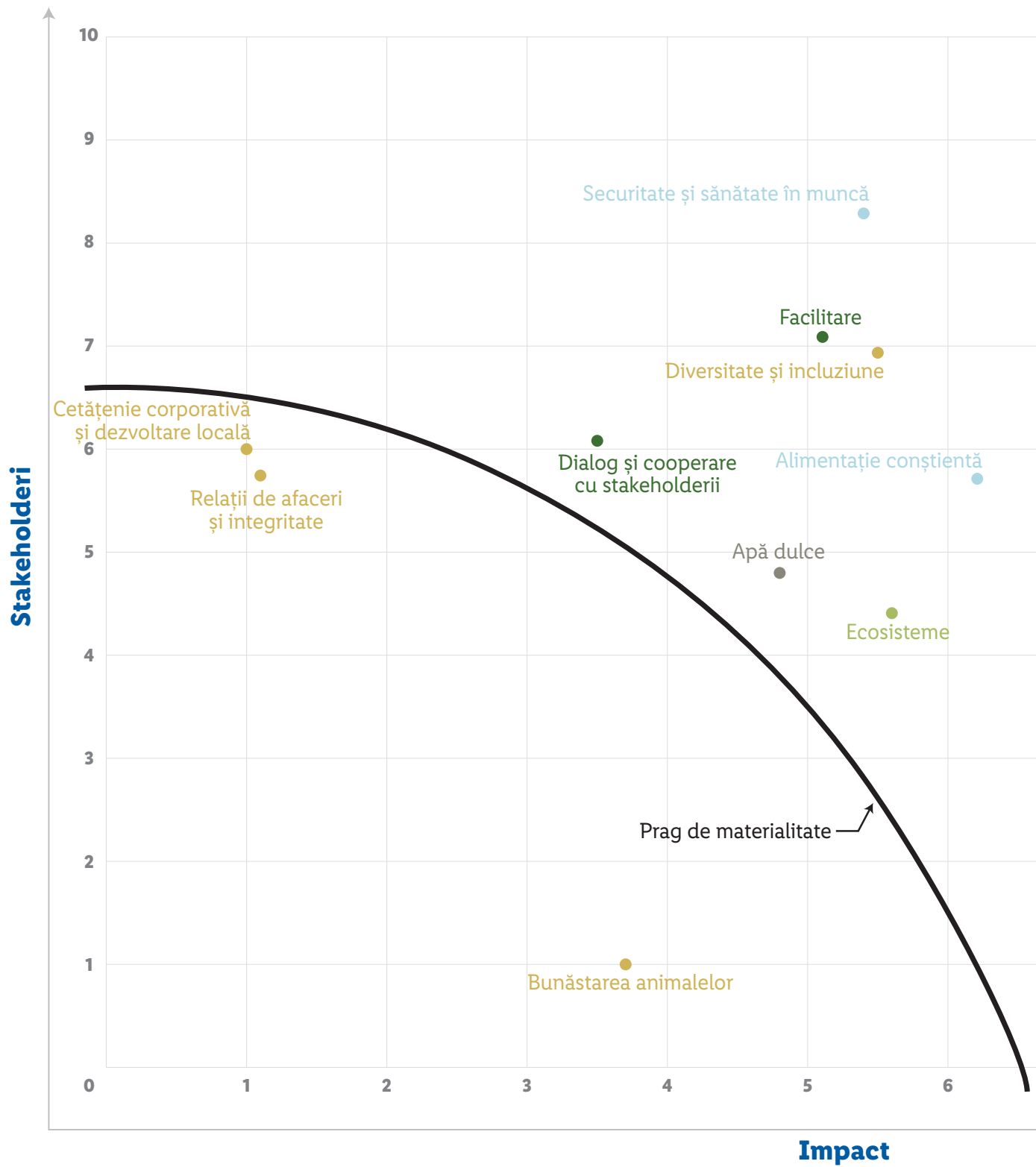
- ◆ Produse responsabile

Prag de materialitate

- ◆ Relații de afaceri și integritate (Comportamentul corect)
- ◆ Cetățenia corporativă și dezvoltarea locală (Comportamentul corect)
- ◆ Bunăstarea animalelor (Comportamentul corect)



DEFINIREA CONȚINUTULUI RAPORTULUI





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

Figura Z:
Matricea de materialitate rezultată din analiză



**Comportamentul corect***Muncă și drepturile omului**Remunerare echitabilă**Diversitate și incluziune***Promovarea sănătății***Alimentație conștientă**Securitate și sănătate în muncă***Deschiderea pentru dialog***Facilitare**Dialog și cooperare cu stakeholderii*



BINE PENTRU OAMENI



Muncă și drepturile omului

Companiile au datoria de a asigura protecția persoanelor la locul de muncă, ceea ce include respectarea drepturilor fundamentale ale angajaților. Dincolo de cadrul legal, companiile sunt răspunzătoare de asigurarea protecției persoanelor la locul de muncă, ceea ce include respectarea drepturilor fundamentale ale angajaților. Dincolo de cadrul legal, companiile au datoria de a crea condiții de lucru care să promoveze un climat de respect și responsabilitate.

Lidl comercializează articole alimentare, Non Food și Near Food care sunt produse în lanțuri de aprovizionare globale. Acestea devin din ce în ce mai complexe în cursul globalizării și sunt caracterizate de condiții-cadru juridice și sociale diverse, precum și de diferiți actori. Aceste aspecte au și un impact asupra riscurilor sociale cu privire la sănătatea și siguranța la locul de muncă, libertatea de asociere, nediscriminare, remunerare și munca copiilor sau munca forțată, de exemplu. Responsabilitatea pentru drepturile omului este obligatorie atât pentru state, cât și pentru companii. Pe de o parte, este sarcina organismelor de legiferare să asigure standarde sociale minime și respectarea acestora. Pe de altă parte, companiile sunt actori importanți care pot contribui semnificativ la dezvoltarea, punerea în aplicare și protejarea continuă a standardelor sociale în activitățile comerciale directe și indirecte.



În calitate de retailer de top, considerăm că este responsabilitatea noastră să respectăm drepturile omului, să protejăm mediul și să prevenim potențialele riscuri. De aceea, ne luăm în serios această responsabilitate de a respecta obligațiile de diligență în materie de drepturi ale omului și de mediu și dorim să aducem îmbunătățiri în lanțurile noastre de aprovizionare și în propriul nostru domeniu de activitate, prin intervenții specifice.

În calitate de angajator în sectorul comerțului de produse alimentare din România, dorim să le oferim angajaților noștri un mediu de lucru sigur și atractiv. La Lidl România, respectarea și protecția drepturilor angajaților constituie baza unei relații de încredere. Acestea stau la baza tuturor activităților noastre și, prin urmare, sunt ferm înrădăcinate și în principiile, politicile și procedurile noastre corporative. Acest aspect este asigurat și prin programul HR CMS, un punct central al sistemului de management al conformității (CMS) în Lidl. Prin acest program urmărim să fie asigurată conformitatea cu legislația aplicabilă și cu politicile interne în toate procesele noastre de afaceri. De asemenea, Lidl România își sprijină angajații să atingă un echilibru mai bun între viața profesională și cea privată. În acest scop, am creat diverse programe, pe care le dezvoltăm continuu și pe care le prezentăm în cele ce urmează.

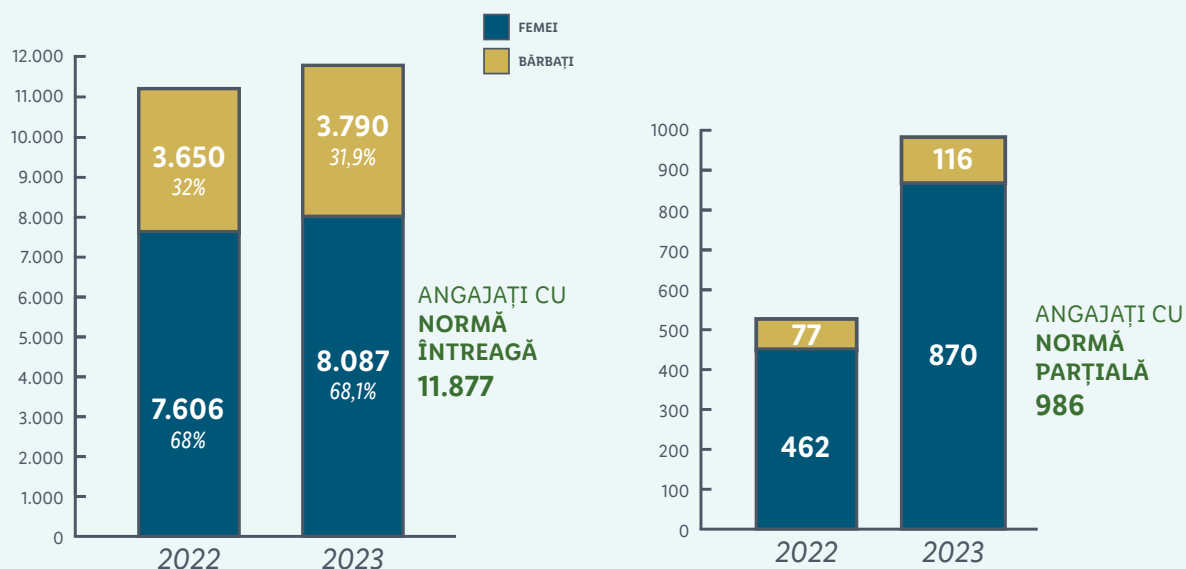
Echipa de Dreptul Muncii și HR Compliance din departamentul de Resurse Umane este responsabilă de asigurarea conformității cu cerințele legislației muncii și reglementările interne și cu stabilirea și asigurarea măsurilor care să evite și să reducă riscurile de neconformitate în procesele de resurse umane, ca parte a programului HR CMS. Responsabilitățile în gestionarea acestui domeniu au rămas aceleași pe parcursul perioadei de raportare. În schimb, structura departamentului a suferit modificări, astfel că departamentul include din anul financiar 2023 doi consultanți în dreptul muncii, un consultant HR Compliance și un manager dreptul muncii și HR Compliance.

ANGAJAȚI DUPĂ TIPURILE DE CONTRACTE DE MUNCĂ^{2,3}

Lidl se numără printre cei mai mari angajatori din sectorul retail din România. În anul financiar 2023, Lidl România a avut 12.863 de angajați, din care 8.957 femei și 3.906 bărbați. În perioada de raportare, am recrutat un total de 3.588 de noi angajați.

	2022	2023
Număr total de angajați	11.795	12.863
din care femei	8.068	8.957
din care bărbați	3.727	3.906

După tipurile de contracte de muncă, distribuția a fost următoarea:

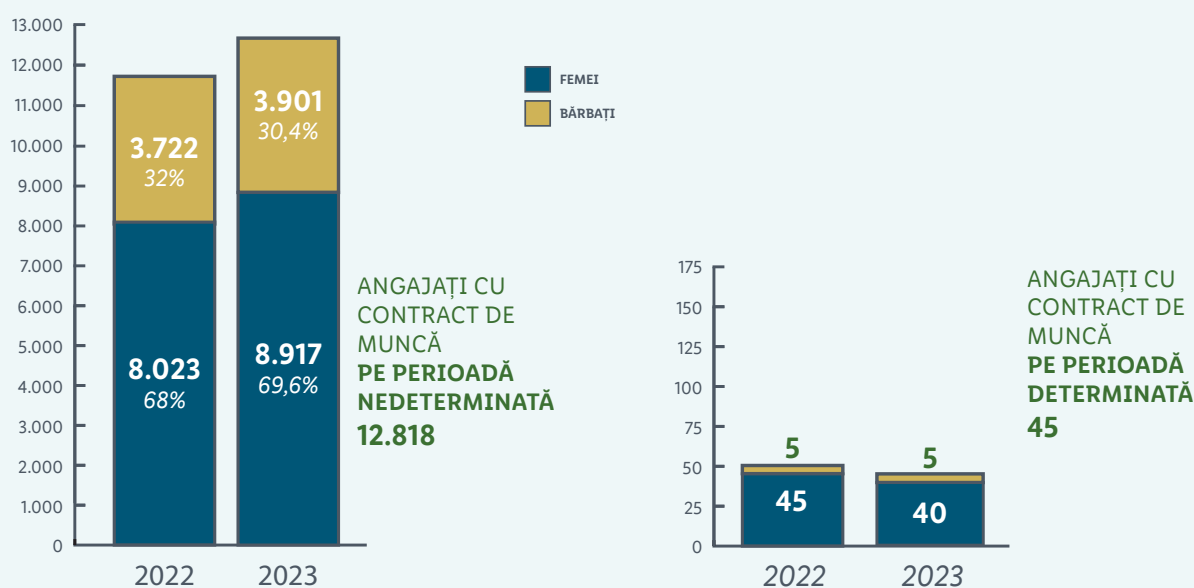


² Lidl România nu are angajați care nu au garantat un număr minim de ore de muncă pe contract.

³ Toți indicatorii sunt calculați ca echivalent normă întreagă la finalul anului financiar 2023.



BINE PENTRU OAMENI



Lidl România poate avea și lucrători care nu sunt angajați direct ai Lidl România și care nu sunt raportați ca angajați. În această categorie sunt incluși, spre exemplu, lucrătorii în situații temporare de angajare. Se recurge la acești lucrători în perioadele de vârf, pentru a răspunde eficace unor situații de scurtă durată. Așa cum stipulează principiile noastre corporative, lucrătorii temporari trebuie tratați în mod egal cu angajații care au încheiat un contract direct cu Lidl România. În perioada de raportare, am avut 0% astfel de lucrători – agenți temporari de muncă.

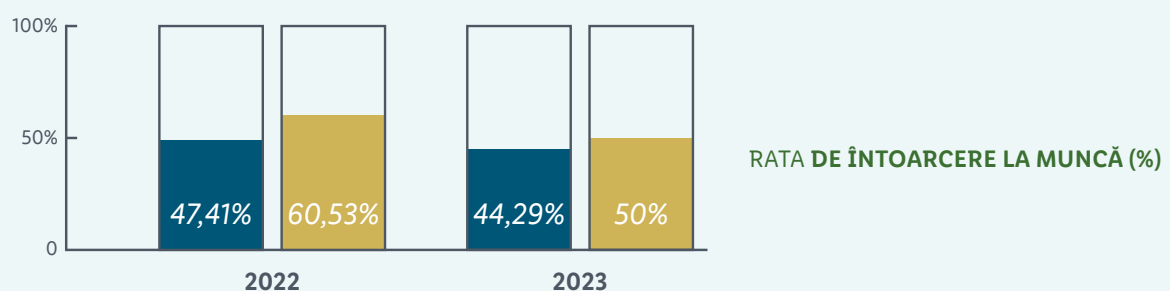
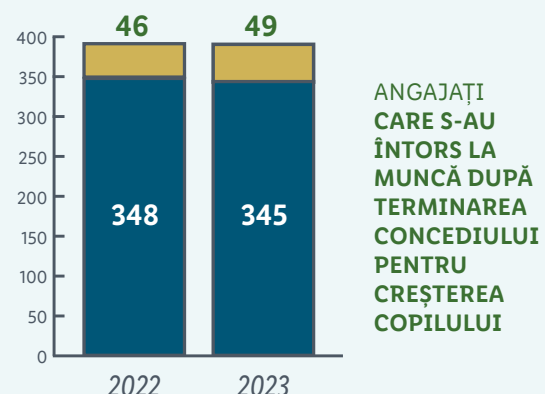
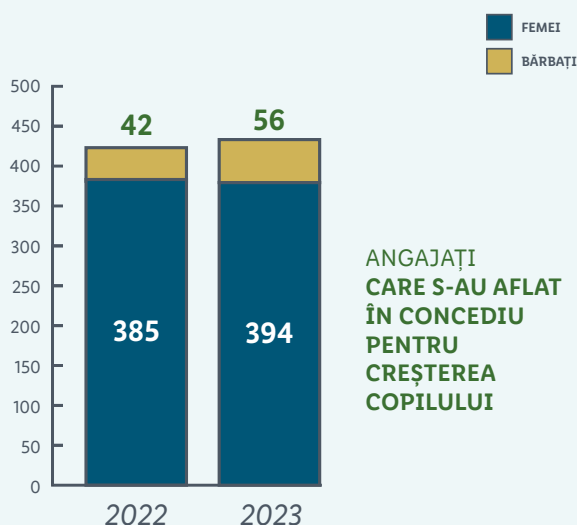
Pentru a asigura respectarea cerințelor legislative, prin programul nostru de management al riscului HR CMS, ne asigurăm că agențiile de muncă temporară respectă cu consecvență cerințele legislației muncii. În plus, ne angajăm la plata corectă a lucrătorilor temporari.

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 anul financiar 2023, un număr de 450 de angajați și-au exercitat acest drept, dintre care 394 de femei și 56 de bărbați. Am identificat o creștere cu 5,39% a numărului de angajați care au beneficiat de concediu pentru creșterea copilului, creșterea fiind mai mare în rândul taților.



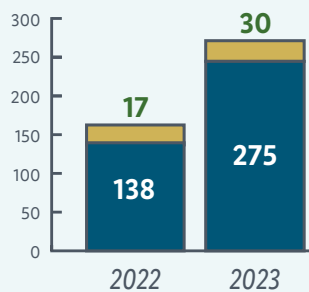
ANGAJAȚI ÎN CONCEDIU PENTRU CREȘTEREA COPILULUI

	2022	2023
Numărul de angajați care aveau dreptul la concediu pentru creșterea copilului	565	565
Numărul de angajați care aveau dreptul la concediu pentru creșterea copilului – femei	359	383
Numărul de angajați care aveau dreptul la concediu pentru creșterea copilului – bărbați	206	182



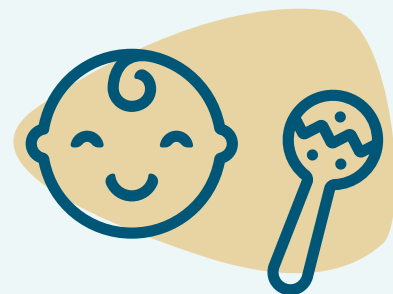


BINE PENTRU OAMENI

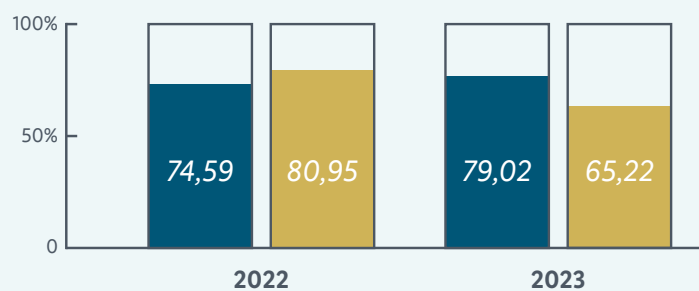


ANGAJAȚI ÎNTORȘI LA MUNCĂ DUPĂ CONCEDIU PENTRU CREȘTEREA COPILULUI CARE ERAU ÎNCĂ ANGAJAȚI LA 12 LUNI DE LA REÎNTOARCERE

FEMEI
BĂRBAȚI



RATA DE RETENȚIE (%)





Pentru a ține cont de nevoile individuale ale angajaților noștri, promovăm telemunca. Toți angajații care își desfășoară activitatea folosind tehnologia informației și comunicațiilor (angajații din sediile administrative) au posibilitatea de a lucra de la distanță 2 zile pe săptămână (lunea și vineria). Cu titlu de excepție, activitatea în regim de telemuncă poate fi efectuată și în celelalte zile lucrătoare ale săptămânii, pe baza aprobărilor interne.

Toți angajații Lidl România, indiferent de tipul de muncă pe care o desfășoară, au acces la un responsabil de aspecte sociale (RPAS). Responsabilul de aspecte sociale este o persoană neutră și de încredere, care răspunde prompt și obiectiv întrebărilor colegilor. Acesta poate media situații conflictuale și poate asista în rezolvarea unor astfel de situații.

În ceea ce privește munca și drepturile omului de-a lungul lanțurilor noastre globale de aprovizionare, analizăm sistematic riscurile de încălcare a drepturilor omului și de impact asupra mediului, pe cele existente sau pe cele care ar putea apărea în procesele noastre de afaceri și de fabricare a produselor.

Folosim apoi constatările pentru a stabili măsuri specifice de contracarare, evitare și reducere în mod eficace a efectelor negative ale activităților noastre. Depunem toate eforturile pentru a ne asigura că ne îndeplinim obligațiile de diligență în materie de drepturi ale omului de-a lungul întregului lanț valoric. Până la urmă, suntem cu toții conștienți că împreună suntem responsabili de respectarea drepturilor omului, protejarea mediului și de prevenirea riscurilor potențiale.

În ceea ce privește responsabilitatea pentru diligența corporativă, la nivel național, departamentul de Achiziții CSR este responsabil de implementare, iar departamentele specializate din diferite țări fac schimb regulat de informații și bune practici. Experți externi consiliază și sprijină compania în definirea măsurilor și a obiectivelor pentru aplicarea diligenței corporative.

Magazinele noastre, centrele logistice și sediile administrative sunt localizate în Uniunea Europeană (UE). Cerințele legale din România și din statele membre UE constituie baza garantării dreptului la libertatea de asociere și de negociere colectivă, în vederea asigurării protejării drepturilor omului în punctele noastre de lucru.





BINE PENTRU OAMENI



Deoarece știm că riscurile de încălcare a drepturilor omului apar în primul rând în partea superioară a lanțului de aprovizionare, lucrăm nu doar cu partenerii noștri de afaceri direcți, ci și cu furnizorii lor din amonte într-o serie de proiecte pentru îmbunătățirea condițiilor de muncă la nivelurile superioare ale lanțului de aprovizionare.

Este responsabilitatea noastră să luăm măsuri pentru a reduce riscurile legate de propriile noastre activități comerciale. În acest scop, revizuim în permanență riscurile reale și potențiale din producția mărfurilor noastre, prin efectuarea unor analize de risc periodice

și ad-hoc, precum și prin efectuarea, de trei ori pe an, a unor evaluări ale impactului asupra drepturilor omului (HRIA) din lanțurile de aprovizionare cu risc ridicat.

Ne îngrijim în mod continuu să creștem transparența în ceea ce privește lanțurile noastre de aprovizionare, prin extinderea sistemelor interne de colectare a datelor de la furnizori și prin colaborarea cu părțile interesate externe (de exemplu, sondajul anual al furnizorilor de ulei de palmier – a se vedea Politica de achiziție sustenabilă a uleiului de palmier: <https://www.lidl.ro/l/ro/cataloage/politica-lidl-ulei-de-palmier-2021/view/flyer/page/1>).



Lidl a fost primul retailer german care a început să efectueze evaluări ale impactului asupra drepturilor omului, în 2020, și să le publice pe website-urile companiei. Acestea sunt utilizate pentru a identifica în mod sistematic riscurile potențiale și reale privind drepturile omului în lanțurile de aprovizionare analizate. Evaluările impactului asupra drepturilor omului sunt un pas important pentru determinarea efectelor negative concrete asupra drepturilor omului de-a lungul lanțurilor de aprovizionare analizate. Pe baza recomandărilor rezultate în urma acestor evaluări, se stabilește un plan de acțiune cu măsuri

și obiective, cu termene precise. Evaluările noastre privind impactul asupra drepturilor omului utilizează o abordare sistemică în identificarea și ierarhizarea riscurilor. Acestea ne permit să examinăm impacturile pe care activitățile noastre le au asupra drepturilor omului pe segmentele de lanț valoric cu un grad înalt de risc. Aceasta include, în mod special, implicarea directă a stakeholderilor și a deținătorilor de drepturi. Până în prezent, au fost efectuate în total șase astfel de evaluări, în lanțurile de aprovizionare cu risc ridicat (ceai, fructe de pădure, banane, roșii conservate, vin și creveți).



De asemenea, luăm măsuri de respectare și consolidare a standardelor fundamentale ale Organizației Internaționale a Muncii. În achiziționarea de mărfuri, sprijinim mecanisme pentru formularea reclamațiilor transsectoriale, cum ar fi cele oferite de **Fairtrade, Cotton made in Africa (CmiA), Marine Stewardship Council (MSC), Aquaculture Stewardship Council (ASC) și Partnership for Sustainable Textiles.**

Puncte importante:

- Punerea în aplicare a unui concept de audituri sociale
- Accesul la mecanisme eficiente de soluționare a plângerilor
- Cerințe de sustenabilitate pentru furnizori.

Accesul la mecanisme eficiente de soluționare a plângerilor este un element important în identificarea încălcărilor drepturilor omului în lanțul nostru de aprovizionare. Acesta face parte din strategia Lidl privind drepturile omului⁴. Lidl România își îndeplinește această responsabilitate și asigură accesul la mecanisme eficiente de soluționare a plângerilor.

În acest scop, nu numai că suntem parte în inițiative ale mai multor stakeholderi pentru a stabili un mecanism de reclamații la nivelul întregii industrii, ci am și introdus un sistem de raportare online „BKMS” la Lidl, accesibil în toate lanțurile de aprovizionare.

Majoritatea reclamațiilor pe care le primim se referă la plățile întârziate și la munca peste program din lanțurile noastre de aprovizionare. Acestea sunt investigate cu atenție. În cazul în care identificăm încălcări, luăm măsuri adecvate de remediere și de prevenire. În cazurile relevante, măsurile identificate sunt mai întâi pilotate în lanțurile de aprovizionare, pentru a le testa eficacitatea. Dacă aceste măsuri se dovedesc a fi de succes, ele sunt incluse în Politica noastră de achiziții sustenabile, care descrie toate cerințele de CSR pentru furnizorii noștri de mărfuri.

⁴ Website-ul Lidl România: <https://www.lidl.ro/ro/catalogue/politica-de-achizitii-drepturile-omului-pe-lantul-de-aprovizionare/view/overview/page/1>



BINE PENTRU OAMENI



Remunerare echitabilă

Salariile care asigură traiul zilnic creează condițiile pentru o viață demnă. Prin urmare, companiile au responsabilitatea de a garanta o remunerare corectă și echitabilă și la un nivel adecvat. În acest fel creează baza pentru o relație de muncă bazată pe încredere și respect, în beneficiul tuturor.

Sistemul de remunerare al Lidl România se bazează pe strategia de resurse umane a Lidl și ține cont de cerințele de reglementare relevante, precum și de datele de piață privind nivelul pachetelor de compensații și beneficii din sectoare de activitate comparabile. Acesta este revizuit recurent, pentru a asigura atât conformarea legislativă, cât și alinierea cu practicile din piața muncii, în concordanță cu strategia companiei. **Sistemul nostru de remunerare oferă condiții atractive în conformitate cu piața** și este structurat independent de sex, vârstă, origine etnică, orientare sexuală, ideologie, religie sau abilități mentale și fizice. Remunerarea angajaților este determinată de rolul acestora, iar remunerația plătită cuprinde, în general, elemente fixe. În plus, în funcție de cerințele de reglementare și de piață, sunt posibile elemente de remunerare variabilă.

În calitate de angajator, considerăm că avem responsabilitatea de a plăti angajaților noștri un salariu competitiv și echitabil, raportat la fiecare poziție. Ca principiu de bază, definim salariul nostru minim intern Lidl, care se bazează pe sau depășește cerințele de reglementare din țară. Acest lucru le permite angajaților noștri din grupele de salarii mai mici să aibă o situație a veniturilor peste minimul reglementat.

Salariul minim intern al Lidl, raportat la fiecare rol, este revizuit la intervale regulate și ajustat, dacă este necesar. **În perioada de raportare, salariul minim intern pentru angajații din depozite a crescut cu 18% comparativ cu 2022, iar pentru angajații din magazine a crescut cu 25% comparativ cu anul anterior.**

De asemenea, în lunile martie și septembrie 2023 au fost modificate grilele salariale, astfel încât să ne menținem competitivitatea externă, asigurând în continuare echitatea internă. Sistemul de remunerare nu a suferit modificări din perspectiva procesului de revizuire a pachetului de compensații și beneficii.



În anul financiar 2023, a fost acordat un bonus anual tuturor angajaților activi în companie, conform criteriilor stabilite la nivelul Consiliului de administrație.

Echipa de Compensații și Beneficii din departamentul 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.



În perioada de raportare, în România, salariul de bază minim brut pe țară garantat în plată a fost de 3.000⁵ de lei lunar, fiind majorat începând cu 1 octombrie la 3.300⁶ de lei lunar. În anul 2022 salariul de bază minim brut pe țară garantat în plată a fost 2.550 de lei (majorat la 3.000 de lei începând cu ianuarie 2023).

⁵Sursa: Ministerul Muncii și Solidarității Sociale: <http://mmuncii.ro/j33/index.php/ro/comunicare/comunicate-de-presa/6797-cp-majorare-salariul-minim-brut-2023>

⁶Sursa: Ministerul Muncii și Solidarității Sociale: <http://mmuncii.ro/j33/index.php/ro/comunicare/comunicate-de-presa/7045-cp-majorare-salariu-baza-minim-tara>

Raportul dintre salariul minim la intrarea în companie și salariul minim pe economie în anul fiscal 2023

	Femei	Bărbați
Magazine	+39%	+39%
Centre logistice	+27%	+27%
Administrație	+60%	+60%



Politica de acordare a bonusurilor este stabilită conform strategiei companiei, luând în considerare practica pieței, în funcție de rol. Astfel, pentru rolul de comisionar se acordă bonus de performanță și de condiții de muncă. Totodată, se oferă bonus de loialitate (pentru rolurile de vânzător, asistent magazin, lucrător depozit și stivuitorist), acordat la fiecare aniversare a angajatului în companie.



În UE, femeile continuă să câștige în medie cu 13% mai puțin pe oră decât bărbații⁷. Această diferență salarială este cunoscută ca disparitatea salarială dintre femei și bărbați sau disparitatea salarială de gen (DSG). Pentru a promova egalitatea de gen în ceea ce privește remunerarea, Lidl a ancorat ferm următorul principiu în cultura sa organizațională: ca parte a strategiei noastre de resurse umane, căutăm să ne asigurăm că egalitatea de tratament se reflectă în sistemul nostru de remunerare.

Din acest motiv, din anul 2022 colectăm date privind disparitatea salarială dintre femei și bărbați. Datele referitoare la disparitatea salarială de gen (DSG), respectiv de bonificații între femei și bărbați pentru anul financiar de raportare (vezi tabelul de mai jos) arată că există disparitate salarială între femei și bărbați, respectiv de bonificații. Deși principiul de plată egală pentru muncă egală este ferm respectat în companie, grilele noastre salariale fiind construite fără a ține cont de gen, religie, vârstă, orientare sexuală etc., acest decalaj nu poate fi complet evitat, din cauza factorilor structurali existenți în forța de muncă.

Acești factori structurali se referă, spre exemplu, la 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 transparentți cu informațiile referitoare la procesele de transformare, progres, plată și recompensare.

⁷ Comisia Europeană: The gender pay gap situation in the EU: https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/gender-equality/equal-pay/gender-pay-gap-situation-eu_en



BINE PENTRU OAMENI

Toți angajații Lidl România, indiferent de tipul de contract, au acces la o serie de beneficii, care în anul financiar 2023 a inclus următoarele:

- ✓ 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
- ✓ Primă de Paște și de Crăciun
- ✓ 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
- ✓ Card cadou Lidl
- ✓ Bonus de pensionare (introdus în anul financiar 2023)
- ✓ Lidl Help, program de asistență psihologică, juridică și financiară pentru angajați (introdus în anul financiar 2023)
- ✓ Procedura de ajutor în situații speciale (boli grave și intervenții chirurgicale complicate) (introdus în anul financiar 2023).

În plus, colegii din sediul central au acces la sala de fitness, iar cei din sediile regionale și depozite la terenuri pentru practicarea sporturilor, precum și la abonamente ale unor furnizori de servicii sportive sau de masaj.



DISPARITATEA SALARIALĂ ȘI DISPARITATEA DE BONIFICAȚII DINTRE FEMEI ȘI BĂRBAȚI ÎN LIDL ROMÂNIA ÎN ANUL FINANCIAR 2023

Disparitatea salarială dintre femei și bărbați (neajustată)⁸

Medie	13,6%
Mediană	4,1%

Disparitatea de bonificații dintre femei și bărbați (neajustată)

Medie	32,1%
Mediană	5,4%

Disparitatea salarială dintre femei și bărbați (ajustată)⁹ – după nivelul salarial (în quartile)¹⁰

	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	-1,7%	-0,1%	0,6%	15,5%
Mediană	-0,6%	-0,2%	0,8%	7,8%

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

	Top management	Senior management	Management	Angajați
Medie	55,1%	0,8%	4,7%	0,4%
Mediană	40,3%	-3,0%	3,9%	0,1%

⁸ 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/partială) sau alți factori.

⁹ 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/partială) 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.

¹⁰ O cuartilă reprezintă un interval salarial. În scopul evaluării, angajații Lidl România sunt împărțiți în patru grupe salariale de mărime egală. Numărul pentru prima cuartilă indică diferența de remunerare între femei și bărbați în rândul angajaților din companie care câștigă cel mai mic salariu, în timp ce a patra cuartilă arată diferența de remunerare între femei și bărbați pentru angajații cu cele mai mari salarii din companie.

Datele referitoare la disparitatea salarială de gen, respectiv de bonificații dintre femei și bărbați pentru anul financiar de raportare (vezi tabelul de la pag. 34) 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.



Diversitate și incluziune

În contextul globalizării și al schimbărilor sociale, din ce în ce mai multe persoane, din cele mai diverse medii, lucrează împreună cu succes. Prin urmare, în special pentru companiile care își desfășoară activitatea la nivel internațional, este important să creeze un mediu de lucru în care se cultivă respectul și acceptarea, ca o condiție prealabilă pentru interacțiunile zilnice, și care să recunoască diversitatea forței de muncă drept o oportunitate. Acest lucru presupune crearea unor condiții egale și echitabile pentru toată lumea, inclusiv promovarea egalității de gen.

În acest sens, Regulamentul intern al Lidl România include un capitol dedicat, care face referire la respectarea principiului nediscriminării și la înlăturarea oricărei forme de încălcare a demnității umane, precum și la respectarea egalității de șanse dintre femei și bărbați. De asemenea, la nivel internațional am lansat declarația „Împreună la Lidl”, angajamentul nostru pentru încredere și echitate, prin care promovăm principiul egalității și un mediu de lucru corect și deschis, cu toleranță zero față de comportamente discriminatorii. Angajamentul a fost publicat în februarie 2024 pe aplicația mobilă pentru angajați We Are Lidl.





BINE PENTRU OAMENI

„Împreună la Lidl”: angajamentul nostru pentru încredere și echitate în echipa Lidl

În anul financiar 2023, am lansat campania „Împreună la Lidl”¹¹, prin intermediul căreia Lidl își reafirmă angajamentul de a acționa echitabil, dar și de a cere corectitudine de la partenerii de afaceri, de la clienți și între membrii echipei. În plus, această inițiativă subliniază faptul că Lidl are toleranță zero față de tratamentul discriminatoriu, de exemplu: în funcție de sex, origine etnică, limbă sau religie, și față de comportamentele care implică orice formă de violență fizică sau psihologică. Cu toții avem responsabilitatea creării unei culturi organizaționale corecte și deschise, bazate pe încredere. Atât angajații Lidl, cât și persoane externe companiei au acces la o serie de canale confidențiale de denunțare a neregulilor, prin care pot face sesizări în acest sens.

Lidl România are ca standard oferirea unui mediu de lucru care să arate respect pentru toți angajații – indiferent de vârstă, origine etnică, religie, identitate de gen, orientare sexuală, ideologie sau dizabilitate etc. Diversitatea, incluziunea și participarea fac parte din filosofia noastră de management și din principiile noastre corporative. În compania noastră, fiecare persoană are aceleași oportunități de dezvoltare personală și profesională. În același timp, ne opunem cu fermitate oricărei forme de discriminare. Sistemul de management de conformitate în domeniul resurselor umane ne permite să ne asigurăm că identificăm riscurile potențiale referitoare la diversitate și incluziune și să le gestionăm în timp util. Echipa de Engagement din cadrul departamentului de Resurse Umane este responsabilă de gestionarea și implementarea măsurilor privind diversitatea și incluziunea în cadrul Lidl România. Aceasta coordonează punerea în aplicare a tuturor măsurilor aferente, ținând cont de cerințele legislative în vigoare.

În ceea ce privește activitățile de formare care acoperă aspecte privind diversitatea și incluziunea, menționăm că modulul de Diversitate și incluziune lansat pe platforma noastră de e-Learning în anul financiar 2021 continuă să fie accesat la cerere. Acesta constă în urmărirea 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 perioada de raportare, acest modul a fost accesat de 1.148 de colegi.

Programele de școlarizare de tip Onboarding, care includ obligațiile din Regulamentul intern cu privire la respectarea principiului nediscriminării și a egalității de șanse, au continuat, fără modificări asupra conținutului acestora. Referitor la cursurile de școlarizare pentru angajații cu funcții de conducere și lansarea modului HR Compliance pe platforma de e-Learning, acestea au fost reprogramate pentru anul financiar următor. În perioada de raportare, 90,48 din funcțiile de conducere la nivel de senior management și top management au fost ocupate de persoane de naționalitate română. În Consiliul de administrație activează 6 persoane, din care 4 persoane sunt de naționalitate română și 2 de altă naționalitate, respectiv 3 femei și 3 bărbați.

DIVERSITATEA ÎN RÂNDUL NOILOR ANGAJAȚI ȘI FLUCTUAȚIA ANGAJAȚILOR

	2022	2023
Număr de noi angajați	3.811	3.588
Defalcare pe gen (%)		
Femei	61,51%	66,04%
Bărbați	38,49%	33,96%
Defalcare pe grupe de vârstă (%)		
< 30 ani	42%	38%
≥ 30 < 50 ani	52%	50%
≥ 50 ani	5%	12%
Fluctuația angajaților (%)		
Total	27,26%*	22,28%*
Femei	20,7%*	13%*
Bărbați	35,5%*	9,28%*

* Am ajustat formula de calcul față de cea utilizată în anul financiar anterior, pentru a surprinde mai bine evoluția acestor indicatori.

¹¹ Sursa: website-ul Lidl: <https://cariere.lidl.ro/impune-la-lidl>

Nivelurile de conducere din cadrul companiilor acționează ca modele de urmat, inclusiv în ceea ce privește diversitatea. Suntem convinși că promovarea diversității în funcțiile de conducere este necesară pentru a depăși provocările actuale din mediul de afaceri. Prin urmare, dorim să creștem în mod constant proporția femeilor în funcții de conducere.

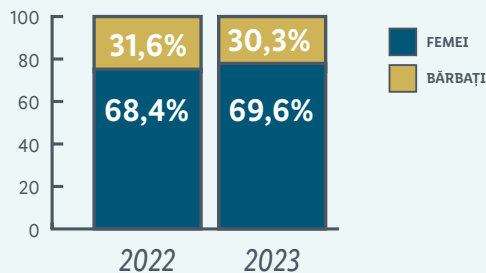
În anul financiar 2023, procentul de femei manager a reprezentat 50,47% din middle management, 33,33% din senior management și 50% din top management.

Susținem egalitatea de șanse între femei și bărbați și țintim toate categoriile de vârstă în procesele de angajare și de promovare internă.

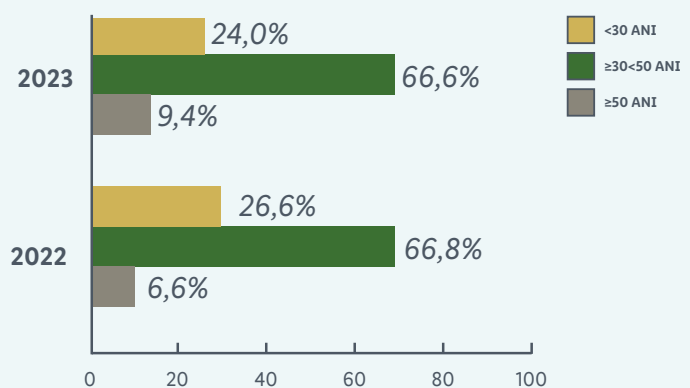
DIVERSITATEA ÎN RÂNDUL ANGAJAȚILOR

	2022	2023
Angajați	11.795	12.863

DEFALCARE PE GEN



DEFALCARE PE GRUPE DE VÂRSTĂ





BINE PENTRU OAMENI

DIVERSITATEA ÎN STRUCTURILE DE GUVERNANȚĂ



	2022	2023
Angajați în management	636	743
Defalcare pe gen (%)		
Femei	53,62%	50,47%
Bărbați	46,38%	49,53%
Defalcare pe grupe de vârstă (%)		
< 30 ani	6,45%	6,19%
≥ 30 < 50 ani	90,09%	90,44%
≥ 50 ani	3,46%	3,36%
Angajați în senior management	11	15
Defalcare pe gen (%)		
Femei	27,27%	33,33%
Bărbați	72,73%	66,67 %
Defalcare pe grupe de vârstă (%)		
< 30 ani	0%	0%
≥ 30 < 50 ani	100%	93,33%
≥ 50 ani	0%	6,67%
Angajați în top management	5	6
Defalcare pe gen (%)		
Femei	20%	50%
Bărbați	80%	50%
Defalcare pe grupe de vârstă (%)		
< 30 ani	0%	0%
≥ 30 < 50 ani	100%	100%
≥ 50 ani	0%	0%

Lidl România investighează cu atenție și în mod confidențial orice incident de discriminare semnalat și întreprinde măsurile necesare atât pentru a remedia situațiile respective, cât și pentru a preveni apariția unor cazuri similare pe viitor. În timpul perioadei de raportare, au fost înregistrate trei sesizări cu elemente de discriminare. Toate sesizările au fost investigate, acuzațiile nu au fost confirmate și, prin urmare, nu au fost necesare măsuri de remediere sau acțiuni corective.

INCIDENTE DE DISCRIMINARE ȘI ACȚIUNI CORECTIVE

	2022	2023
Număr de incidente de discriminare	3	3
Status incidente și acțiuni corective luate cu referire la:		
i. incidente analizate în companie	3	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	3	0
iv. incidente care nu mai necesită acțiuni corective	3	3

În general, 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. Mai multe detalii despre acest aspect se găsesc în acest capitol, în secțiunea Remunerare echitabilă, la pag. 32.

Ca parte a rețelei internaționale LEAD, Lidl se angajează să susțină în mod activ rolul femeilor în companiile din sectorul comerțului cu amănuntul și al bunurilor de larg consum din Europa, dincolo de propria companie. De asemenea, calitatea de membru le oferă tuturor angajaților Lidl acces gratuit la site-ul web al rețelei: acolo pot face schimb de informații pe teme de diversitate și egalitate de șanse cu angajații altor companii din sector sau pot participa la diverse webinare.



Alimentație conștientă



Avem zilnic milioane de clienți și contribuim la alimentația acestora cu produsele noastre. Suntem conștienți de faptul că acest lucru are un impact semnificativ atât asupra mediului și biodiversității, cât și asupra sănătății clienților noștri. În 2019, Comisia EAT-Lancet¹² a oferit o bază științifică pentru o schimbare globală în materie de nutriție. Dieta Alimentară pentru Sănătate Planetară (Planetary Health Diet – PHD) este rezultatul colaborării dintre 37 de oameni de știință din 16 țări, specializați în discipline diferite, și reprezintă un plan pentru protejarea sănătății oamenilor și a planetei. Conform acestui plan, până în anul 2050, aproximativ 10 miliarde de oameni ar putea avea acces la o dietă sănătoasă, fără a suprasolicita planeta. Condiția este ca toți oamenii să respecte principiile PHD. Chiar dacă PHD este în prezent încă un model teoretic, acesta oferă pentru prima dată un cadru nutrițional amplu și concret, care ține cont de limitele planetei.

¹² Sursa: website-ul Eat-Lancet Commission on Food, Planet, Health: <https://eatforum.org/eat-lancet-commission/>



BINE PENTRU OAMENI

În calitate de retailer, suntem și noi parțial responsabili pentru impactul alimentației asupra oamenilor, climei și biodiversității. De aceea, în acord cu modelul științific, luăm măsuri pentru a opera ținând cont de aceste limite și, totodată, ne extindem gama de alimente sănătoase.

Modul în care abordăm acest domeniu și măsurile pe care le luăm în ceea ce privește alimentația conștientă țin cont de recomandările incluse de oamenii de știință în dieta PHD. Astfel, am pus în practică o strategie cu obiective extinse și obligatorii. Pentru a contribui activ la modelarea transformării către o alimentație sustenabilă, aceste

obiective și măsuri specifice se concentrează pe trei piloni centrali: „alimentație sănătoasă”, „alimentație sustenabilă” și „transparență și responsabilizare”. Fiecare dintre cei trei piloni se bazează pe fundamentul siguranței alimentare, care stă la baza tuturor angajamentelor noastre ulterioare și are prioritate maximă. Toate aceste aspecte sunt detaliate în politica noastră cu privire la o alimentație conștientă¹³, publicată pe website-ul companiei. Astfel, până în 2030, la nivel internațional, Lidl va extinde cu 20% față de 2023 ponderea alimentelor pe bază de plante disponibile, precum sursele de proteine pe bază de plante, cerealele integrale, fructele și legumele.



Lidl România și-a stabilit obiectivul de a crește ponderea surselor de proteine vegetale, în raport cu sursele de proteine animale la 15% până în 2030.

Acestea includ leguminoase, nuci și semințe, precum și alternative vegane la produsele din carne, ouă și pește.



Ne-am angajat, de asemenea, să creștem proporția de produse lactate alternative, în raport cu produsele lactate la 4% până în 2030.

Calitatea grăsimilor și uleiurilor din produsele marcă proprie Lidl va fi, de asemenea, îmbunătățită constant prin utilizarea mai multor acizi grași nesaturați și reducerea acizilor grași saturați. Accentul se pune aici pe sursele sustenabile de grăsimi și uleiuri. În plus, lucrăm continuu la dezvoltarea sortimentului nostru de produse, astfel încât acesta să fie mai sănătos și mai sustenabil, prin extinderea gamei noastre de produse pentru a include alternative de cereale integrale și abordarea utilizării a cât mai puțini

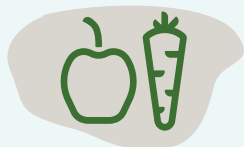
aditivi posibil. Totodată, vom indica succesiv conținutul de fibre în tabelul de valori nutriționale de pe produse. Pentru noi, oamenii, fibrele sunt nedigerabile, dar formează substratul nutritiv al bacteriilor intestinale. Fibrele sunt fermentate de aceste bacterii intestinale, ceea ce îmbunătățește sănătatea intestinelor. Doza optimă recomandată de fibre este de minimum 25g pe zi, așa cum este menționat în politica noastră cu privire la o alimentație conștientă mai sus amintită.



Până în 2030, Lidl România își propune să crească proporția de cereale integrale din întregul sortiment de produse marcă proprie din cereale la 20%.

Lidl va oferi, de asemenea, cel puțin o opțiune pe bază de cereale integrale pentru toate categoriile relevante de produse, până în 2030.

De asemenea, ne-am angajat să nu facem publicitate alimentelor nesănătoase pentru copii în mărcile noastre proprii începând cu 2023 și, până la sfârșitul anului 2025, să vindem alimente cu ilustrații atractive pentru copii pe ambalajele mărcilor noastre proprii, numai dacă sunt îndeplinite criteriile OMS pentru alimente sănătoase (cu excepția articolelor promoționale pentru Crăciun, Paște și Halloween).



Suntem convinși că, prin sortimentul nostru de produse și prin politica de prețuri avantajoase, putem contribui la crearea unui model de consum mai responsabil și putem aduce în atenția societății un stil de viață mai echilibrat și mai sănătos. De aceea, ne-am propus în continuare să le oferim clienților noștri o gamă de produse pentru un stil de viață sănătos și responsabil.

În Lidl România, responsabilitatea pentru gestionarea domeniului alimentație conștientă îi revine departamentului Achiziții CSR.

Pentru a gestiona în mod sistematic siguranța și calitatea ridicată a produselor, dar și pentru a respecta prevederile legale, Lidl operează în conformitate cu sistemul de management al calității recunoscut și certificat ISO 9001:2015. Astfel, cele 2 departamente din cadrul companiei care sunt certificate conform acestui standard sunt departamentul Administrativ Achiziții Marfă și departamentul Asigurarea și Expertiza Calității. Siguranța produselor reprezintă cea mai mare prioritate. Toate procesele relevante de la Lidl se desfășoară în conformitate cu acest sistem de management, care reglementează obiectivele și principiile de calitate, precum și specificațiile clare ale proceselor și responsabilitățile.

¹³ Sursa: website-ul Lidl România: <https://www.lidl.ro/l/ro/catalogue/politica-lidl-cu-privire-la-o-alimentatie-constienta/view/flyer/page/1>

Toate procesele sunt verificate de o firmă de avocatură specializată în legislație alimentară și sunt supuse unui audit intern anual.

Angajații Lidl beneficiază de o instruire periodică cu privire la aceste procese. Un manual CSR care include specificațiile interne privind materiile prime considerate cu risc oferă achizitorilor și managerilor de calitate îndrumarea și sprijinul necesare pentru a pune în aplicare cerințele de sustenabilitate pentru categoriile de produse.

Lidl a definit și urmărește cu atenție pașii pentru respectarea siguranței alimentare:

- certificarea în conformitate cu International Featured Standard (IFS)¹⁴ sau British Retail Consortium (BRC)¹⁵ a unităților de producție care aprovizionează Lidl cu produse și suplimente alimentare din gama de mărci proprii
- audituri periodice inopinate, care urmăresc managementul riscului la unitățile de producție, efectuate de organisme de certificare independente
- inspecții care urmăresc managementul riscului pentru toate produsele alimentare marcă proprie și din categoria suplimentelor alimentare, efectuate de organisme acreditate care verifică modul de comercializare a acestora
- verificarea conformității cu valorile specifice, care sunt mai drastice decât limitele minimale impuse prin lege.

Toate rezultatele potențial critice, care sunt determinate, printre altele, și prin procesele menționate mai sus, sunt evaluate de către departamentul Asigurarea Calității, care ia apoi măsuri adecvate, dacă este necesar.

În anul financiar 2023, Lidl România a efectuat 2.090 de analize pentru produsele alimentare. Totodată, în perioada de raportare au fost efectuate și 62 de audituri în fabrici pentru produsele alimentare marcă proprie.



Unul dintre obiectivele noastre în ceea ce privește alimentația conștientă este de a reduce cu 20%, până în 2025, cantitățile de sare și de zahăr adăugate (an de referință 2015).

Cu toate acestea, siguranța și calitatea senzorială a produselor noastre se află în egală măsură în centrul acțiunilor noastre. Prin urmare, există limite în ceea ce privește reducerea zahărului și a sării în unele produse.

Îndeplinirea acestui obiectiv se va face, bineînțeles, ținând cont întotdeauna de siguranța și calitatea senzorială a produselor noastre. Astfel, la fiecare nouă formulare pe care o facem, ținem întotdeauna cont de limitele existente în ceea ce privește reducerea zahărului și a sării în unele produse.

Lucrăm în permanență la îmbunătățirea rețetelor din gama noastră marcă proprie, în special în ceea ce privește zahărul și sarea. La fel de importantă pentru noi este acuratețea și verificarea constantă a bazei de raportare. Obiectivul nostru este să ne dezvoltăm continuu monitorizarea, pornind de la sisteme de referință valide, pentru a putea urmări cu cea mai mare acuratețe cât de mult înaintăm în îndeplinirea țințelor noastre.

Conform unei analize din anul financiar 2023, din acest punct de vedere, am avut o scădere procentuală a cantității de sare utilizate și o creștere procentuală a cantității de zahăr, ca urmare a introducerii în formula de calcul a unor produse alternative, respectiv cele care au 0 zahăr și/sau îndulcitori. Și în anul 2024 lucrăm la reformularea alimentelor privind reducerea cantității de sare și zahăr, astfel încât să reușim până în 2025 să ne atingem obiectivul propus.

Colaborăm îndeaproape cu furnizorii noștri pentru a garanta siguranța produselor. Efectuăm teste periodice în laboratoare independente acreditate pentru a verifica conformitatea cu propriile noastre standarde de calitate și cu cerințele legale. Proporția unităților de producție care sunt certificate în conformitate cu standardele de siguranță alimentară IFS sau BRC este 94%. În ciuda testelor extinse, produsele potențial periculoase pentru sănătate pot fi totuși incluse în gamă. În cazul în care sunt identificate astfel de produse, le retragem imediat de la vânzare și le rechemăm public. În exercițiul financiar 2023, au existat 6 retrageri publice de produse la Lidl România. Clienții au fost informați pe diverse canale de comunicare, așa cum este prudent în astfel de situații.

În ceea ce privește procesele și procedurile după care funcționăm, acestea sunt revizuite periodic la nivelul întregului grup și implementate ulterior la nivel local. Toți colegii din departamentul Asigurarea Calității participă la instruirii specifice, după o procedură bine stabilită.

În perioada de raportare, departamentul Asigurarea Calității din Lidl România a trecut prin procesul de recertificare conform standardului ISO 9001:2015. În septembrie 2023, departamentul Administrativ din Lidl România a primit certificarea pentru același standard de calitate.



¹⁴ Sursa: website-ul IFS: <https://www.ifs-certification.com/en/>

¹⁵ Sursa: website-ul BRC: <https://brc.org.uk>



BINE PENTRU OAMENI



Securitate și sănătate în muncă

În lumea noastră modernă și dinamică ne confruntăm în fiecare zi cu diferite situații și provocări. Pentru a face față cu succes tuturor acestora, sănătatea noastră are prioritate absolută. La Lidl, considerăm că este responsabilitatea noastră să ne protejăm angajații în activitatea lor de zi cu zi și, dincolo de aceasta, să le sprijinim în mod activ sănătatea.

Cele mai recente date la nivelul Uniunii Europene indică faptul că în România s-au înregistrat progrese în ceea ce privește securitatea și sănătatea în muncă. Cu toate acestea, numărul de accidente de muncă fatale în 2020 era încă unul ridicat comparativ cu media din Uniunea Europeană¹⁶. În 2023, primele trei sectoare economice în care s-au înregistrat cele mai numeroase accidente de muncă au fost: comerțul cu amănuntul (cu excepția autovehiculelor și motocicletelor) – 449 de accidentați (9,2% din totalul accidentaților); construcții de clădiri – 253 de accidentați (5,2% din totalul accidentaților); transporturi terestre și transporturi prin conducte – 250 de accidentați (5,1% din totalul accidentaților)¹⁷.



În Lidl România, coordonarea activităților de securitate și sănătate în muncă (SSM) și situații de urgență (SU) este asigurată de coordonatorul SSM. Acesta raportează direct membrilor Consiliului de administrație. La nivelul companiei, conform normelor în vigoare, își desfășoară activitatea Comitetul de Sănătate și Securitate în Muncă (CSSM). Scopul acestui for este să asigure implicarea salariaților în elaborarea și implementarea deciziilor și a măsurilor privind securitatea și sănătatea în muncă la nivelul întregii companii. În activitățile de promovare a sănătății în rândul angajaților este implicată și echipa de Formare și Dezvoltare din cadrul departamentului nostru de Resurse Umane.

În calitate de retailer de top, facem tot ce ne stă în putință pentru a ne asigura că nevoile de bază ale semenilor noștri sunt satisfăcute în fiecare zi. Pentru aceasta, angajații noștri lucrează în diferite profesii, care necesită niveluri diferite de efort. De exemplu, angajații noștri din magazine și din centrele logistice selectează, transportă și depozitează o gamă largă de bunuri, pentru a oferi un portofoliu optim de produse. Pentru a ne asigura că această muncă fizică nu are efecte asupra sănătății lor, luăm măsuri preventive pentru a evita accidentele de muncă și bolile legate de muncă. Ne concentrăm, de asemenea, asupra prevenirii și în alte arii de activitate, deoarece credem că un mediu de lucru sigur creează fundamentul pentru o muncă productivă.

În Lidl România, coordonarea activităților de securitate și sănătate în muncă (SSM) și situații de urgență (SU) este asigurată de coordonatorul SSM, împreună cu partenerul nostru extern, unul dintre cei mai importanți furnizori de servicii de prevenire și protecție la nivel național, care are 127 de angajați. Coordonatorul SSM raportează direct directorului general de Facility Management, Achiziții Interne și SSM-SU.

¹⁶ Sursa: website-ul Eurostat: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=SDG_8_-_Decent_work_and_economic_growth#Fatal_accidents_at_work

¹⁷ Sursa: website-ul Inspecției muncii: https://mmuncii.ro/f33/images/buletin_statistic/conditii_2023.pdf

Pentru gestionarea impacturilor generate în domeniul securității și sănătății în muncă (SSM), Lidl România a stabilit un sistem de management al sănătății la nivel intern. Acesta urmărește un concept cuprinzător, în care securitatea și sănătatea în muncă, medicina muncii, sănătatea fizică, mentală și socială sunt luate în considerare împreună. Sistemul de management îndeplinește cerințele legale aplicabile¹⁸, fiind aliniat cu îndrumările la nivel internațional și completat de standardele interne dezvoltate de Lidl, și este auditat doar intern, nu și de un auditor extern. Acesta acoperă toate sediile, magazinele și centrele logistice în care ne derulăm activitatea și cuprinde toți angajații (12.863) și lucrătorii (0 – în perioada de raportare nu am avut lucrători care nu sunt angajați, dar a căror muncă a fost controlată de Lidl), toate tipurile de activități pe care le desfășurăm și toate locurile de muncă din companie. Informații suplimentare privind organizarea și funcționarea CSSM se găsesc în raportul nostru anterior, la pag 38-39: <https://www.lidl.ro/l/ro/cataloge/raport-de-sustenabilitate-2022/view/flyer/page/40>

În privința evaluării riscurilor, am elaborat un proces de evaluare a riscurilor care ne permite să identificăm din timp situațiile potențial dăunătoare angajaților și să elaborăm măsuri de protecție adecvate. Conform celei mai recente verificări privind evaluarea riscurilor (rezultate publicate pe 1 martie 2023), toate punctele de lucru evaluate se înscriu în categoria celor cu nivel de risc mic (< 3,5). Mai multe informații privind procesul de evaluare a riscurilor se găsesc la pag. 40 din raportul nostru anterior¹⁹. Optăm întotdeauna pentru măsurile posibile cu cel mai înalt nivel de protecție, iar toate accidentele sunt analizate, pentru ca măsurile existente să fie revizuite din punctul de vedere al eficacității. Scopul pe care îl urmărim este de a preveni în mod fiabil accidentele rezultate din comportamente neadecvate. De aceea, facem mai mult decât să ne sprijinim angajații, prin formare și instruire, să se conformeze proceselor de lucru sigure. Le și arătăm cum să recunoască situațiile periculoase, cum să se protejeze și să se îndepărteze de acestea, dacă este necesar. Acordăm o atenție deosebită sensibilizării managerilor, astfel încât să își asume promovarea unui comportament sigur în rândul angajaților și să caute în mod activ feedback.

Toate accidentele sunt analizate cu ajutorul listelor de verificare, iar măsurile existente sunt apoi revizuite, pentru a se verifica eficacitatea lor. Scopul este acela de a crește continuu siguranța angajaților și de a îmbunătăți în permanență condițiile de lucru.

Detalii privind modul în care identificăm pericolele, evaluăm riscurile și investigăm accidentele în Lidl România găsiți în raportul nostru anterior, la pag. 40 și 41²⁰.

Serviciile de medicina muncii sunt asigurate în conformitate cu cerințele legale naționale, iar angajații primesc toate informațiile relevante în timpul perioadei de școlarizare inițială. Informații despre tipurile de servicii medicale la care au acces angajații Lidl România și modul în care gestionăm datele medicale personale ale acestora se găsesc în raportul nostru anterior la pagina 41²¹.

Urmărim să îmbunătățim continuu condițiile de sănătate în cadrul companiei, astfel că organizăm cursuri de formare și instruire a angajaților pe teme de SSM, prin care ne sensibilizăm angajații cu privire la sănătatea lor și încurajăm participarea lor activă. Lidl Stiftung & Co. KG a elaborat standarde internaționale de formare profesională pe baza a numeroase bune practici și a expertizei combinate din țări.

La Lidl România, completăm aceste standarde cu cerințele naționale și cu pericolele potențiale specifice fiecărei locații. Datorită abordării echilibrate dintre componenta practică și cea teoretică, angajații primesc cunoștințele necesare să lucreze în siguranță înainte de a-și începe activitatea. În cadrul sesiunilor de instruire periodice organizate în timpul orelor de lucru, ne asigurăm că noile cunoștințe sunt întotdeauna transmise tuturor. Grupurilor deosebit de vulnerabile, cum ar fi femeile însărcinate, tinerii și persoanele cu dizabilități, le atribuim activități potrivite care să corespundă nevoilor lor și le oferim o formare specială care ține cont de situația lor individuală de risc. Prin intermediul sondajelor efectuate în rândul angajaților, evaluăm în mod regulat eficacitatea cursurilor de formare și verificăm modul în care îi putem pregăti și mai bine pentru situația lor profesională.



¹⁸ Sistemul de management este aliniat cu cerințele din Legea securității și sănătății în muncă nr. 319/iunie 2006 (<https://legislatie.just.ro/Public/DetaliuDocument/73772>) și cu normele metodologice de aplicare a prevederilor legislative în domeniu publicate prin HG nr. 1425/octombrie 2006 (<https://legislatie.just.ro/Public/DetaliuDocument/134138>), cu completările și modificările ulterioare.

¹⁹, ²⁰, ²¹ Website-ul Lidl România: <https://www.lidl.ro/l/ro/cataloge/raport-de-sustenabilitate-2022/view/flyer/page/42>



BINE PENTRU OAMENI

În anul financiar 2023, activitățile de instruire a angajaților pe teme SSM s-au derulat urmărind toate etapele de instruire în acest domeniu, după cum urmează:



1. Instruire introductivă generală – durată: 2 ore, pentru noii angajați cu funcții de execuție
2. Instruire introductivă generală – durată: 1 oră, pentru noii angajați cu funcții de conducere
3. Instruire la locul de muncă – durată: 4 ore, pentru noii angajați cu funcții de execuție
4. Instruire la locul de muncă – durată: 1 oră, pentru noii angajați cu funcții de conducere
5. Instruire periodică pentru toți angajații, cu durată de 1 oră, realizată prin platforma de e-Learning (de 2 ori pe an pentru personalul cu funcții de conducere și de 3 ori pe an pentru personalul cu funcții de execuție)
6. Instruire de prim ajutor, realizată de către un furnizor extern, pentru minimum 4 angajați per punct de lucru
7. Instruire privind utilizarea lizelor electrice, cu durată de 1 oră, realizată prin platforma de e-Learning, pentru reîmprospătarea cunoștințelor pe linie de SSM.

Ca urmare a monitorizării eficacității măsurilor de SSM și ca parte a procedurilor de îmbunătățire continuă, în plus față de activitățile de mai sus, au fost derulate și alte campanii și activități de informare și formare, dintre care menționăm:

1. Instruirea angajaților din magazine prin două campanii de Toolbox Talk realizate în timpul inspecțiilor anuale. Subiectele acoperite au fost: manipularea manuală a maselor/ridicarea greutăților și căderi și alunecări de la același nivel
2. Instruire suplimentară „On the floor” în toate depozitele Lidl pe tema: riscuri de accidentare la locul de muncă
3. Workshopuri SSM pentru managerii de magazine, șefii de vânzări, directorii de vânzări, directorii de sedii regionale pe următoarele teme: recunoașterea riscurilor de accidentare în magazine; obligațiile persoanelor

cu rol de conducere la locul de muncă; riscuri privind consumul de alcool și de droguri

4. Workshopuri SSM organizate la nivelul depozitelor pentru managerii de depozite, managerii de grupe și managerii de departamente pe următoarele teme: recunoașterea riscurilor de accidentare în magazine; obligațiile conducătorilor la locul de muncă; riscuri privind consumul de alcool sau de droguri; sistem de training cu utilizarea stingătorului digital de incendiu, care simulează digital condițiile reale de declanșare a unui incendiu

5. Campania de modificare a parametrilor pentru lizele electrice din magazine (nivelurile de accelerație și de viteză de mers înapoi)

6. A fost încărcat pe platforma de eLearning un modul de instruire pentru campania „Manipularea manuală a maselor” (ridicarea greutăților).



Pentru angajații firmelor contractoare care colaborează cu magazinele Lidl au fost implementate registrele de instruire colectivă autocopiative.



Dorim ca angajații noștri să facă mai mult decât să raporteze defectele și deficiențele. Din acest motiv, ei sunt implicați activ în procesul de evaluare a riscurilor și ne ajută să creăm condiții de lucru sigure. De asemenea, pot trimite sugestii de îmbunătățire prin sistemul nostru de gestionare a ideilor sau direct către manager. Fiecare sugestie este analizată cu atenție și discutată cu angajații. Angajații deosebit de implicați pot fi instruiți ca asistenți de securitate în caz de incendiu, responsabili pentru siguranță, agenți de prim ajutor, asistenți de evacuare sau specialiști în domeniul SSM, roluri care le permit să contribuie și mai mult la crearea unui loc de muncă mai sigur.

Pentru următoarea perioadă de raportare ne propunem continuarea campaniilor Toolbox Talks în magazinele și depozitele noastre, realizarea de workshopuri de siguranță și sănătate în muncă în cadrul ședințelor bianuale cu cei care ocupă poziții manageriale în fiecare sediu regional și implementarea **platformei POSH**, platformă internă dedicată siguranței și sănătății în muncă.

Pe lângă siguranța la locul de muncă, suntem proactivi în asigurarea sănătății angajaților noștri, a satisfacției și a motivației lor. În cadrul sistemului nostru de management al securității și sănătății la locul de muncă (SSM), am dezvoltat și implementat un număr mare de măsuri și programe de siguranță la locul de muncă, pentru a promova sănătatea angajaților.

Acestea includ o asistență medicală preventivă eficace, pe care o promovăm prin diverse măsuri. Pe lângă informații privind alimentația, stresul și dependența, angajații noștri pot participa gratuit la diverse evenimente sportive și primesc reduceri de la partenerii din domeniul sportiv. Rețeaua noastră de servicii de medicina muncii le oferă angajaților noștri acces la ore de consultații pe diverse teme. În cantinele noastre, punem accent pe o alimentație conștientă și variată, la prețuri rezonabile, iar fructele sunt gratuite. Sprijinim angajații care nu au putut lucra o perioadă îndelungată din cauza problemelor de sănătate cu concepte individualizate, ca parte a procesului de reintegrare în companie.

Acest concept implică un dialog deschis cu angajații, pentru a afla nevoile pe care le au pentru a se întoarce la activitățile zilnice și modalități prin care le putem proteja sănătatea pe termen lung.

În ceea ce privește prevenirea și remedierea impacturilor negative privind siguranța și sănătatea în muncă în relațiile noastre de business, Codul de conduită are prevederi speciale referitoare la responsabilitățile ce le revin partenerilor de afaceri în domeniul SSM²².



²² Website-ul Lidl România <https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/codul-de-conduită#preambul>



BINE PENTRU OAMENI

În perioada de raportare, nu au fost înregistrate niciun accident cu consecințe grave și niciun deces ca urmare a accidentelor de muncă. Numărul total de accidente de muncă înregistrate a fost 79.

PENTRU TOȚI ANGAJAȚII:

	2022	2023
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 grave²³ , cu excepția cazurilor de deces	1	0
Rata rănilor legate de muncă cu consecințe grave , cu excepția cazurilor de deces (%)	0,048	0
Numărul accidentelor de muncă înregistrabile	46	79
Rata accidentelor de muncă²⁴ înregistrabile (%)	2,19	3,71
Numărul de ore lucrate	20.990.570	21.292.074

PRINCIPALELE TIPURI DE ACCIDENTE DE MUNCĂ ÎNREGISTRATE ÎN ANUL FINANCIAR 2023
AU FOST URMĂTOARELE:

26 de accidente	Comenzi și manevre necorespunzătoare – utilizarea incorectă a transpaletelor electrice/manuale/electrostivuitoarelor
23 de accidente	Nerespectarea instrucțiunilor proprii de securitate și sănătate în muncă
19 accidente	Alunecare/împiedicare și cădere de la același nivel
8 accidente	Manipulare manuală necorespunzătoare
2 accidente	Cauze patologice (afecțiuni preexistente)
1 accident	Nerespectarea legislației rutiere. Persoana a fost acroșată de un client neatent în timpul manevrelor de ieșire din parcare.



²³ Răniri cu consecințe grave = acele răni care rezultă în deces sau într-o vătămare din care lucrătorul nu se poate recupera în totalitate – la nivelul dinaintea de rănire –, într-o perioadă de 6 luni.

²⁴ Toate ratele din acest capitol au fost calculate pe 1.000.000 de ore lucrate.



Ca și în perioada anterioară de raportare, în anul financiar 2023 nu am avut niciun caz înregistrabil de probleme de sănătate legate de muncă și nu am înregistrat niciun deces cauzat de probleme de sănătate legate de muncă în rândul angajaților noștri și nicio boală profesională.





BINE PENTRU OAMENI



În calitate de angajatori, companiile sunt responsabile pentru persoanele care lucrează pentru ele. Pe lângă oferirea unor perspective stabile, companiile trebuie să își sprijine activ angajații în dezvoltarea lor și să faciliteze accesul acestora la oportunități de învățare pe tot parcursul desfășurării activității lor în companie. În acest mod, companiile contribuie activ la formarea și dezvoltarea personală și profesională a angajaților lor.



Bunăstarea și siguranța colegilor noștri la locul de muncă sunt un pilon important al strategiei noastre de învățare. De aceea, în 2023 am implementat platforma Success Factors Learning, un sistem în care toți angajații au acces la cele mai importante instruiți privind siguranța și dezvoltarea lor profesională. Astfel, în cadrul instruirilor privind siguranța și sănătatea în muncă învață cum să prevină situațiile periculoase și cum să acționeze în cazul apariției acestora. Urmărim constant parcurgerea în timp util a acestor instruiți și traininguri printr-un proces intern de monitorizare și raportare către angajați și manageri.

Avem încredere în potențialul angajaților noștri, de la cei încadrați pe poziții de entry-level la angajații cu mulți ani de experiență. Prin urmare, considerăm că responsabilitatea noastră față de angajații noștri include și oferirea de posibilități de instruire care să răspundă nevoilor acestora. De aceea, creăm un mediu în care ei pot continua să se dezvolte și am stabilit numeroase programe și măsuri în acest scop.



Echipa de Formare și Dezvoltare din cadrul departamentului de Resurse Umane este responsabilă pentru formarea și dezvoltarea angajaților în Lidl România. Aceasta coordonează punerea în aplicare a tuturor măsurilor asociate competențelor angajaților în interiorul companiei, ținând cont de cerințele și normele legislative în vigoare.

Atunci când aleg măsuri de perfecționare, angajații și managerii din Lidl România pot apela la o gamă extinsă de programe de dezvoltare constând în sesiuni de informare și conștientizare, cursuri sau sesiuni de formare, seminare, ateliere de lucru (workshopuri) și traininguri online (e-learning). Toți angajații au acces la o platformă online de cursuri și materiale de dezvoltare. În perioada de raportare, angajații Lidl România au participat, în medie, la 104 ore de formare profesională.



Prin intermediul platformei digitale de învățare și dezvoltare, am facilitat accesul colegilor din departamente la programe dezvoltate la nivel internațional, adaptate ariilor lor de activitate. Acestea includ atât cursuri online, cât și sesiuni organizate în format fizic. Scopul acestor programe este de a asigura cunoștințele de bază dintr-o zonă de activitate, dar și de a menține standardul la nivelul tuturor țărilor.



În plus, **LinkedIn Learning** a constituit în anul financiar 2023 o cale de acces la resurse de învățare pentru angajații care au participat la programe de dezvoltare, aceste resurse fiind promovate în cadrul evenimentelor de training susținute de instructori interni și externi.

Tot în anul financiar 2023 am dezvoltat și implementat cursul online **„Gestionarea materialelor reciclabile”**, pentru colegii din depozitele regionale. Aceștia învață astfel de ce este important să colectăm separat atât materialele reciclabile, cât și pe cele nereciclabile, dar și cum se face colectarea separată și ce instrumente oferim ca suport. Cursul va fi parcurs de fiecare coleg nou și va avea o recurență anuală. Ne propunem ca în anul care urmează să implementăm acest curs și în magazine, astfel încât să avem un sistem unitar de educare a colegilor privind importanța reciclării în cadrul Lidl România.

În cele ce urmează prezentăm programele și măsurile de formare și dezvoltare pe care le derulăm în Lidl România.



INTEGRARE

Prin intermediul gamei largi de programe îi sprijinim pe angajații aflați la început de drum, oferindu-le perspective sigure și interesante în cadrul companiei. Dorim ca angajații noștri să fie bine pregătiți pentru responsabilitățile ce le revin încă de la început.

În perioada de raportare, au continuat programele de formare derulate pentru colegii noștri de la toate nivelurile. Astfel, pentru angajații noi, a continuat programul de Onboarding, prin care au acces la un plan de școlarizare personalizat și la un trainer-mentor dedicat, care se implică activ în procesul de școlarizare și de integrare în echipă a noilor colegi, contribuind la transmiterea valorilor și la îmbunătățirea performanței. Criteriile și procesul de selecție a trainer-mentorilor au fost revizuite în anul financiar 2023.

Având rol de specialist în gestionarea diferitelor procese din magazinele Lidl, trainer-mentorul contribuie la asigurarea excelenței operaționale, la aplicarea principiilor Lidl și la satisfacția clienților. Specialistul Learning & Development regional oferă trainer-mentorilor formare periodică, pentru a se asigura de calitatea transmiterii informațiilor către noii angajați.

Am continuat eforturile de simplificare și digitalizare a procesului de integrare a colegilor noi sau cu roluri noi în companie. La finalul anului financiar 2023, am pilotat planuri de școlarizare dedicate comisionarilor, cea mai mare categorie de angajați din depozite, urmând ca în anul financiar 2024 să pilotăm și să implementăm planurile de școlarizare pentru toate rolurile din depozite.

Școala de carte și meserii a continuat în anul financiar 2023. Prin acest program de formare profesională în sistem dual, coordonat de AHK România (Camera de Comerț și Industrie Româno-Germană), se urmărește sporirea oportunităților de educație și formare profesională, iar absolvenții obțin un certificat emis de statul german, care garantează calitatea formării profesionale după model german. Ca partener economic în cadrul programului, alături de alți agenți economici din industria de retail, Lidl poate angaja absolvenți, astfel că, în perioada de raportare, Lidl România a angajat trei absolvenți și un practicant.



BINE PENTRU OAMENI



DEZVOLTAREA NIVELULUI EXECUTIV

În ceea ce privește dezvoltarea nivelului executiv (viitori manageri de echipă, șefi de departamente, directori regionali), începând din anul 2020, pentru a dezvolta angajații potriviți pentru a deveni lideri de echipă, șefi de departamente sau directori regionali, implementăm un proces transnațional de dezvoltare executivă la toate nivelurile. Sunt organizate diferite zile de dezvoltare și serii de seminare, prin care potențialii manageri sunt instruiți pe teme precum

comunicare sau leadership, pentru a-și putea dezvolta abilitățile necesare în rolurile viitoare. Lidl România este responsabil pentru dezvoltarea ulterioară a managerilor de echipă și a șefilor de departamente. Procesul de calificare a directorilor regionali se desfășoară la nivel internațional. **În anul financiar 2023, am organizat un total de 37 de zile de seminare, la care au participat 138 de manageri și candidați.**



Temele specifice din modulele dedicate managerilor includ: leadership situațional, delegarea și inteligența emoțională. În plus, directorii din cadrul companiei parcurg module de coaching pentru performanță (GROW) și de gândire antreprenorială.



FOUNDATION
@LOGISTICS

of **LidlShip**
ACADEMIA LIDERILOR

De asemenea, am continuat organizarea diferitelor programe destinate potențialilor manageri. În anul financiar 2023, managerii care au promovat sau care au fost angajați în anul financiar anterior au participat la **Academia Foundation of LidlShip**, iar directorii care au promovat sau care au fost angajați în a doua jumătate a anului financiar 2022 și prima jumătate a anului financiar 2023 au beneficiat de programele din **Academia Direction of LidlShip**.

În Lidl România construim continuu comunitatea de *people manageri*. De aceea, cele două academii conțin situații de învățare care aduc împreună managerii și directorii în jurul unor subiecte de interes comun, precum valorile personale, colaborarea și gândirea strategică. Un alt aspect comun al academiilor îl presupune etapa de autocunoaștere realizată prin completarea și interpretarea stilurilor de gândire și acțiune **LSI (Life Style Inventory)**²⁵.

²⁵ Website-ul Human Synergistics: <https://www.humansynergistics.com/change-solutions/change-solutions-for-individuals/assessments-for-individuals/life-styles-inventory/>

Pentru că ne dorim ca învățarea să producă rezultate pe termen lung, designul programelor de leadership conține diverse contexte de învățare pentru o mai bună însușire a competențelor abordate prin training. Comunitatea pune la dispoziție un spațiu digital dedicat, prin intermediul unui grup de Microsoft Teams, unde participanții pot comunica în mod constant. În plus, membrii comunității au acces la o bibliotecă cu resurse de învățare în format digital. Începând din anul financiar 2023, după fiecare modul de training sunt organizate sesiuni de follow-up, în care participanții dezbate cum pot pune în practică noțiunile învățate și beneficiază de sprijinul colegilor și de momente de schimb de practici.

În perioada septembrie 2023 – februarie 2024 am derulat **programul „People First”**, dedicat managerilor de magazin. Obiectivul programului a fost consolidarea comportamentelor de feedback, recunoaștere și apreciere, prin crearea unui context de învățare experiențial. Un număr de 348 de colegi au participat la program.

O altă componentă de dezvoltare profesională este programul nostru internațional de rotație a joburilor, dezvoltat și coordonat în strânsă colaborare cu **Lidl Stiftung & Co. KG**. Acest program le oferă angajaților oportunitatea să se dezvolte personal în străinătate și promovează activ schimbul de bune practici la nivel internațional. Experiența în străinătate este programată să dureze între 12 și 24 de luni, timp în care participanții parcurg un curs de limbă, se familiarizează cu activitățile din țara-gazdă și, ulterior, lucrează independent pe diverse poziții. În perioada de raportare, trei colegi din România au participat la programul de rotație a joburilor, urmând ca în anul financiar următor alți doi colegi să fie incluși în program.

În anul financiar 2023, media de ore de instruire și **educație continuă per angajat a fost de aproximativ 104 ore.**

MEDIA DE ORE DE INSTRUIRE ȘI EDUCAȚIE CONTINUĂ

	2022	2023
Media de ore de instruire per angajat	48,35	103,91
Media de ore de instruire per angajat în magazine	51,41	114,10

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)**.



MEDIA DE ORE DE INSTRUIRE ÎNREGISTRATE ÎN PLATFORMA SUCCESS FACTORS LEARNING, DUPĂ CATEGORIA DE ANGAJAȚI, ÎN 2023

Categoria de angajați	Femei	Bărbați	Medie
Management (toate categoriile)	329,17	262,50	295,84
Angajați fără funcție de conducere	79,30	72,19	75,75
Medie	89,87	90,90	90,38

Media corespunzătoare pozițiilor de management provine din numărul mare de promovări care au avut loc în anul financiar 2023 și care au atras după sine un număr mare de ore de onboarding și de training specific (Academiile Lidlship, programul People First dedicat managerilor de magazin și managerilor de grupă din fiecare sediu regional).



BINE PENTRU OAMENI



PROCESUL DE MANAGEMENT DE TALENTE ȘI EDUCAREA ȘI FORMAREA CONTINUE

În plus față de formarea inițială, urmărim să utilizăm potențialul angajaților noștri cât mai eficient posibil și să identificăm perspective de dezvoltare individuală pentru fiecare coleg. Procesul de Talent Management este un standard internațional Lidl și are loc anual. Acest proces constă în două întâlniri individuale între manageri și fiecare coleg din echipă, astfel: prima întâlnire, organizată în cadrul Dialogului de dezvoltare în perioada martie-aprilie a fiecărui an, scopul fiind de a evalua performanța din anul anterior și de a stabili

treapta de dezvoltare pentru anul în curs; a doua întâlnire, denumită Follow-up Dialog de dezvoltare, are loc în perioada septembrie-octombrie a fiecărui an, în care se discută statusul îndeplinirii obiectivelor de la stabilirea lor și până la acel moment.

În anul financiar 2023, un număr total de 10.995 de angajați ai Lidl România au fost incluși în procesul de Talent Management, reprezentând aproximativ 98% din forța de muncă eligibilă²⁶.

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

	2022	2023
Procentul de angajați care au fost evaluați cu privire la performanța în muncă și dezvoltarea în carieră	99%	98%
Femei	66%	68%
Bărbați	33%	30%
Categorie de angajați		
Management (toate nivelurile de management)	7%	6%
Angajați fără funcție de conducere	92%	92%



Am continuat să **colectăm feedback de la colegi** prin canalele deja cunoscute lor:

- ✓ **Adresa de e-mail** – disponibilă tuturor colegilor, aici pot trimite inclusiv propuneri și sugestii, iar timpul mediu de răspuns este de 48 de ore;
- ✓ **Stay Interview** – utilizat în discuțiile unu-la-unu dintre manager și colegii de echipă; în funcție de nevoile identificate se elaborează planuri de acțiune la nivel de magazin, respectiv per echipă;
- ✓ **Chestionarul angajatului** – utilizat pentru sondarea opiniei angajaților despre Lidl ca angajator;
- ✓ **Employer Branding Survey** – sondaj utilizat în anul financiar 2023 pentru colectarea informațiilor despre Lidl ca angajator din perspectivă externă.

²⁶ Colegii cu mai puțin de trei luni de la angajare și cei aflați în concediu pentru îngrijirea copilului nu sunt eligibili pentru procesul de evaluare.



Ca urmare a **feedbackului și sugestiilor** primite de la colegi:

- ✓ Am dezvoltat și organizat sesiuni de follow-up pentru participanții la **Academiile de Leadership**, în care lucrează în grupe mici de 3 până la 6 persoane pentru consolidarea informațiilor, creșterea aplicabilității conceptelor parcurse la training și exersarea noilor abilități specifice rolului.
- ✓ Am integrat răspunsul la nevoile de formare nonstandard într-un format personalizat în inițiativele actuale de îmbunătățire a competențelor individuale și de echipă. Acestea sunt urmate de etape de follow-up și, unde este cazul, de un plan de dezvoltare pe termen lung.
- ✓ Am creat **Community of practice** – ca sprijin în învățarea continuă solicitat de colegi după participarea la cursuri furnizate de externi – un cadru organizat în care participanții la anumite cursuri sunt încurajați să aplice instrumentele învățate la curs în activitatea zilnică și apoi să împărtășească experiența lor în cadrul întâlnirilor recurente. Inițiativa este desfășurată în acest moment ca proiect-pilot, competența vizată fiind: **Stakeholder Management**.



Pentru anul financiar următor ne propunem:

- ✓ **Academiile LidlShip** – să continuăm demersurile de susținere a noilor manageri și directori în tranziția către aceste roluri, cu impact puternic în companie, prin îmbunătățirea metodologiei programelor de leadership și prin implicarea mai mare a managerilor lor direcți în acest proces de dezvoltare a abilităților lor de leadership.
- ✓ **Digitalizare** – să continuăm eforturile de simplificare și digitalizare a procesului de integrare a colegilor noi în companie sau pe roluri noi. La finalul anului financiar 2023, am pilotat planuri de școlarizare dedicate comisionarilor, care reprezintă cea mai mare categorie de angajați din depozit, urmând ca în anul financiar 2024 să pilotăm și să implementăm planurile de școlarizare pentru toate rolurile din depozit.



Având în vedere că măsurile menționate mai sus au fost implementate pe parcursul anului financiar 2023, avem în vedere evaluarea impacturilor acestora în următoarea perioadă, pentru a da timp ca acestea să producă efecte.

Rezultatele Chestionarului angajatului 2023 au relevat 3 categorii la care am obținut cele mai bune scoruri:

- engagement (percepția că, prin activitatea pe care fiecare o desfășurăm ne aducem contribuția la succesul Lidl);
- leadership (colaborarea cu superiorul direct);
- oportunități de dezvoltare și învățare.

Ne dorim să oferim un mediu de lucru cât mai plăcut și de aceea, în anul financiar 2024 ariile pe care ne vom concentra atenția la nivelul întregii companii sunt cele legate de echipă și cultură - #teamlidl, comunicare și eficiență.



BINE PENTRU OAMENI



TRANSPARENȚĂ ÎN RELAȚIA CU CLIEȚII ȘI FURNIZORII NOȘTRI

Prin numărul mare de magazine pe care le deține (peste 12.350 de magazine fizice și magazine online în întreaga lume, peste 350 de magazine în România), Lidl ajunge zilnic la un număr mare de clienți. Astfel, contribuim în mod semnificativ la aprovizionarea locală și ne străduim să influențăm comportamentul consumatorilor noștri privind sănătatea și sustenabilitatea – atât prin produsele pe care le punem la raft, cât și prin campanii de responsabilizare.

Lidl și-a stabilit obiectivul de a le oferi clienților săi transparență cu privire la impactul social, de mediu și de sănătate al gamei sale de produse, pentru a le permite acestora să ia decizii de cumpărare conștiente.

Prin urmare, Lidl România depune eforturi pentru a asigura o mai mare transparență până la nivelul lanțurilor de aprovizionare și pentru a oferi informații clare despre produse. De aceea, ne-am informat toți furnizorii de produse (marcă proprie și brand) despre obiectivele Lidl cu privire la materiile prime și despre strategiile noastre în domeniu, în special despre politicile noastre de achiziții sustenabile²⁷, care fac parte din contractul-cadru de achiziție, împreună cu Codul de conduită al companiilor Grupului Schwarz pentru partenerii de afaceri.

Partenerii puternici și sistemele lor de certificare joacă un rol-cheie atât în orientarea strategică a Lidl România către o achiziție mai responsabilă a materiilor prime, cât și în lărgirea gamei de produse sustenabile. În sectorul alimentar, Lidl România se bazează pe

standarde recunoscute, cum ar fi Fairtrade, Bio și Rainforest Alliance, pentru a promova producția de alimente responsabilă din punct de vedere social și ecologic.

Lidl lucrează cu certificări nu doar în ceea ce privește producția și ingredientele. Ca parte a strategiei REset Plastic la nivel de grup (vezi detalii la pag. 86), Lidl România introduce treptat pe etichetele produselor comercializate în ambalaje formate din mai multe componente (de exemplu, hârtie și carton) informații cu privire la regulile de colectare separată a deșeurilor provenite din ambalaje. Scopul este de a contribui în continuare la o mai bună gestionare a deșeurilor în vederea reciclării, prin motivarea și sensibilizarea clienților noștri cu privire la modalitățile corecte de eliminare a ambalajelor.

În ceea ce privește procesele și procedurile după care funcționăm, acestea sunt revizuite periodic la nivelul întregului grup și implementate ulterior la nivel local. Toți colegii din departamentul Asigurarea Calității participă la instruiți specifice, după o procedură bine stabilită.

În perioada de raportare, departamentul Asigurarea Calității din Lidl România a trecut prin procesul de recertificare pe standardul de calitate ISO 9001:2015. În septembrie 2023, departamentul Administrativ din Lidl România a primit certificarea pentru același standard de calitate.

²⁷ Website-ul Lidl România: <https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/politici-sortiment>



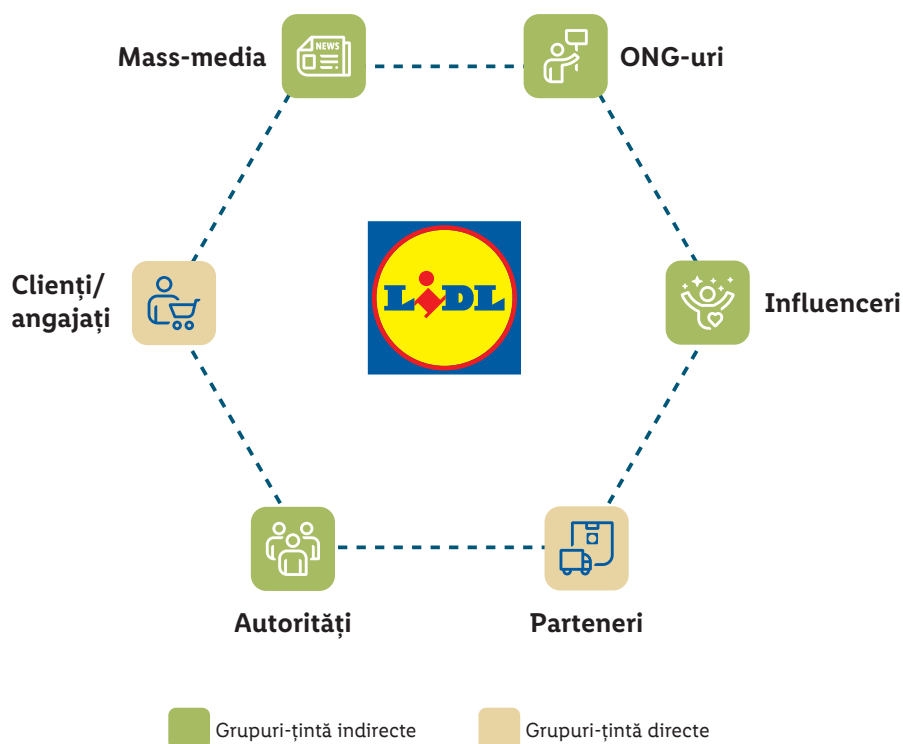


BINE PENTRU OAMENI

Dialog și cooperare cu stakeholderii



Principalele grupuri de stakeholderi cu care ne consultăm sunt reprezentate în acest infografic:



Utilizăm numeroase canale pentru a fi în legătură cu stakeholderii noștri:

Clienții noștri pot lua legătura cu noi prin următoarele canale: telefon, e-mail, social media, recenzii Google, chatul Messenger, Whatsapp, live chat și formular de contact pe site-ul [lidl.ro](https://www.lidl.ro), dar și formularul **Păreră ta**. Pentru aplicația Lidl Plus există opțiunile de App Store reviews și Google Play reviews, iar opțiunea de formular web este disponibilă atât pe site, cât și în aplicația Lidl Plus.

Păreră ta este un instrument prin care clienții pot evalua magazinul în care și-au făcut cumpărăturile.

Aceștia își pot exprima opinia referitoare la: disponibilitatea produselor la raft, prospețimea și prezentarea acestora, amabilitatea colegilor noștri din magazine, serviciul la casa de marcat și timpul de așteptare la casa de marcat.

În anul financiar 2023, am primit 453.467 de răspunsuri **#Păreerea ta**, dintre care 4.236 au avut solicitarea de a intra în legătură cu un operator. Astfel, dintre persoanele care au intrat în legătură cu departamentul nostru de Call Center, 3.813 au fost nemulțumite.

Colegii noștri au la dispoziție aplicația **We Are Lidl** pentru a transmite feedbackul lor. Cei peste 12.000 de colegi au conturi pe această aplicație, unde monitorizăm zilnic comentariile, postările și mesajele private primite de la ei. Cu ajutorul colegilor din echipa de management, dar și din departamentele de Vânzări, Logistică și HR, utilizăm aplicația pentru a menține o comunicare bidirecțională și pentru a răspunde întrebărilor colegilor legate de activitatea noastră și unde au la dispoziție informații necesare în calitate de angajați.

Prin această aplicație ne propunem să le oferim un canal de comunicare la îndemână, prin care să poată primi rapid răspunsuri clare și concise din partea

companiei. În același timp, ne încurajăm constant colegii să ofere feedback utilizând acest canal de comunicare, prin crearea de chestionare și formulare de feedback, inclusiv pentru feedbackul postevenimente interne. Echipa de comunicare internă realizează un raport lunar referitor la cele mai des întâlnite subiecte abordate de către colegi, pe care îl transmite echipei de management.

Alte modalități prin care colectăm feedback de la colegi și rezultatele acestor consultări din perioada de raportare sunt prezentate în capitolul *Facilitare*, la pag. 48, iar mențiuni despre sistemul online de notificări BKMS se găsesc în capitolul *Muncă și drepturile omului*, la pag. 24.



**Împreună pentru un viitor mai bun:
Inițiativa de sustenabilitate YOU
pentru #teamlidl**

Inițiativa de sustenabilitate **YOU** pentru #teamlidl este adresată tuturor angajaților Lidl din întreaga lume. Printr-o serie de oportunități de comunicare și învățare și prin crearea unei comunități, facem ca angajamentul nostru față de sustenabilitate să fie vizibil, tangibil și practicabil la nivel intern. Credem că orice strategie de sustenabilitate este cu adevărat valoroasă în măsura în care este asimilată de toți angajații din interiorul unei companii.

Schimbarea începe cu oamenii. Acțiunile sustenabile se reflectă în deciziile pe care fiecare dintre noi le ia în fiecare zi. **Pentru a ancora și mai profund sustenabilitatea în cultura noastră internă, am lansat inițiativa YOU în luna septembrie 2023.** Toate companiile Lidl la nivel național își unesc forțele pentru un obiectiv comun: de a-i încuraja și motiva pe angajații Lidl să acționeze în mod sustenabil. Inițiativa YOU are un dublu rol: pe de-o parte comunicarea către publicul intern a demersurilor și obiectivelor noastre de sustenabilitate și a impactului pe care acestea le au în societate și, pe de altă parte, încurajarea unui comportament sustenabil în rândul angajaților, prin acțiuni mai responsabile în viața de zi cu zi. În acest scop, inițiativa urmărește o abordare holistică, bazată pe trei piloni: **1.** informare și comunicare; **2.** ciclul de viață al angajatului; **3.** comunitatea CSR.

Înainte de lansarea campaniei interne, i-am încurajat

pe colegii noștri să participe la un sondaj privind sustenabilitatea în cadrul Lidl, pentru a înțelege mai bine ce subiecte sunt de interes pentru ei și ce îi motivează să acționeze sustenabil în viața de zi cu zi. În continuare, ca parte a pilonului de informare și comunicare, am lansat pe aplicația internă We Are Lidl o serie de mesaje care să explice pe înțelesul tuturor informații-cheie care vizează cele șase domenii incluse în strategia noastră de sustenabilitate: respectarea biodiversității, comportamentul corect, promovarea sănătății, deschiderea pentru dialog, conservarea resurselor și protejarea mediului. Fiecare domeniu de acțiune a fost ilustrat prin intermediul a patru episoade tematice, cuprinzând atât măsuri și obiective concrete pe care le urmărim, cât și exemple de bune practici sau alegeri mai responsabile, astfel încât întreaga echipă să-și poată însuși angajamentul companiei în materie de sustenabilitate și să contribuie la acesta în viața de zi cu zi sau la birou. Campania de comunicare a inclus un mix de tactici de sensibilizare a publicului intern asupra aspectelor de sustenabilitate, de la materiale video sau infografice până la chestionare dedicate. În 2024, ca parte a pilonului care vizează ciclul de viață al angajatului, acestea vor fi completate de o instruire dedicată pe platforma noastră de e-Learning, care va presupune parcurgerea a șase module în format video, corespunzătoare fiecărui domeniu de acțiune din strategia de sustenabilitate a Lidl.



BINE PENTRU OAMENI

Partenerii noștri de afaceri sunt stakeholderi-cheie pentru Lidl România. De aceea, consultările cu aceștia au loc în mod constant și direct.

În raportul anterior, la pag. 75 am menționat că în anul financiar 2023 cel puțin 50 de producători locali de legume și fructe vor utiliza noua metodă de evaluare și îmbunătățire a practicilor agricole, elaborată în parteneriat cu USAMVB. Putem raporta că un număr de **69 de producători locali au trecut prin acest proces de evaluare**. Detalii despre măsurile întreprinse și rezultatele acestora sunt incluse în capitolul *Ecosisteme*, la pag. 74.

În perioada de raportare a avut loc pregătirea unei serii de întâlniri între echipele Lidl și furnizorii locali. În cadrul acestora, ne-am propus să ne informăm partenerii cu privire la obiectivele de sustenabilitate pe care Lidl România și le-a asumat.

În cadrul acestor evenimente, ne-am propus să le dăm ocazia partenerilor noștri să se familiarizeze cu strategia de sustenabilitate a companiei și cu cele mai importante rezultate ale Lidl și să afle, totodată, cum pot contribui alături de noi la atingerea acestor obiective, care au impact asupra mediului, economiei și oamenilor.

Primul eveniment din această serie, denumit **Supplier Day**, a avut loc la scurt timp după încheierea perioadei de raportare, în martie 2024, iar planul este să organizăm și altele pe parcursul anului financiar următor.

Supplier Day a reprezentat o oportunitate directă de dialog între echipa de Achiziții Marfă și furnizorii noștri de produse locale, pe teme precum sortimentul nostru permanent, sustenabilitatea produselor, asigurarea calității acestora sau digitalizarea în lanțul de aprovizionare. Peste 100 de producători locali au fost prezenți la eveniment. În perioada ulterioară urmează să organizăm un eveniment asemănător și pentru furnizorii de fructe și legume din Piața Lidl.

Colaborarea cu furnizorii români rămâne una dintre prioritățile noastre, prin consolidarea unor parteneriate puternice, bazate pe încredere, dialog deschis și obiective ambițioase. Evenimentele precum **Supplier Day** reprezintă un prilej de a identifica împreună noi oportunități pentru o colaborare strânsă, pe termen lung.





DESCHIDERE PENTRU DIALOG

Totodată, una dintre preocupările noastre importante este implicarea în implementarea normelor privind protecția mediului, colectarea separată a deșeurilor și protecția drepturilor consumatorilor, având un dialog permanent cu autoritățile de profil.

Prin parteneriatele pe care le avem cu ONG-urile reușim să fim mai aproape de comunitățile din care facem parte și de nevoile acestora. Domeniile în care avem parteneriate cu organizații din acest sector sunt combaterea poluării mediului cu plastic, în special a apelor, accesul echitabil la educație de calitate, combaterea risipei alimentare și sănătatea.

În ceea ce privește relația cu mass-media, în anul financiar 2023 am realizat un audit de media. Obiectivul a fost de a identificat percepția jurnaliștilor, a influencerilor și a key opinion leaders (KOLs) despre modul în care Lidl România comunică în general, în mass-media și social media, dar și despre modul în care brandul relaționează și colaborează cu aceștia. Datele obținute ne-au ajutat să identificăm acele valori de brand care pot fi fructificate în continuare, dar și să detectăm provocări, elemente problematice și oportunități de dezvoltare pe care să ne concentrăm în strategia de comunicare.

Cercetarea s-a desfășurat online, prin linkuri individuale securizate, pentru fiecare respondent în parte. Chestionarul a cuprins atât întrebări cu răspuns unic sau cu variante multiple, cât și întrebări deschise, pentru detalierea opiniilor. Aspectele investigate au inclus: percepția de comunicator a Lidl România, analiza conținutului lansat de companie în presă și în social media (prin influenceri și prin propriile canale), deschiderea și disponibilitatea companiei ca brand și colaborator.

Auditul a avut loc în rândul a: 62 de jurnaliști din presa de business, retail & logistică, generalistă, lifestyle, CSR, TV și presa locală; 24 de influenceri cu care Lidl colaborează în mod frecvent sau ocazional, dar și ambasadori de brand; și 15 KOLs, vectori de opinie în social media și mass-media, cu experiență și activitate în diferite arii media, precum radio, televiziune, dar și traininguri, consultanță în comunicare strategică și blogging.

Obiectivul nostru este să repetăm acest audit de media cel puțin o dată la 2 ani.







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 PLANETĂ



1,5 grade Celsius – Limitarea efectelor schimbărilor climatice



În prezent, schimbările climatice reprezintă una dintre problemele de mediu majore. Pentru ca efectele să rămână controlabile pentru generațiile viitoare, comunitatea globală trebuie să ia rapid măsuri pentru a combate cauzele acestor schimbări.

Printre efectele deja resimțite se numără fenomenele meteorologice extreme, care afectează și agricultura. Deși acest sector este responsabil pentru aproximativ un sfert din gazele cu efect de seră la nivel mondial, este și cel afectat în mod special de consecințele schimbărilor climatice.

Așa cum s-a decis în Acordul de la Paris privind schimbările climatice din 2015 și cum a fost confirmat în 2021 la COP26 (a 26-a Conferință a Națiunilor Unite dedicată subiectului schimbărilor climatice) de la Glasgow, statele lumii au convenit, pe baza dovezilor științifice, să limiteze creșterea temperaturii globale la 2 grade Celsius sau, în cel mai bun caz, la 1,5 grade Celsius. Lidl România sprijină acest obiectiv.

Prin intermediul European Green Deal – planul de a face economia UE mai sustenabilă – Comisia Europeană dorește ca, până în 2050, să atingă neutralitatea climatică, ceea ce înseamnă că emisiile de gaze cu efect de seră (GES) trebuie să fie aproape zero până în 2050. Prin activitățile lor, persoanele fizice și companiile au o influență asupra evoluției schimbărilor climatice; pentru a atinge obiectivele climatice, acestea trebuie să își folosească această influență și să își reducă semnificativ impactul negativ.

În ceea ce privește România, conform datelor publicate de Agenția Europeană pentru Mediu (EEA)²⁸, emisiile provenite din agricultură au scăzut cu 9,2% în perioada 2005-2021, însă vor crește cu 4,16% până în 2030 (raportat la 2005) dacă ritmul actual al măsurilor rămâne constant. Aceeași sursă arată că utilizarea surselor regenerabile²⁹ pentru producerea de energie electrică și pentru transport a crescut semnificativ, în timp ce în cazul încălzirii/răcirii rata de creștere este vizibilă, dar nu atât de importantă.



În Lidl România, protejarea mediului este relevantă pentru întreaga gamă de produse – de la fabricarea produselor noastre până la prelucrarea industrială, logistică, transport și comercializare.

În definirea obiectivelor climatice, ne ghidăm după inițiativa Science Based Targets (SBTi), despre care puteți afla mai multe din prezentarea succintă a Strategiei Climatice elaborate în comun de companiile Grupului Schwarz, la pagina următoare.

²⁸ Sursa: EEA, Agricultural Emissions and projected emissions by member state: https://www.eea.europa.eu/data-and-maps/daviz/agricultural-emissions-by-eu-member-state-2#tab-chart_3

²⁹ Sursa: EEA, fișa de țară pentru energia regenerabilă în România: <https://climate-energy.eea.europa.eu/countries/romania>

Reprezentând 83%, fabricarea produselor noastre înseamnă cea mai mare parte din amprenta totală de CO₂ a Lidl România. Prin urmare, un accent deosebit este pus pe reducerea emisiilor de GES în lanțul de aprovizionare. Pornind de aici, am dezvoltat o abordare strategică a modului în care gestionăm măsurile care vizează protejarea mediului.

Generăm emisii și în magazinele noastre, în centrele logistice, în clădirile de birouri și prin flota de vehicule destinate angajaților. Avem o influență majoră asupra acestor emisii de GES și le putem evita sau reduce în mod direct prin măsurile noastre.

Astfel, prin optimizarea proceselor noastre logistice și a transportului, economisim energie și reducem emisiile de GES. Ne-am stabilit de mulți ani standarde înalte de sustenabilitate pentru construcția și exploatarea clădirilor noastre, creând astfel baza unui portofoliu imobiliar care poate deveni din ce în ce mai sustenabil. Dorim să contribuim la protejarea mediului și la conservarea resurselor în toate fazele ciclului de viață al clădirilor.



STRATEGIA CLIMATICĂ ELABORATĂ ÎN COMUN DE COMANIILE GRUPULUI SCHWARZ

Schimbările climatice reprezintă provocări enorme pentru societatea noastră și impun acțiuni la toate nivelurile societății. Fiind una dintre companiile Grupului Schwarz, Lidl România își propune să își mențină contribuția proprie la schimbările climatice la un nivel cât mai scăzut posibil și să reducă constant emisiile de gaze cu efect de seră. Pentru a realiza acest lucru, companiile Grupului Schwarz se angajează împreună să respecte următoarele trei principii:

1. Prevenirea generării de emisii de GES ori de câte ori acest lucru este posibil.
2. Reducerea acelor emisii de GES care sunt inevitabile.
3. Compensarea emisiilor operaționale de GES (Scope 1 și 2) pe care în prezent nu le putem preveni sau reduce, în conformitate cu standardele recunoscute la nivel internațional.

În Lidl România, responsabilitatea pentru aria CSR „1,5 grade Celsius” revine departamentelor Achiziții Marfă, Logistică, Achiziții Interne, Construcții și Facility Management – în strânsă coordonare cu departamentul CSR. Acestea coordonează managementul operațional al tuturor măsurilor, pentru a respecta legislația națională și normele interne. Subiectul protejării mediului în lanțul de aprovizionare este responsabilitatea departamentului Achiziții Marfă. Departamentul de Construcții și Facility Management este responsabil în mod particular pentru domeniul imobiliar, cel de Achiziții Interne pentru partea de echipamente, în timp ce departamentul Logistică și depozitele sunt responsabile pentru domeniul transport.

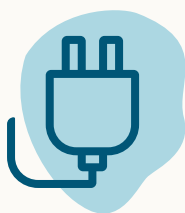


INIȚIATIVA SCIENCE BASED TARGETS CA PUNCT DE PORNIRE PENTRU ȚINTELE CLIMATICE COMUNE

În august 2020, ca parte a Strategiei Climatice elaborate în comun, companiile Grupului Schwarz s-au alăturat inițiativei SBTi. După ce s-a făcut o evaluare completă a impactului asupra climei și o analiză a amprente de carbon, în conformitate cu metodologia SBTi, au fost definite obiectivele comune de protejare a mediului. Rezultatele au fost depuse împreună cu un plan comun de măsuri, elaborat în vederea reducerii, prevenirii sau compensării, după caz, a emisiilor de CO₂ rezultate din operațiuni și provenite din activitățile desfășurate în lanțul de aprovizionare. Aceste obiective bazate pe știință au fost validate și făcute publice de SBTi în septembrie 2021.



BINE PENTRU PLANETĂ



MANAGEMENTUL ENERGETIC OPERAȚIONAL

Pe lângă utilizarea sporită a surselor de energie regenerabilă, o utilizare mai eficientă a energiei este esențială pentru reducerea emisiilor de GES.

Toate magazinele Lidl România, centrele logistice și clădirile de servicii sunt certificate în conformitate cu sistemul de management al energiei ISO 50001. Mai multe informații sunt disponibile în secțiunea *Clădiri sustenabile*, de la pag. 66.

Cu ajutorul sistemului de management care înregistrează consumul și oferă date pentru analiza acestuia, deficiențele și potențialul de optimizare pot fi identificate din timp.

Printre măsurile de optimizare a consumului pe parcursul perioadei de raportare amintim de reducerea programului de funcționare a magazinelor, măsură valabilă până în prima parte a anului 2023.

De asemenea:

- s-a redus iluminatul pe o treime din suprafața de vânzare;

- a fost oprit iluminatul de raft în zona legume-fructe aproximativ șase luni;
- a fost oprit parțial iluminatul în zona de brutărie;
- a fost oprit iluminatul publicitar până la finalul perioadei de raportare;
- intervalul de activare a senzorilor din zona personal și din depozit a fost redus de la 5 la 2 minute.

Distorsiunile de pe piața energetică de la sfârșitul anului 2022, când a fost organizată licitația pentru perioada următoare, inclusiv reglementările legale din acel moment, ne-au obligat să încheiem un contract fără a stipula obligativitatea furnizării de energie electrică din surse regenerabile. Contextul din piața de energie ne-a permis, pe parcursul anului financiar 2023, să semnam contracte pentru furnizarea energiei din surse regenerabile pentru majoritatea locațiilor aflate în proprietatea Lidl pentru anul 2024. Acest lucru ne permite să ne realiniem treptat la obiectivul de a alimenta toate locațiile aflate în proprietatea Lidl cu 100% energie verde, obiectiv pe care îl atinsesem în anii anteriori crizei energetice. Următorul pas este încheierea unui nou contract, care, în 2025, să ne conducă la îndeplinirea completă a acestui obiectiv.





CONSUMUL DE ENERGIE

După cum se observă din tabelul care urmează, **consumul total de energie** al Lidl România a crescut în perioada de raportare de la 245,6 GWh în exercițiul financiar 2022 la aproximativ 258,7 GWh în 2023.

Pe de altă parte, **intensitatea energetică** s-a redus în aceeași perioadă de la **600,8 kWh/m²** de suprafață de vânzare la **599,1 kWh/m²**.

	2022	2023
Total energie electrică autogenerată din surse regenerabile (sisteme de panouri fotovoltaice)	813.219	3.542.688
Total energie electrică autogenerată din surse neregenerabile	0	0

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

	2022	2023
Consumul direct de energie	42.691.041	45.282.636
Energia electrică autogenerată din surse regenerabile (sisteme de panouri fotovoltaice) consumată	813.219	3.529.031
Energie consumată din gaz natural	22.781.790	22.563.034
Energie consumată pentru flota de autovehicule*	17.974.580	18.691.007
Energie consumată din păcură	0	0
Alte surse primare din care s-a obținut energie (GPL, motorină de urgență)	1.121.451	499.565
Consum indirect de energie	202.884.723	213.398.091
Energie electrică achiziționată din surse mixte	138.534.133	187.593.091
Energie electrică achiziționată din surse regenerabile	64.350.590	25.805.000
Consum total de energie (calculat în kWh)	245.575.764	258.680.727
Vânzarea de energie regenerabilă (injecția în rețeaua publică)	0	13.657
Vânzarea de energie neregenerabilă (injecția în rețeaua publică)	0	0

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

În concordanță cu obiectivul amintit, au fost continuate proiectele privind montarea sistemelor de panouri fotovoltaice (PF) și, în conformitate cu prevederile legale, instalarea stațiilor de încărcare a mașinilor electrice, atât în centrele logistice, cât și la magazine. În anul financiar 2023, au fost puse în funcțiune PF pe 60 de magazine, rezultând un total de 80 de magazine care aveau PF funcționale la finalul perioadei de raportare. Toate magazinele Lidl nou construite care au PF instalate și funcționale respectă cerința standardului **nZEB (Nearly-Zero Energy Buildings)**.

Procesul de instalare a PF va continua și în anii care urmează, la magazinele nou deschise.

**Avem montate panouri
fotovoltaice funcționale pe**

80 de magazine.





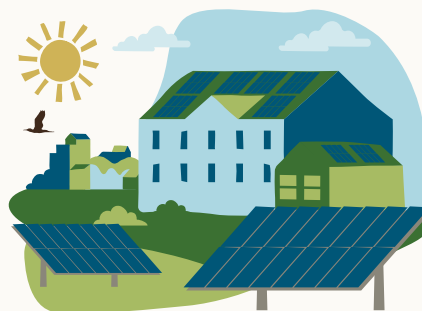
BINE PENTRU PLANETĂ

Măsura se aplică și centrelor logistice – pe centrul nostru din Fundeni a fost pus în funcțiune sistemul de panouri fotovoltaice în 2023, urmând ca centrul din Roman, dar și depozitul care urmează a fi deschis în cursul anului financiar 2025 să fie dotate cu același sistem.

Pentru a putea identifica din timp posibilitățile de optimizare și modul în care putem reduce consumul de energie, pentru perioada care urmează ne propunem următoarele:

- extinderea sistemului de monitorizare în funcție de tipul de consumator. Mai precis, ne dorim să urmărim cu atenție consumurile specifice (de exemplu, iluminat, zona de frig etc.), ceea ce ne ajută în depistarea timpurie a anomaliilor, intervenția punctuală și corectarea acestora;

- punerea în funcțiune de sisteme noi de panouri fotovoltaice (la magazine și depozite);
- reducerea amprentei de CO₂ prin înlocuirea echipamentelor frigorifice care folosesc agenți frigorifici halogenați cu un factor mare de emisii de GES cu soluții pe bază de agenți frigorifici naturali. Înlocuirea acestora va fi pusă în practică în următorii patru ani (2024-2028) atât în magazine, cât și în depozitele noastre.



CLĂDIRI SUSTENABILE

În Lidl România, ne dorim să creștem nivelul de sustenabilitate al proprietăților noastre existente și care urmează a fi construite. În acest sens, dezvoltăm concepte de construire adecvate unui nivel sporit de protejare a mediului, conservare a resurselor și protejare a biodiversității. Obiectivul nostru este de a crește treptat în portofoliul de proprietăți imobiliare proporția de clădiri mai sustenabile.

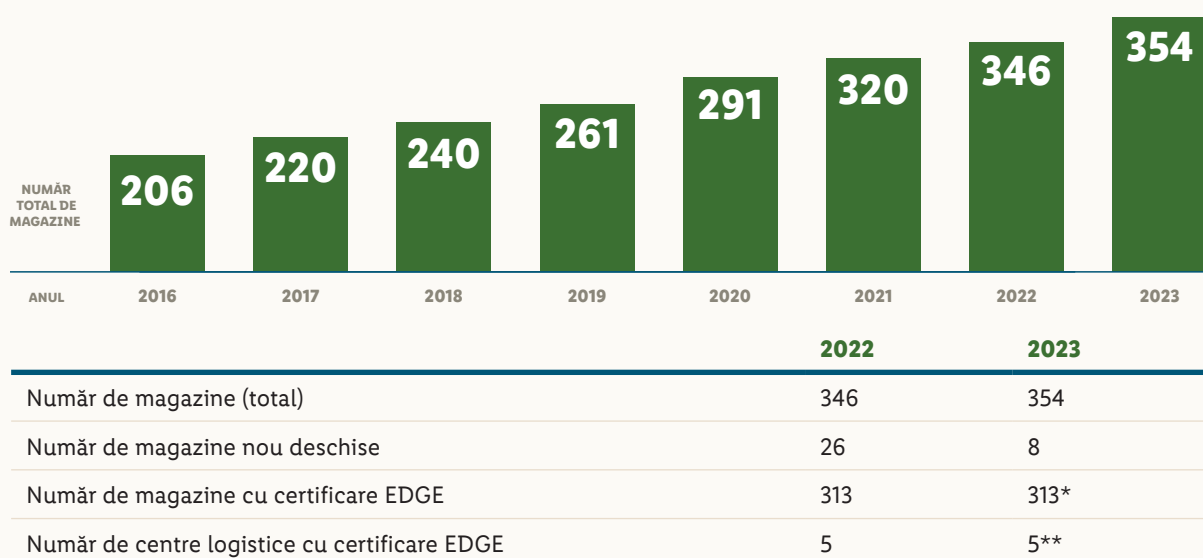
Dorim să contribuim la reducerea la minimum a impactului pe care îl are activitatea de construire asupra mediului, prin utilizarea unor materiale de construcție mai ecologice și cu emisii reduse.



Ne bazăm pe utilizarea sistemelor de panouri fotovoltaice care generează electricitate pentru a promova creșterea consumului de energie din surse regenerabile; folosim perlatoare la bateriile de la grupurile sanitare și bucătărie pentru a reduce consumul de apă; sistemul de iluminat are surse cu tehnologie LED, ceea ce duce la un consum mai mic de energie electrică. Depozitul de la Fundeni se remarcă printr-un mural de peste 6.000 de metri pătrați amplasat pe două dintre laturile construcției.

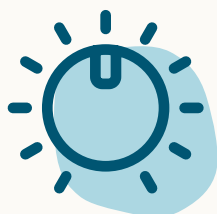
Ca parte a sistemului nostru de management al energiei certificat ISO 50001, am elaborat un plan de acțiune ce include numeroase măsuri de eficientizare energetică.

Totodată, toate clădirile nou construite respectă cerința nZEB și sunt certificate EDGE. Certificarea EDGE atestă construirea clădirilor eficiente din punctul de vedere al utilizării resurselor, într-un mod ușor, inteligent și accesibil. Prin certificatele de urbanism se solicită elaborarea unui „Studiu privind posibilitatea utilizării unor sisteme alternative cu eficiență ridicată, în funcție de fezabilitatea acestora din punct de vedere tehnic, economic și al mediului înconjurător”, în conformitate cu Legea nr. 372/2005.



* procesul de certificare a continuat în 2023 pentru încă 33 de magazine, urmând să fie emise certificatele.

** procesul de certificare a continuat în 2023 pentru încă 1 centru logistic, urmând să fie emis certificatul.



Utilizarea sistemului de automatizare (BMS) a clădirilor reduce consumul de energie.

Acesta include atât controlul/reglarea în funcție de cerere, pentru a optimiza consumul energiei, cât și monitorizarea/supravegherea sistemelor tehnologice ale clădirii.

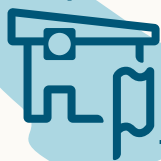
În Lidl România ne bazăm pe comutarea temporizată a sistemelor de iluminat și de ventilație, precum și pe controlul iluminatului în funcție de lumina naturală sau de prezența persoanelor. Sistemul BMS, care se regăsește în toate locațiile noastre, nu permite încălzirea și răcirea simultană, existând un sistem de blocare reciprocă.

Datorită monitorizării constante și a analizei continue a consumului de energie, putem reacționa rapid când apar defecțiuni.

Pompele de căldură cu un grad ridicat de eficiență contribuie la eficientizarea energetică a proprietăților noastre. Acestea își extrag o mare parte din energie din mediul înconjurător – de exemplu, sub formă de căldură ambientală din aer și din sol – și, prin urmare, reprezintă o modalitate de economisire a energiei pentru încălzirea clădirilor. În prezent, unul dintre magazinele și unul dintre sediile noastre au deja pompe de căldură.



BINE PENTRU PLANETĂ



În anul financiar 2024, ne propunem să deschidem 23 de magazine noi.

Ca parte a priorităților noastre strategice, în anul financiar 2023 au fost continuate și proiectele privind montarea de panouri fotovoltaice și a stațiilor de încărcare a mașinilor electrice, atât la magazine, cât și la centrele logistice. Unul dintre obiectivele noastre pentru această perioadă de raportare a fost să dotăm 50 de magazine cu panouri fotovoltaice, însă am ajuns la un număr de 60 de magazine dotate cu astfel de sisteme în anul financiar 2023. Astfel, la finalul perioadei de raportare, aveam, cumulativ, 80 de magazine cu panouri fotovoltaice puse în funcțiune, la nivel național. Pentru următorul an financiar, ne propunem să punem în funcțiune panouri fotovoltaice pe 2 centre logistice și pe toate magazinele construite de către noi, acolo unde ne permite construcția.

Stații de încărcare pentru mașinile Plug-In hybrid/electrice

Lidl România promovează mobilitatea electrică instalând stații de încărcare electrică, pentru clienții, angajații și partenerii noștri de afaceri. Prin intermediul rețelei noastre de magazine, putem pune la dispoziție infrastructura de încărcare pentru mobilitate electrică și putem completa opțiunile de încărcare existente. Până în prezent, **37% dintre magazinele Lidl România sunt dotate cu stații de încărcare pentru automobile electrice**. Rețeaua noastră de magazine avea la finalul perioadei de raportare un total de 326 de puncte de încărcare electrică (conectate la surse de curent atât continuu, cât și alternativ). Extindem constant infrastructura de încărcare pentru mașini electrice și, până în anul 2027, ne propunem să instalăm câte o stație (prevăzută cu cel puțin două puncte de încărcare) în parcare a fiecărui magazin nou construit aflat în proprietatea Lidl România. Suplimentar, mai există 20 de astfel de puncte de încărcare în parcurile din sediile noastre regionale Fundeni și Lugoj.

	2022	2023
Număr de puncte de încărcare a mașinilor electrice	300	326





TRANSPORT ȘI LOGISTICĂ, LANȚURI DE APROVIZIONARE PRIETENOASE CU MEDIUL



Lidl România are de mulți ani acorduri de cooperare cu furnizorii de servicii pentru transportul de mărfuri mai puțin poluant cu ajutorul camioanelor electrice și CNG. Pentru a susține operaționalizarea unei flote de camioane mai puțin poluante, din anul 2021 am introdus, în regim de testare, livrările la magazine cu camioane propulsate electric sau pe bază de CNG.

De asemenea, am lucrat la utilizarea mai eficientă a capacităților de transport și la evitarea curselor în gol. Am verificat în mod regulat modul în care planificarea rutelor a putut fi optimizată în funcție de volumul de comenzi al magazinelor din rețeaua noastră, care se schimbă zilnic.

În plus, a fost îmbunătățită soluția software pentru planificarea și optimizarea rutelor, care este extinsă în mod continuu și în centrele logistice.

În vederea creșterii calității serviciilor oferite, în perioada de raportare am redus numărul furnizorilor de servicii de transport. Pe de altă parte, **am crescut numărul de camioane utilizate propulsate cu CNG, de la 6 la 15 unități.**

	2022	2023
Număr de furnizori de servicii de transport	30	25
Număr total de camioane utilizate	249	242
Motor Euro6	57,8%	65,3%
Motor Euro5	38,6%	27,3%
Alte tipuri de motoare (1 electric, 14 CNG)	3,6%	7,4%
Distanța medie depozit-magazin (km)	108	109

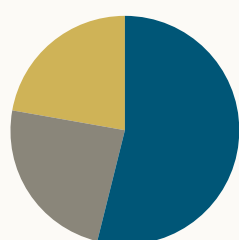
În ceea ce privește flota de serviciu (destinată angajaților noștri), ne-am stabilit ca, până la finalul anului financiar 2022, **55% din aceasta să fie compusă din mașini Mild Hybrid**. Criza semiconductorilor, care a condus la perturbări în lanțurile globale de aprovizionare, și apoi schimbarea politicii Lidl România privind durata de viață a mașinilor (care a crescut de la 24 la 36 de luni, standard stabilit în urma condițiilor economice la nivel internațional) ne-au obligat să ajustăm acest obiectiv. Noua țintă pentru anul financiar 2024 este ca 45% din flota de mașini destinate angajaților să fie cu motorizare Mild Hybrid.



BINE PENTRU PLANETĂ

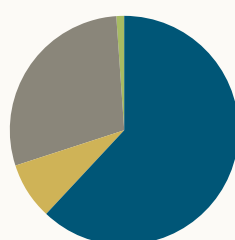
NUMĂRUL DE AUTOTURISME DIN PARCUL AUTO AL ANGAJAȚILOR

	2022	2023
Benzină	491	494
Motorină	217	63
Mild Hybrid	202	332
Plug-In Hybrid	0	2



2022

54% Benzină
24% Motorină
22% Mild Hybrid



2023

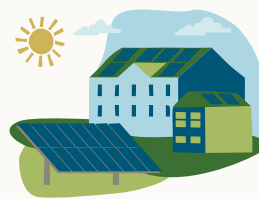
55,44% Benzină
7,07% Motorină
37,26% Mild Hybrid
0,22% Plug-In Hybrid

	2022	2023
Număr de km parcurși de angajați în interesul serviciului	20.865.300	21.883.909





REDUCEREA EMISIILOR DE GAZE CU EFECT DE SERĂ



Lucrăm în vederea atingerii obiectivului de a ne reduce efectiv emisiile de gaze cu efect de seră Scope 1 și 2 cu până la 80% până în 2030, pornind de la anul de referință 2019. De exemplu, printre măsurile noastre se numără: optimizarea rutelor, rute de livrare mai scurte, centre logistice noi, flotă de camioane cu emisii reduse, permiterea operării de către companiile de logistică a rutelor și conducerea în mod economic.

Totodată, pentru a înțelege mai bine impactul gamei noastre de produse asupra climei și ca parte a unei analize de risc, din anul 2019 calculăm în mod regulat amprenta de GES a sortimentelor noastre de produse. Pe lângă produsele de origine animală, care includ carnea și produsele lactate și care au fost identificate ca fiind categorii de produse cu emisii deosebit de mari, am analizat și produsele nealimentare, cum ar fi aparatele electrice aflate în etapa de utilizare. În grupurile de produse alimentare, procesele agricole și creșterea animalelor, în special, determină creșterea emisiilor. În cazul produselor electronice, faza de utilizare, în special, este responsabilă pentru emisii ridicate de gaze cu efect de seră, în funcție de rețele și de eficiența energetică a produselor.

Pe baza rezultatelor calculării amprentei de carbon, colaborăm cu partenerii noștri de afaceri pentru a lua cele mai adecvate măsuri de reducere a acesteia.

De asemenea, le oferim furnizorilor noștri servicii de asistență digitală, cum ar fi cursuri de formare privind reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră. Acestea includ dezvoltarea de măsuri de reducere și achiziționarea de energie electrică regenerabilă în cadrul companiilor.

Dincolo de fabricarea produselor, evităm, pe cât posibil, transportul cu emisii ridicate și ne bazăm pe produse de sezon în gama noastră de fructe și legume, pentru a evita rutele lungi de transport. Multe dintre obiectivele noastre privind materiile prime și ambalajele (de exemplu, utilizarea de materiale plastice reciclate) contribuie, de asemenea, la reducerea necesarului de energie pentru realizarea produselor noastre. Din acest motiv, la nivel internațional, Lidl a renunțat la transportul aerian de mărfuri din categoriile fructe și legume.

OBIECTIVELE LIDL LA NIVEL INTERNAȚIONAL

Lidl s-a angajat să atingă obiectivul Net-Zero până în 2050 în toate domeniile sale de activitate și pe întreg lanțul de aprovizionare. Acest lucru înseamnă că Lidl își va reduce emisiile de gaze cu efect de seră cât mai aproape de zero posibil.



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.

Amprenta de carbon detaliată la pagina următoare arată emisiile de GES ale Lidl România în tone de echivalent CO₂ și se referă la magazinele, centrele logistice și sediile de birouri. Pentru calcul am respectat cerințele Protocolului privind gazele cu efect de seră (Greenhouse Gas Protocol). Emisiile operaționale de GES includ emisiile directe (Scope 1) și emisiile indirecte provenite din achiziționarea de energie (electricitate și căldură) (Scope 2), precum și emisiile indirecte de GES din amonte și din avalul lanțului nostru valoric (Scope 3).

Datele folosite sunt fie colectate de noi, fie primite de la furnizori, fie extrapolate; factorii de emisie necesari ne sunt furnizați de un furnizor extern de servicii, care și calculează amprenta de carbon pentru noi.



BINE PENTRU PLANETĂ

Categorii în funcție de GHG protocol	Emisii de GES (în t CO ₂ e) în anul financiar 2019 (an de referință)	Emisii de GES (în t CO ₂ e) în anul financiar 2022	Emisii de GES (în t CO ₂ e) în anul financiar 2023
Scope 1	14.448	14.800	15.501
Emisii fugitive ¹	5.281	5.844	6.575
Ardere în mers ²	3.775	4.514	4.684
Ardere staționară ³	5.392	4.442	4.242
Scope 2	31.558	30.928	27.739
Încălzire centrală (sistem public)	0	0	0
Electricitate: abordare în funcție de piață	31.558	30.928	27.739
Electricitate: abordare în funcție de locație	46.872	55.611	58.108
Scope 3 – amonte	2.999.410	4.474.024	4.523.446
3.1. Bunuri și servicii achiziționate ⁴	2.923.681	4.372.593	4.237.173
3.3. Emisii derivate din consumul de combustibili și energie ⁵	14.770	17.650	18.191
3.4. Transport în amonte ⁶	28.704	39.016	222.393
3.5. Deșeuri operaționale ⁷	21.129	29.353	29.060
3.6. Deplasări în interesul serviciului ⁸	1.754	1.257	1.193
3.7. Transportul local al angajaților ⁹	9.372	14.154	15.436
Scope 3 – aval	129.423	300.207	532.519
3.11. Produsele comercializate aflate în faza de consum ¹⁰	125.550	293.927	238.180
3.12. Recuperarea produselor comercializate ¹¹	3.873	6.280	294.339
Total emisii	3.174.839	5.496.622	5.099.205

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 categorii 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.

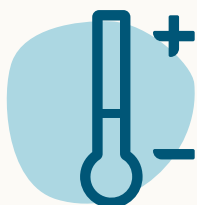
Notă: Modificările în calculul cantității de emisii de carbon față de Raportul de sustenabilitate pentru anul financiar 2022 ca urmare a modificării metodologiei de colectare a datelor și corecțiilor ulterioare sunt datorate disponibilității unor date suplimentare.

Ne raportăm emisiile conform Scope 2, utilizând calculul bazat pe locație și pe piață. Acesta din urmă ține cont de factorii de emisie pe care îi obținem direct de la furnizorul nostru de energie electrică (mixul de energie Lidl România). Abordarea bazată pe locație, pe de altă parte, utilizează pentru conversie factorii de emisie ai unei regiuni geografice, în cazul nostru România. Am calculat emisiile totale pentru Scope 1, 2 și 3 utilizând abordarea bazată pe piață.

O contribuție importantă la evitarea emisiilor de gaze cu efect de seră este trecerea de la energia electrică obținută din surse fosile la cea din surse regenerabile. Am descris măsurile luate la pag. 64. În total, în anul financiar 2023, din consumul de energie electrică, 12% a fost acoperit de energie electrică provenită din surse regenerabile, în timp ce o cantitate de 3.529.031 kWh din energia electrică consumată a fost generată de Lidl România, prin sistemele de panouri fotovoltaice. După cum am amintit, Lidl România utilizează sisteme de panouri fotovoltaice pentru generarea de energie

electrică din 2016, atât pentru a ne reduce consumul de energie din surse convenționale, cât și pentru a ne reduce emisiile de GES.

În cazul în care sistemele de panouri fotovoltaice generează mai multă energie electrică decât avem nevoie pentru propriile noastre consumuri, injectăm acest surplus în rețeaua publică. În 2023, un total de 80 de magazine și 1 sediu logistic ale Lidl România erau echipate cu instalații fotovoltaice. În total, Lidl România are o capacitate instalată de 11.566 kWp.



REFRIGERANȚI NATURALI

Lidl România respectă standardul intern de construcție, îmbinând atât agenți frigorifici naturali, cum ar fi propanul (C_3H_8), dioxidul de carbon (CO_2) sau amoniacul (NH_3), cât și agenți care au un factor minim de încălzire globală. Aceștia sunt utilizați pentru condiționarea clădirilor (răcire și încălzire), dar și pentru producerea de temperaturi la nivel de refrigerare și congelare unde sunt depozitate produse perisabile. În cazul unui accident care presupune o pierdere de agent frigorific, emisiile de GES eliberate sunt neglijabile.

În anul financiar 2023

100%

dintre
centrele
logistice

82,8%

dintre
magazine

foloseau refrigeranți naturali
pentru răcirea produselor.





BINE PENTRU PLANETĂ

Obiectivul Lidl este ca, pentru răcirea produselor, să utilizăm agenți frigorifici naturali în 90% din centrele noastre logistice (în proprietate) și în 40% din magazinele noastre până în 2023. Lidl România și-a atins deja acest obiectiv: în anul de raportare 2023, 100% din centrele logistice și 82,8% din magazine

utilizau agenți frigorifici naturali pentru răcirea produselor. Totodată, 3,1% dintre magazinele noastre aveau instalate sisteme active de încălzire/răcire pentru climatizarea clădirilor cu agenți frigorifici naturali. Însă, niciunul dintre centrele noastre logistice nu avea instalate astfel de sisteme active.



Ecosisteme



Ultimul secol a fost marcat de o transformare majoră a habitatelor naturale, motiv pentru care ecosistemele noastre sunt acum în pericol (IPBES 2019³⁰, Discussion nr. 24 „Global Diversity in Crisis”). Într-o perioadă relativ scurtă, **85% din zonele umede au fost distruse, 9% din speciile de animale au dispărut, iar 23% din suprafața de pământ a planetei noastre este considerată degradată din punct de vedere ecologic și nu mai poate fi utilizată**³¹.

Criza climatică și pierderea biodiversității sunt cele mai mari riscuri globale ale timpului nostru³². În calitate de retailer alimentar, Lidl poartă o

responsabilitate specială, deoarece o mare parte din gama noastră de produse provine din producția agricolă.

Ecosistemele funcționale reprezintă baza afacerii noastre. Cu toate acestea, activitățile noastre comerciale contribuie, de asemenea, la transformarea habitatelor naturale în terenuri agricole și, prin urmare, la schimbările climatice și la pierderea biodiversității. Lidl nu numai că are o influență puternică asupra acestor evoluții, ci se află și sub amenințarea riscurilor asociate, care sunt în detrimentul activității noastre.

³⁰ Sursa: website-ul IPBES: <https://www.ipbes.net/global-assessment>

³¹ Sursa: website-ul Our World in Data: <https://ourworldindata.org/forests-and-deforestation>

³² Sursa: website-ul World Economic Forum: <https://www.weforum.org/publications/global-risks-report-2024/>

O componentă centrală a strategiei de sustenabilitate a Lidl în materie de achiziții este gestionarea lanțurilor de aprovizionare cu materii prime într-o manieră mai responsabilă din punct de vedere social și ecologic. Prin urmare, angajamentul nostru vizează reducerea la minimum a impactului ecologic și social negativ al materiilor noastre prime – de la cultivare, recoltare și procesare până la transportul către magazine.

Aceste aspecte sunt explicate pe larg în politica noastră de achiziții privind materiile prime³³. Documentul include și angajamentele pe care ni le-am asumat în acest domeniu, unul dintre acestea fiind ca, până în 2025, achiziționarea de materii prime definite ca fiind critice să fie mai sustenabilă.



Urmărim acest obiectiv prin strategia noastră, care se bazează pe patru piloni:

1. Înțelegerea efectelor
2. Stabilirea standardelor
3. Promovarea alternativelor
4. Susținerea schimbării.

Informații despre obiectivele pe care ni le-am asumat privind materiile prime se găsesc în acest capitol, secțiunea *Materii prime*, pag. 84.

Departamentul central de Construcții și Achiziții Interne este responsabil de subiectul biodiversității în lanțul de aprovizionare la nivel internațional, iar la nivel național, în Lidl România, responsabilitatea îi revine departamentului CSR Achiziții Marfă.

³³ Sursa: website-ul Lidl România: <https://www.lidl.ro/l/ro/cataloge/politica-de-achizitii-privind-materiile-prime/view/flyer/page/1>



BINE PENTRU PLANETĂ

Materiile prime reprezintă baza produselor noastre. Prin utilizarea și comercializarea acestora, avem o influență asupra biodiversității. În special, pierderea pădurilor din cauza utilizării terenurilor pentru produse agricole precum soia, ulei de palmier, cafea și cacao are un impact negativ asupra ecosistemelor naturale și, prin urmare, asupra biodiversității. De aceea, ne-am stabilit obiective stricte de certificare și trasabilitate pentru materiile prime cu risc major legat de defrișări. Acestea se regăsesc în **Politica noastră de achiziții privind lanțurile de aprovizionare care nu implică defrișările și conversia pădurilor** (document public pe site-ul companiei)³⁴. Acestea sunt parte din acțiunile noastre de diligență cu privire la Regulamentul UE privind defrișările și depășesc cerințele legale pentru lanțurile de aprovizionare fără defrișări, în multe domenii.



Ca parte a strategiei noastre privind materiile prime, am stabilit, în lanțurile noastre de aprovizionare care prezintă riscuri, sisteme de certificare fiabile, care contribuie, printre altele, și la protejarea ecosistemelor și a habitatelor. Dintre acestea menționăm: FSC³⁵ în ceea ce privește lemnul și hârtia, Rainforest Alliance³⁶ în ceea ce privește defrișările, standardul MSC³⁷ în ceea ce privește pescuitul și GLOBALG.A.P.³⁸ cu accent pe promovarea biodiversității în agricultura convențională. În cadrul GLOBALG.A.P. Biodiversity add-on, dezvoltat și implementat de Lidl împreună cu GLABALG.A.P., producătorii de legume și fructe participanți la nivel internațional se angajează să implementeze măsuri de promovare a biodiversității pe cel puțin 3% (sau 10% până în 2030) din terenurile lor agricole.



În raportul anterior am prezentat inițiativa locală, demarată în parteneriat cu **Universitatea de Științe Agricole și Medicină Veterinară București (USAMVB)**, privind o metodă de evaluare și îmbunătățire a practicilor agricole destinată producătorilor noștri locali de legume și fructe. Prin utilizarea acestei metode, care urmărește patru arii: apă, sol, climă și biodiversitate, producătorii primesc îndrumare de specialitate și exemple aplicabile care îi ajută să reducă impacturile negative asupra mediului pe care activitatea agricolă le poate avea.

În perioada de raportare, un număr de **69 de furnizori locali au trecut prin această auditare**. Rezultatele din teren arată următoarele:



MODUL DE UTILIZARE A APEI

10% din producătorii auditați au prezentat impacturi negative asupra resurselor de apă, cauzele fiind, de exemplu, lipsa automatizării irigațiilor, lipsa senzorilor de umiditate pentru irigare de precizie sau necolectarea apelor pluviale spre re folosire. Niciunul dintre acești furnizori nu se află în zone cu stres hidric. Ca urmare a auditului, furnizorii în cauză vor implementa măsuri de utilizare responsabilă a apei, în special prin utilizarea computerelor de irigație și a senzorilor de umiditate.



MODUL DE UTILIZARE A SOLULUI

Au fost identificate impacturi negative asupra utilizării solului la 28% din producătorii auditați. Principalele cauze identificate au fost: neaplicarea de îngrășăminte organice, neutilizarea compostării resturilor vegetale spre re folosire și neevitarea tasării solului, prin utilizarea de pneuri cu presiune scăzută, lățime mare sau șenile.



IMPACTUL ASUPRA CLIMEI

34% din producătorii auditați au prezentat impacturi negative asupra climei. Acestea provin din multiple cauze: lipsa de panouri fotovoltaice și de instalații eoliene, lipsa de perdele protectoare la limita și în interiorul fermei, utilizarea dozelor de îngrășăminte fără cartare agrochimică, rotația culturilor prea scurtă, încorporarea superficială a resturilor vegetale sau necompostarea acestora pentru utilizarea ca îngrășământ organic.

³⁴ Sursa: website-ul Lidl România: <https://www.lidl.ro/ro/catalogue/politica-de-achizitii-defrisari-i-conversia-padurilor/view/flyer/page/1>

³⁵ Sursa: website-ul Forest Stewardship Council: <https://fsc.org/en/fsc-standards>

³⁶ Sursa: website-ul Rainforest Alliance: <https://www.rainforest-alliance.org>

³⁷ Sursa: website-ul Marine Stewardship Council: <https://www.msc.org>

³⁸ Sursa: website-ul GLOBALG.A.P.: <https://www.globalgap.org>



IMPACTUL ASUPRA BIODIVERSITĂȚII

La 39% din producătorii auditați au fost identificate impacturi negative asupra biodiversității, pentru că nu plantează culturi intercalate sau asocieri de plante companion, nu cresc benzi de specii de flori de-a lungul rândurilor cu plante de cultură pentru atragerea insectelor, lipsesc perdele de culturi despărțitoare sau funcționale, nu se atrage faună pentru menținerea echilibrului ecologic, nu se utilizează specii fixatoare de azot (mazăre, fasole), nu se aplică procese de lucrări minim invazive în sol pentru conservarea mediului microbiologic.

După analiza rezultatelor acestei auditări, fiecare furnizor a primit recomandări despre cum își poate îmbunătăți activitățile, astfel încât să remedieze impacturile negative identificate.

Ca parte a strategiei noastre, pentru a proteja speciile pe cale de dispariție și speciile protejate din zonele noastre de producție, folosim sisteme de certificare recunoscute în lanțurile noastre de aprovizionare predispuse la riscuri. În acest context, ne asumăm responsabilitatea pentru speciile aflate pe Lista roșie a Uniunii Internaționale pentru Conservarea Naturii (IUCN)³⁹ și pe listele naționale care își au habitatul în zonele afectate de activitățile noastre de afaceri. Aceste angajamente și parteneriate includ **FSC**, **Rainforest Alliance**, **MSC** și **GLOBALG.A.P.**

De asemenea, luăm diverse măsuri pentru a asigura protecția speciilor pe cale de dispariție și a speciilor protejate. De exemplu, în colaborare cu furnizorii noștri, excludem din gama noastră produsele provenite de la animale pe cale de dispariție enumerate de IUCN. De asemenea, ne concentrăm, pe cât posibil, pe pești și fructe de mare care nu sunt pe cale de dispariție și nu oferim clienților noștri specii de pește care provin din stocuri pe cale de dispariție sau supraexploatate, care sunt amenințate cu dispariția, care nu pot fi evaluate în ceea ce privește stocurile și tipul de exploatare sau care se află pe listele naționale și internaționale de protecție a speciilor.



³⁹ Sursa: website-ul IUCN: <https://www.iucnredlist.org>

**BINE PENTRU PLANETĂ****Conservarea resurselor****Apă dulce**

Apa este o resursă vitală pentru supraviețuirea umană. Apa dulce este indispensabilă, ca apă potabilă, pentru igienă, în cultivarea și prelucrarea alimentelor și ca factor de producție industrială.

De aceea, în anul 2010, **Organizația Națiunilor Unite** a definit accesul la apă curată ca fiind un drept al omului. Una dintre provocările-cheie ale secolului XXI este asigurarea unei cantități suficiente de apă curată pentru o populație mondială în creștere. Acest lucru se datorează faptului că disponibilitatea apei este amenințată de poluarea tot mai mare, de schimbările climatice, de creșterea consumului și de gestionarea inadecvată a resurselor de apă.

Producția tot mai mare de alimente, textile și alte bunuri de consum duce la creșterea consumului de apă și contribuie la poluare, la penurie și la o distribuție inechitabilă a resurselor de apă.

Așadar, fabricarea produselor noastre poate fi, de asemenea, asociată cu riscuri legate de apă. Consumul de apă și deteriorarea calității apei la punctele noastre de producție și sediile administrative, precum și de-a lungul lanțurilor noastre de aprovizionare joacă un rol special în acest sens. Mai presus de toate, cultivarea materiilor prime agricole în zonele cu deficit de apă reprezintă un risc deosebit.



Pentru Lidl România, o utilizare mai judicioasă a apei nu este o sarcină pentru viitor, ci o problemă esențială a prezentului. Acest lucru este valabil atât pentru propriile sedii, cât și pentru activitățile din lanțurile de aprovizionare. Ne-am stabilit obiectivul de a proteja și de a utiliza în mod responsabil resursele de apă dulce de-a lungul întregului lanț valoric, prin măsuri adecvate și o abordare sistematică. Pentru a ne asigura că ne atingem obiectivele privind apa, am dezvoltat o strategie extinsă ca scop privind apa, bazată pe patru piloni:

1. ÎNȚELEGEREA EFECTELOR:

Identificăm riscurile legate de apă în lanțurile noastre de aprovizionare.

Cu ajutorul unor analize sistematice de risc la nivel de (sub)categorii de produse, identificăm efectele pe care consumul de apă și contaminarea le au de-a lungul întregului lanț de aprovizionare. Acest lucru ne permite să identificăm produsele cu o expunere directă la un risc ridicat, cum ar fi produsele agricole primare, produsele de origine animală și materiile prime cu riscuri critice pentru apă. De asemenea, efectuăm analize suplimentare ale riscurilor legate de apă cu ajutorul Filtrelor de risc pentru apă de la organizația de mediu WWF.

2. STABILIREA STANDARDELOR:

Abordăm riscurile legate de apă în lanțurile noastre de aprovizionare.

Folosind cunoștințele pe care le-am acumulat în urma analizelor și a schimburilor de informații cu partenerii externi, ne bazăm pe certificări pentru gamele de produse relevante, pentru a ne asigura că apa este folosită în mod responsabil. În acest scop, la nivel de grup, au fost evaluate standardele de sustenabilitate, cum ar fi Rainforest Alliance, și cerințele lor în ceea ce privește apa și am stabilit propriile noastre cerințe, cum ar fi acordurile de obiective pentru producătorii noștri. De exemplu, toți producătorii de fructe și legume sunt certificați conform GLOBALG.A.P., IFA sau conform unui standard echivalent.

3. PROMOVAREA ALTERNATIVELOR:

Promovăm inovarea în materie de produse sustenabile.

Pentru a preveni poluarea cu plastic a resurselor de apă, avem ca obiectiv pe termen lung eliminarea microplasticelor solide și lichide din toate mărcile proprii Lidl din gama de produse cosmetice și de îngrijire personală. De asemenea, creștem proporția surselor de proteină de origine vegetală în gama noastră, pentru a reduce fabricarea de produse de origine animală care implică un consum mare de apă. În acest scop, ne-am stabilit obiective în conformitate cu Planetary Health Diet (Dieta alimentară pentru Sănătate Planetară).

4. PROMOVAREA SCHIMBĂRILOR:

Suntem implicați în inițiative și proiecte.

Pentru a impulsiona schimbări pozitive în întreaga industrie în ceea ce privește gestionarea apei, dezvoltăm în continuare standarde și ne implicăm alături de parteneri și stakeholderi din sectorul nostru de activitate, guverne, organizații nonprofit, organisme de standardizare, mediul academic și comunitățile locale. Suntem membri ai inițiativelor Leather Working Group (LWG), Partnership for Sustainable Textiles, Cotton Made in Africa (CMiA) și Alliance for Water Stewardship (AWS), fiind implicați în Grupul de lucru pentru agricultură și în proiecte de implementare la nivel global.

Responsabilitatea pentru problema apei dulci în lanțul de aprovizionare revine departamentului Achiziții CSR din cadrul Lidl România.



BINE PENTRU PLANETĂ

La fel ca în anii anteriori, am continuat să susținem **Programul „Cu apele curate”** (<https://cuapelecurate.ro/>), lansat împreună cu asociația **MaiMultVerde**, care își propune să diminueze cantitatea de plastic din apele Dunării. Aceasta are loc prin activarea comunităților locale din orașele situate pe malurile fluviului și ale afluenților săi, prin acțiuni de sensibilizare și prin crearea și punerea în aplicare a unor modele de bune practici pentru prevenirea și reducerea poluării apelor cu plastic.



Dintre rezultatele obținute în anul 2023 menționăm:

90

de activități de curățare pe malurile râurilor și pe apă

25,8

tone de deșeuri colectate (dintre care 17,5 tone de plastic)

2.258

de voluntari participanți

Trei noi bariere plutitoare (brațe) instalate pe râurile Dâmbovița, Jijia și Bega, cu **14 tone de deșeuri din plastic oprite** de brațe pe râurile Jiu, Olt, Buzău, Siret, Dâmbovița, Jijia și Bega

Bune practici: instalarea a două containere de gunoi pentru colectarea deșeurilor din plastic (Bicăz, Prisăcani) și a unuia exclusiv pentru colectarea dopurilor de plastic (Sulina).

Organizarea a 3 tabere eco-educative, împreună cu Festivalul Dunării #CuApeleCurate (Călărași, 23-25 iunie 2023).

Finalizarea și lansarea studiului realizat în colaborare cu **GWP România și Universitatea Dunărea de Jos Galați** privind cantitatea de deșeuri din plastic care ajunge în Dunăre în România și se deversează în Marea Neagră⁴⁰.



⁴⁰ Sursa: Mai Mult Verde: https://cuapelecurate.ro/wp-content/uploads/2023/09/Studiu-microplastic_Asociatia-MaiMultVerde_2023.pdf

În comparație cu consumul de apă din lanțul de aprovizionare (amprenta de apă a produselor noastre), consumul nostru propriu este mic.

Cu toate acestea, lucrăm în mod constant pentru a reduce consumul de apă în magazine, centre logistice și sedii administrative, așa cum am detaliat în capitolul *Conservarea resurselor* la pag. 78.

Prin strategia Lidl privind apa, promovăm protejarea și utilizarea responsabilă a apei dulci în lanțurile noastre de aprovizionare. În acest scop, colaborăm îndeaproape cu diverși stakeholderi din țările de origine respective. Pe lângă furnizorii noștri, colaborarea include, de asemenea, persoane cu expertiză tehnică și organizații ale societății civile, cum ar fi **Alliance for Water Stewardship (AWS)**. Extindem parteneriatele existente și inițiativele și suntem deschiși la noi colaborări.

Analizăm în fiecare an riscurile legate de apă ale subgrupurilor individuale relevante de produse – de exemplu, în anul de raportare, am făcut o analiză pentru fructe și legume. În acest sens, folosim indicii de stres hidric la nivel de țară dezvoltat de **World Resource Institute (WRI)** pentru sectorul agricol. De asemenea, folosim date de la **Water Footprint Network (WFN)** pentru a determina amprenta de apă a produselor. Combinația între aceste două abordări face posibilă analiza riscurilor legate de apă atât din perspectiva produsului, cât și din perspectiva țării. Rezultatele servesc drept bază pentru clasificarea riscului legat de apă în lanțul de aprovizionare al unui produs. Acest lucru ne permite să lucrăm împreună cu producătorii din zonele cu riscuri ridicate legate de apă pentru a le diminua la minimum. În exercițiul financiar 2021, am analizat în detaliu și riscurile legate de apă ale altor subcategorii relevante, de exemplu nuci, fructe și legume, precum și produse congelate.

În anul de raportare, Lidl România a analizat 69 de producători locali de fructe și legume pentru a identifica posibilele efecte negative în ceea ce privește modul în care ei utilizează apa. Dintre aceștia, 10% au prezentat impacturi negative asupra acestei resurse. Furnizorii în cauză vor trece la măsuri de implementare a principiilor de reducere a apei, conform celor discutate în cadrul evaluărilor, în special prin folosirea computerelor de irigații și a senzorilor de umiditate. Mai multe informații despre această inițiativă se găsesc la capitolul *Ecosisteme*, la pag. 74.

În 2018, Lidl s-a alăturat Alliance for Water Stewardship (AWS), o platformă de tip parteneriat

care reunește mai multe părți interesate. AWS International Water Stewardship Standard este primul standard internațional care măsoară utilizarea apei într-un amplasament pe baza unor criterii sociale, de mediu și economice. Prin urmare, AWS se aplică la nivel de companie și se aplică atât în industrie, cât și în agricultură. Standardul oferă companiilor un cadru pentru înțelegerea, planificarea, implementarea, evaluarea și comunicarea măsurilor de gestionare a apei în punctele lor de lucru. Calitatea de membru ne aduce cu un pas mai aproape de obiectivul nostru de utilizare mai sustenabilă a apei. Acest lucru se datorează faptului că ne permite să ne implicăm în dialog cu diverși stakeholderi din întreaga industrie, și nu numai. Printre altele, aceasta ne oferă o platformă pentru a împărtăși abordări bazate pe cele mai bune practici pentru a face ca utilizarea apei în lanțurile noastre de aprovizionare să fie mai sustenabilă. Lidl este implicat în mod special în Grupul de lucru pentru agricultură și participă, din 2022, la proiecte de implementare AWS în cadrul bazinelor hidrografice din punctele critice pentru producția agricolă globală, cum ar fi Spania și Peru.

Prin participarea lor obligatorie la standardul **GLOBALG.A.P.**, toți partenerii noștri de afaceri din sectorul agricol își documentează expertiza în ceea ce privește bunele practici agricole. Acest lucru include și verificarea dacă producția în locația respectivă poate prezenta riscuri pentru disponibilitatea sau calitatea apei și cum pot fi reduse aceste riscuri. Florile și plantele sunt obținute exclusiv de la companii care respectă **GLOBALG.A.P. Chain of Custody**.





BINE PENTRU PLANETĂ



Modul în care ambele standarde – atât AWS, cât și GLOBALG.A.P. Spring – pot fi transpuse în practică și ce efect de protecție au acestea a fost testat în cadrul mai multor proiecte-pilot.

Pentru proiectul-pilot AWS, de exemplu, am lucrat cu un mare producător și o cooperativă care cultivă, printre altele, fructe de pădure și roșii, pe o suprafață totală de 1.400 de hectare. Ambele ferme din sudul Spaniei au obținut cu succes certificarea AWS în primăvara anului 2022. Acest lucru ia în considerare, de asemenea, relevanța grupului de produse și a zonei de cultivare, în conformitate cu analiza noastră de risc.

Ca parte a acestor eforturi, am colaborat, de asemenea, cu experți externi pentru a revizui diferitele etichete utilizate de Lidl, cum ar fi **Fairtrade, Rainforest Alliance și EU Organic**, pentru efectul lor de protecție asupra zonei de apă.

Până cel târziu la sfârșitul exercițiului financiar 2025, 100% dintre producătorii noștri de fructe și legume din Spania, Portugalia, Italia, Grecia, Egipt, Africa de Sud, Maroc, Israel și Chile trebuie să fie certificați conform standardelor recunoscute privind apa (**AWS Standard, GLOBALG.A.P. SPRING, On the way to PlanetProof, Fairtrade Standard, Rainforest Alliance Agriculture Standard, SIZA Environmental Standard, SCS Sustainably Grown Standard**).

De asemenea, reducem în mod consecvent utilizarea pesticidelor în gama noastră de fructe, legume, flori și plante, în conformitate cu lista noastră strategică de ingrediente active, care poate fi găsită în politicile Lidl pentru fructe și legume, precum și flori și plante.

Politicile noastre sunt disponibile pe website-ul companiei, după cum urmează:

- **Politica Lidl cu privire la achiziția responsabilă de flori și plante**

<https://www.lidl.ro/l/ro/catalogue/politica-lidl-flori-si-plante-2024/view/flyer/page/1>

- **Principiile și politicile Lidl privind calitatea și prospețimea**

<https://corporate.lidl.ro/calitate>

- **Politica Lidl cu privire la o alimentație conștientă**

<https://www.lidl.ro/l/ro/catalogue/politica-lidl-cu-privire-la-o-alimentatie-echilibrata/view/flyer/page/25>



Și în sectorul textil punem un accent deosebit pe punerea în aplicare a standardelor minime recunoscute. Lidl a definit trei obiective principale în acest context:

- ✓ Promovarea manipulării în siguranță a compușilor chimici
- ✓ Reducerea consumului de energie, apă și substanțe chimice
- ✓ Eliminarea ecologică a deșeurilor și gestionarea adecvată a apelor reziduale.



Cultivarea bumbacului folosit în produsele noastre textile trebuie să fie certificată în conformitate cu un standard de sustenabilitate recunoscut, cum ar fi **Cotton Made in Africa, Better Cotton Initiative, Fairtrade sau Organic Content Standard**.

Ne concentrăm în primul rând pe Cotton Made in Africa, deoarece acesta este cultivat exclusiv cu apă de ploaie. Pentru produsele organice, ne bazăm pe **Global Organic Textile Standard**, care reduce poluarea apei în timpul cultivării și prelucrării ulterioare.

Cei care fabrică produsele noastre textile și articolele pentru casă sunt certificați în conformitate fie cu standardul **OEKO-TEX® STEP**, fie cu amfori BEPI, pentru a garanta un management responsabil al produselor chimice și al mediului (inclusiv gestionarea apelor reziduale).



O altă problemă-cheie este poluarea apei cu microplastice. Prin urmare, împreună cu furnizorii noștri de produse cosmetice și de îngrijire personală, ne-am propus ca, până în 2021, să eliminăm complet utilizarea microplasticelor solide și lichide în produsele cosmetice marcă proprie. Nu am reușit încă să îndeplinim acest obiectiv, din cauza provocărilor tehnice. Totuși, am reușit să analizăm toate produsele pentru care sunt deja disponibile ingrediente alternative și formule alternative. Lucrăm cu furnizorii noștri la alte modificări, pentru unele dintre acestea trebuind mai întâi să fie dezvoltate soluții pe piață.



În ceea ce privește consumul de apă în sediile noastre, am funcționat în cadrul aceluiași obiective și priorități strategice ca în anul anterior. Din totalul magazinelor, 41% au fost monitorizate de la distanță, pentru a urmări consumul de apă. Sistemul lunar de citire a apometrelor și de urmărire a consumului de apă ne permite identificarea posibilelor pierderi, inclusiv la magazinele care nu sunt monitorizate de la distanță.

Conform **Administrației Naționale a Meteorologiei**⁴¹, regimul pluviometric din vara anului 2023, care intră sub incidența prezentului raport, poate fi caracterizat ca secetos sau moderat secetos. Timp de câteva luni, cantitățile de apă au fost deficitare, iar o bună parte din țară (sudul, sud-estul, estul și o parte din vestul României) a înregistrat oficial secetă pedologică. Pe de altă parte, conform **Centrului European Copernicus**⁴², anul 2023 a fost cel mai secetos din istoria măsurărilor, România aflându-se pe harta anomaliilor de temperatură. Acești factori au condus la un consum mai mare de apă față de anii anteriori.

Construcția de magazine noi este condiționată de creșterea suprafețelor de spațiu verde. Astfel, magazinele noi au avut o suprafață verde mai mare decât media suprafețelor celorlalte magazine, generând un necesar mai mare de apă folosită pentru întreținerea spațiilor verzi. Tot în anul financiar 2023 am

avut încă un depozit intrat în funcțiune, care a generat un consum suplimentar de apă, ca urmare a utilizării acesteia în procesele tehnologice ale instalațiilor frigorifice.

Cu toate acestea, și în operațiunile noastre abordăm consumul de apă cu aceeași rigoare ca în cazul apei folosite ca resursă în lanțul de aprovizionare. Prin urmare, depunem eforturi pentru a ne îmbunătăți procesele.

În plus, ne instruim și ne sensibilizăm angajații cu privire la utilizarea responsabilă a apei ca resursă.

În anul de raportare, consumul de apă în locațiile noastre a totalizat 816.531,35 m³, mai mult decât în anul precedent. Consumul include atât cantitatea de apă utilizată pentru spațiile sociale, zonele sanitare și procesele de curățenie, cât și cea folosită la irigarea spațiilor verzi și la instalațiile frigorifice.

CONSUMUL DE APĂ LA NIVELUL ÎNTREGII ORGANIZAȚII

	2022	2023
Consum total de apă (mc)	551.790	705.038*
Apă pluvială canalizată conform normelor în vigoare (mc)	577.353 ⁴³	781.914

*Începând cu anul financiar 2023, acest indicator include total apă utilizată provenită din rețea și apă rezultată din foraj.

Apa de ploaie și apele uzate generate în locațiile noastre sunt eliminate în conformitate cu normele legale și cu condițiile impuse de furnizorul nostru de servicii de apă și canalizare.

⁴¹ Sursa: ANM, Caracterizare agrometeorologică 1 septembrie 2022 – 31 august 2023: <https://www.meteoromania.ro/wp-content/uploads/comunicate/Caracterizare-agrometeorologica-2022-2023.pdf>

⁴² Sursa: Centrul Copernicus, Global Climate Highlights 2023: <https://climate.copernicus.eu/copernicus-2023-hottest-year-record>

⁴³ În raportul anterior, consumul total de apă raportat a fost de 486.534 față de 551.790 m³, cât ar fi fost corect. Eroarea a apărut ca urmare a unei estimări la care am apelat, întrucât, la data finalizării raportului de sustenabilitate, compania nu primise toate facturile de consum de la furnizor.



BINE PENTRU PLANETĂ



Lidl oferă o gamă largă de produse, care utilizează o multitudine de materii prime. Acestea stau la baza produselor noastre și pot fi clasificate ca materii prime agricole, produse de origine animală, metale și surse de energie. În funcție de originea lor și, de modul în care sunt extrase și procesate, aceste materii prime pot fi asociate cu impacturi negative de mediu de natură și gravitate diferite. Prin urmare, considerăm că avem responsabilitatea de a contribui la conservarea resurselor naturale și de a reduce impactul negativ al cultivării și extragerii materiilor prime asupra oamenilor, mediului și societății. **Ne concentrăm în principal pe conservarea ecosistemelor și pe respectarea drepturilor omului.** Acest lucru se datorează faptului că extracția de materii prime, în special, este legată de consumul de resurse și este adesea asociată cu condiții de muncă critice și cu alte aspecte ale drepturilor omului.

Ne concentrăm în primul rând pe așa-numitele „materii prime critice” care au un impact major asupra oamenilor, mediului și societății și care sunt, de asemenea, relevante pentru gama noastră de produse. Mai concret, ne angajăm ca, până în 2025, achiziționarea de materii prime definite ca fiind critice să fie mai sustenabilă. Utilizăm diverse analize pentru a identifica în mod sistematic riscurile potențiale și luăm măsuri specifice pe baza rezultatelor. În acest fel, reducem efectele negative ale activităților noastre de afaceri și le evităm pe termen lung. Pentru a îmbunătăți în mod strategic gestionarea materiilor prime critice, ne-am stabilit obiective specifice în contextul strategiei noastre de sustenabilitate în domeniul achizițiilor.



Spre exemplu, până în 2025, **vrem să stabilim lanțuri de aprovizionare care nu implică defrișări și exploatare** și, prin urmare, ne-am asumat angajamente în mod special în ceea ce privește certificarea uleiului de palmier, a cacauei, a cafelei și a celulozei. Prin stabilirea unor programe specifice și prin implicarea în parteneriate și grupuri de lucru cu mai mulți stakeholderi, ne asumăm această responsabilitate, aspect documentat în detaliu în Politica noastră de achiziție a materiilor prime⁴⁴.

Ca parte a Codului de conduită pentru partenerii de afaceri, elaborat în comun de companiile Grupului Schwarz, cerem partenerilor noștri să respecte legislația privind drepturile omului și protecția mediului de-a lungul lanțului de aprovizionare și să evite sau să reducă pe cât posibil epuizarea resurselor și poluarea mediului. În cazul unor încălcări ale prevederilor codului, ne rezervăm dreptul de a rezilia relația contractuală, în ultimă instanță. Eforturile noastre preventive sunt susținute de etichete de sustenabilitate recunoscute la nivel internațional, cum ar fi: **Aquaculture Stewardship Council (ASC), Bio, Fairtrade, Donau Soja, Forest Stewardship Council (FSC), Marine Stewardship Council (MSC), Rainforest Alliance, Roundtable on Sustainable Soy (RTRS) și Roundtable on Sustainable Palmoil (RSPO).**

⁴⁴ Sursa: website-ul Lidl România: <https://www.lidl.ro/ro/catalogue/politica-de-achizitii-privind-materiile-prime/view/flyer/page/1>

Departamentul Calitate și Sustenabilitate este responsabil de aria de CSR materii prime la nivel internațional, aceasta fiind gestionată în cadrul unității Programe și Standarde de către echipa Materii Prime, Biodiversitate și Bunăstarea Animalelor.

Pachetul de politici de achiziții sustenabile pentru cacao, cafea, ceai, flori și plante, ouă, pește și crustacee și produse derivate, ulei de palmier, lemn, hârtie și ambalaje care conțin celuloză, inclusiv Politica de achiziții privind materiile prime, este public, pe corporate.lidl.ro, în secțiunea Sustenabilitate/ Politici pentru un sortiment responsabil⁴⁵. Aceasta din urmă a fost actualizată la finalul anului financiar 2023. Tot în acest an am publicat o nouă politică de achiziții privind lanțurile de aprovizionare care nu implică defrișările și conversia pădurilor⁴⁶.

Pentru a veni în sprijinul furnizorilor în îndeplinirea acestui obiectiv, am stabilit o abordare pentru implementare care urmărește prioritizarea fermelor cu suprafețe mari, a regiunilor cu risc hidric deosebit de ridicat și a regiunilor cu un interes ridicat din partea stakeholderilor. În ceea ce privește regiunile cu capacități de certificare limitate, căutăm soluții împreună cu companiile relevante și cu furnizorii de standarde. Obiectivele noastre privind materiile prime (incluse în documentele politicilor corespunzătoare) au rămas neschimbate și vom continua să urmărim atingerea lor. În ceea ce privește utilizarea în producția alimentelor marcă proprie a uleiului (din sămburi) de palmier

segregat conform certificării RSPO ca materie primă, acesta a fost îndeplinit.

În perioada următoare de raportare, vom continua implementarea măsurilor pentru atingerea obiectivelor pe care ni le-am asumat în ceea ce privește materiile prime. De asemenea, vom publica textul actualizat pentru Politica de achiziții cu privire la uleiul (din sămburi) de palmier, precum și o nouă versiune a Politicii de achiziții sustenabile cu privire la fructe și legume.

Pentru a ne asigura că ingredientele și materiile prime definite ca fiind critice utilizate de furnizorii noștri în producerea articolelor marcă proprie (inclusiv Cămara Noastră) la nivel local, provin din achiziții responsabile am întreprins următoarele măsuri:

- toți furnizorii de articole marcă proprie au primit spre semnare Politica de achiziții sustenabile pentru produsele alimentare și Near Food. Acest document înglobează toate angajamentele Lidl cu privire la legile EU, și nu numai, în vigoare, norme de aplicare privind protejarea climei, obiective privind materiile prime, ambalajelor etc.;
- tuturor furnizorilor de legume și fructe, precum și de plante și flori le-a fost transmis un document similar. Aceste documente fac parte din contractul-cadru, împreună cu noua versiune a Codului de conduită, care poate fi accesat la: <https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/codul-de-conduită>



⁴⁵ Sursa: website-ul Lidl România: <https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/politici-sortiment>

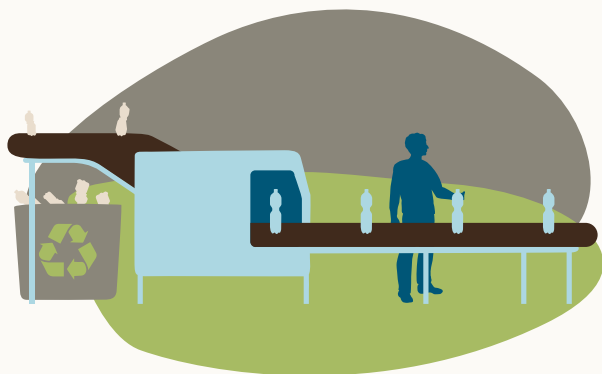
⁴⁶ Sursa: website-ul Lidl România: <https://www.lidl.ro/ro/catalogue/politica-de-achizi-ii-defrisari-i-conversia-padurilor/view/flyer/page/1>



BINE PENTRU PLANETĂ



Economie circulară



De zeci de ani, omenirea folosește mai multe resurse decât poate regenera Pământul în mod natural. An de an, Overshoot Day⁴⁷ sau data la care planeta începe să înregistreze deficit de resurse naturale și să acumuleze deșeuri, respectiv emisii de gaze cu efect de seră se îndepărtează tot mai mult de ultima zi a anului respectiv.

Consumul și utilizarea în creștere a materialelor de ambalare generează cantități tot mai mari de deșeuri. Consecințele acestor evoluții afectează în special mediul înconjurător: în timp ce extracția și prelucrarea materiilor prime agravează efectele schimbărilor climatice, iar disponibilitatea apei dulci este în scădere, cantitatea tot mai mare de deșeuri pune în pericol biodiversitatea și calitatea apei. Prin urmare, companiile se confruntă cu nevoia de a utiliza resursele cu moderație. Activitățile comerciale ale Lidl România sunt direct legate de utilizarea resurselor. Acestea includ apa, precum și diverse materiale, cum ar fi plasticul și hârtia.

Gestionăm eficient apa și resursele și avem sisteme de management al apei pentru a ne asigura că folosim

resursele în mod responsabil (vezi mai multe în secțiunea *Apă dulce* de la pag. 78). Pentru a acționa, pe cât posibil, în conformitate cu idealul economiei circulare, înregistrăm fluxurile de resurse în cadrul proceselor noastre operaționale. Separarea eficientă și colectarea corespunzătoare a materialelor produse ne permit reutilizarea și reciclarea resurselor utilizate și reducerea proporției de deșeuri nereciclabile.

În Lidl România, responsabil pentru fluxul de materiale reciclabile este departamentul Logistică. Consumul de apă intră în responsabilitatea echipei Facility Management. Colaborăm și cu furnizori de servicii de mediu într-o serie de puncte de lucru autorizate, care, totodată, ne permit să închidem bucla, de exemplu prin reciclare.

Plasticul este o parte integrantă a vieții noastre de zi cu zi. Este ușor de înțeles de ce: este un material robust, ușor și flexibil. Fiind reciclabil este, de asemenea, indispensabil ca material pentru transport și ambalare pentru activitatea noastră de bază, comerțul cu produse alimentare și nealimentare. Cu toate acestea, din cauza duratei sale lungi de viață, plasticul poate deveni o problemă dacă este aruncat liber în natură. Prin urmare, oricine introduce plastic pe piață este responsabil și pentru colectarea și utilizarea sa ulterioară.

Drept urmare, companiile din cadrul Grupului Schwarz s-au angajat să colecteze, să sorteze și să reutilizeze materialele plastice de mulți ani, coordonându-și inițiativele, începând cu 2018, prin strategia REset Plastic. Aceasta este o strategie internațională privind materialele plastice, elaborată împreună de toate companiile din cadrul Grupului Schwarz. Prin strategia REset Plastic, companiile din Grupul Schwarz nu urmăresc doar să reducă utilizarea plasticului și să promoveze reciclarea, ci și să creeze o nouă conștientizare și să schimbe fundamental modul în care gestionează plasticul.



Ca parte a grupului Schwarz, Lidl s-a aliniat la strategia REset Plastic și s-a angajat:

- să reducă utilizarea plasticului pentru ambalajele articolelor sale marcă proprie, precum și pentru ambalajele utilizate pentru transportarea produselor (pungi) cu 30% până în 2025, comparativ cu 2017, reducând proporția de plastic virgin cu 10%;
- să ia măsuri astfel încât ambalajele tuturor produselor marcă proprie să fie într-o proporție cât mai mare reciclabile;
- să utilizeze o medie de 25% material reciclat în ambalajele din plastic ale articolelor sale marcă proprie.

Prin urmare, în 2018, companiile Grupului Schwarz au semnat Angajamentul global al noii economii a plasticului al Fundației Ellen MacArthur.

⁴⁷ Sursa: Detalii despre Overshoot Day (ziua în care cererea de resurse naturale depășește capacitatea planetei de a genera acele resurse într-un an) pentru fiecare țară. Website-ul inițiativei: <https://overshoot.footprintnetwork.org/newsroom/country-overshoot-days/>

Inițiativele noastre cu privire la materiile prime și economia circulară nu pot anula complet impacturile negative pe care le poate genera activitatea noastră de bază. Astfel de efecte pot duce, de exemplu, la: creșteri ale cantităților de emisii de GES rezultate din activitățile de logistică și transport; intensificarea activităților de reciclare, procese care în unele cazuri sunt mari consumatoare de energie; creșterea

numărului de produse returnate de consumatori din cauza neconformităților sau a neîndeplinirii așteptărilor acestora; lipsa tehnologiilor care să asigure trasabilitatea materialelor. Toate acestea subliniază necesitatea unei evaluări complexe a impacturilor atunci când urmărim modul în care ne definim procesele și le aliniem la strategia de economie circulară.



Respectăm cu strictețe prevederile legislației naționale⁴⁸ privind reducerea impactului anumitor produse din plastic asupra mediului, în special asupra mediului acvatic și a sănătății umane, și de promovare a tranziției la o economie circulară cu modele de afaceri, produse și materiale inovatoare și sustenabile, contribuind astfel la funcționarea eficientă a pieței interne.

Echipa implicată în acest demers este compusă din colegi de la departamentele Logistică, Achiziții Administrativ, Achiziții și Juridic.

Deșeurile de ambalaje din carton care sunt generate prin operațiunile interne sunt preluate de furnizorii de servicii de mediu și transformate în materie primă în cadrul fabricilor de reciclare. Ulterior, sunt reintroduse în circuit sub forma cutiilor de carton. Acestea sunt utilizate în magazinele Lidl pentru expunerea la raft a produselor din categoria legume și fructe din Piața Lidl.

Pentru a ne atinge obiectivele legale privind recuperarea deșeurilor de ambalaje în concordanță cu ambalajele introduse pe piața națională, colaborăm, în conformitate cu prevederile legale, cu OIREP (organizații care implementează obligațiile privind răspunderea extinsă a producătorului).

Activitățile comerciale ale Lidl România sunt direct legate de utilizarea resurselor. Acestea includ și diverse materiale, cum ar fi plasticul și hârtia. Înregistrăm fluxurile de resurse în procesele noastre operaționale pentru a acționa, pe cât posibil, în conformitate cu idealul economiei circulare în managementul resurselor și al deșeurilor. Separarea eficientă și colectarea corespunzătoare a materialelor rezultate ne permite reutilizarea sau reciclarea resurselor utilizate și reducerea proporției de deșeuri nereciclabile.

Introducem pe piață pahare pentru băuturile de la automatele de preparat cafea și băuturi calde amplasate în magazinele noastre. Paharele pentru băuturi intră sub incidența OUG 6/2021, întrucât sunt ambalaje compozite, preponderent hârtie, dar conțin

și o membrană de protecție din plastic. Capacele sunt fabricate din plastic. Pentru reducerea cantității de pahare de unică folosință din plastic introduse pe piață, Lidl a modificat modul de funcționare a automatelor pentru băuturi pentru a accepta la umplere recipiente aduse de clienți. Astfel, clienții au posibilitatea de a selecta fie utilizarea unui pahar cu conținut de plastic (paharul compozit cu membrană de plastic) pus la dispoziție de automatul pentru băuturi, fie folosirea propriului recipient și umplerea acestuia cu băutura preparată de automat.

Informațiile aferente cantităților de materiale reciclabile și nereciclabile predate sunt colectate și verificate din două surse: punctele colectoare Lidl, acestea fiind centrele logistice, respectiv reciclatori/colectorii. Datele pentru cantitățile de deșeuri care nu se reciclează sunt furnizate atât de către colector/eliminator, în baza tichetelor de cântar și a documentelor de recepție, cât și pe baza cântăririi/estimării în centrele logistice Lidl. Pentru toate predările de materiale reciclabile și nereciclabile se întocmesc documente specifice și în conformitate cu legislația aplicabilă, care se verifică și se arhivează. De asemenea, Lidl își rezervă dreptul de a efectua vizite de lucru la partenerii săi pentru a observa fluxul proceselor aferente reciclării sau eliminării materialelor nereciclabile. Au fost efectuate vizite la una dintre stațiile de biogaz, iar în următorul exercițiu financiar planificăm altele, de data aceasta la fabricile de carton partener.

⁴⁸ Sursa: Ministerul Justiției, Ordonanța nr. 5 din 25 august 2021: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliuDocument/245908>



BINE PENTRU PLANETĂ

Pentru a ne asigura că toate procesele care conduc la înregistrarea datelor aferente ambalajelor introduse pe piața națională și, ulterior, colectarea și declararea acestora către parteneri și autorități sunt corecte și transparente, s-a luat decizia internă de a se efectua un audit extern al acestor procese. Auditarea externă (independentă) a proceselor privind înregistrarea ambalajelor, colectarea și raportarea datelor se va efectua semestrial, ca măsură de verificare și prevenție. Rezultatele auditului ne-au ajutat să eficientizăm procesele interne și să ne asigurăm de buna funcționare a fluxului informatic de colectare de date.

Pentru a ne putea îndeplini obiectivele interne, am început încă din anul 2021 să recuperăm produsele alimentare returnate de magazine (legume, fructe, panificație), să le sortăm și să le direcționăm spre o stație de biogaz. Pe parcurs, proiectul a fost extins de la un sediu-pilot (Roman) la toate depozitele regionale. În acest mod, în perioada de raportare, **12.211 de tone** de astfel de produse au fost direcționate pentru a fi folosite în stațiile de biogaz.



Unul dintre angajamentele luate de Lidl ca parte a strategiei REset Plastic a Grupului Schwarz este reducerea până în 2025 cu 30% față de anul 2017 a utilizării plasticului pentru ambalajele articolelor sale marcă proprie, precum și pentru ambalajele utilizate pentru transportarea produselor (pungi).

În anul financiar 2022 (1 martie 2022 – 28 februarie 2023), 42 de tone de plastic au fost eliminate din compoziția ambalajelor produselor marcă proprie (de ex., salata de icre de crap cu ceapă de 100 g, salamul cu înveliș feliat de 80 g, mușchiul file afumat feliat de 100 g, salamul bănățean feliat de 100 g, salamul de Sibiu de 150 g din gama Cămara Noastră).



Directiva SUP (Single Use Plastic):

Pentru reducerea impactului negativ asupra mediului al produselor din plastic de unică folosință (SUP), legislația națională impune producătorilor și comercianților o serie de obligații cu privire la anumite categorii de astfel de produse, precum, după caz, restricții privind introducerea pe piață, cerințe de marcare, cerințe legate de produs, obiective de reducere a cantităților introduse pe piață prin raportare la nivelul din 2022 etc. Categoriile de produse care fac obiectul acestei legislații includ, printre altele, paharele pentru băuturi (inclusiv capacele acestora), recipiente pentru alimente gata de consum, cu anumite excepții, sticle și alte recipiente pentru băuturi cu volumul de până la 3 l ș.a.m.d.

Lidl România depune eforturi semnificative pentru a atinge obiectivele anuale de reducere a cantității de produse de plastic de unică folosință introduse pe piață. Totuși, deși am scăzut cantitatea de plastic din paharele de unică folosință fabricate parțial din plastic introduse pe piață, a crescut numărul de astfel de pahare introduse pe piață.

Obiectivele specifice care vizează reducerea progresivă a cantităților de plastic introduse pe piață sunt: 5% pentru anul 2023, 10% pentru anul 2024, 15% pentru anul 2025 și 20% pentru anul 2026. Procentele sunt raportate la cantitățile din anul 2022.

Încă din anul 2015, împreună cu **GreenCycle**, companie a Grupului Schwarz cu expertiză în domeniul gestionării fluxurilor de deșeuri operaționale, Lidl a inițiat campania **Punem preț pe materialele reciclabile**. Astfel, Lidl România și-a organizat zonele pentru deșeuri din toate centrele logistice astfel încât să putem asigura o separare și o colectare mai eficientă a materialelor generate, inclusiv prin semnalizarea corespunzătoare a acestora. În acest mod, reușim să îmbunătățim continuu calitatea deșeurilor colectate separat și, astfel, să creștem și ratele de reciclare. În cadrul aceleiași campanii, am decis introducerea

unui sistem de urmărire a evoluției lunare a cantităților de deșeuri menajere, prin realizarea unui clasament ce include magazinele care generează cea mai mare cantitate de deșeu menajer versus reciclabil. Acesta este distribuit tuturor din echipa de vânzări, cu obiectivul de a reduce procentul de deșeuri menajere și de a crește procentul de deșeuri reciclate.

Cantitățile de deșeuri generate de operațiuni proprii colectate și trimise către reciclare, fie direct, spre reciclatorul final, fie printr-o colectare intermediară, fie către eliminare, sunt redată în tabelul următor.

CANTITĂȚI DE DEȘEURI GENERATE DE OPERAȚIUNILE PROPRII, ÎN FUNCȚIE DE TIPUL DE MATERIAL, ÎN TONE

Material		2022	2023*
HCC (hârtie, cutii de carton, carton)	HCC reciclabile Procentul de materiale HCC reciclabile (calculat în %)	49.037 51,99%	51.475 50,06%
Deșeuri organice	Deșeuri organice reciclabile Procentul de deșeuri organice reciclabile (calculat în %)	11.836 12,55%	17.435 16,95%
PET	PET reciclabil Procentul de PET reciclabil (calculat în %)	38 0,04%	197 0,19%
Plastic	Plastic reciclabil Procentul de PPC reciclabil (calculat în %)	2.806 2,97%	3.021 2,94%
Lemn	Lemn reciclabil Procentul de lemn reciclabil (calculat în %)	4.812 5,10%	5.590 5,44%
Textile	Textile reciclabile Procentul de textile reciclabile (calculat în %)	2 0,00%	2 0,00%
Sticlă	Sticlă reciclabilă Procentul de sticlă reciclabilă (calculat în %)	130 0,14%	508 0,49%
Metal	Resturi de metal reciclabil Procentul de resturi de metal reciclabile (calculat în %)	618 0,65%	433 0,42%
Deșeuri menajere	Deșeuri menajere Deșeuri menajere ca procent din reciclabile (calculat în %)	24.753 26,24%	23.933 23,27%
Alte deșeuri valorificabile nepericuloase	Deșeuri nepericuloase Procentul de deșeuri nepericuloase valorificabile (calculat în %)	20 0,02%	160 0,16%
Alte deșeuri valorificabile periculoase	Deșeuri periculoase reciclabile Procentul de deșeuri periculoase valorificabile (calculat în %)	275 0,29%	76 0,07%
TOTAL	Deșeuri valorificabile și menajere (calculat în tone)	94.330	102.830

* Pentru anul financiar 2023, încadrarea tipurilor de deșeuri pe categorii a fost actualizată față de perioada anterioară de raportare pentru categoriile „Alte deșeuri valorificabile nepericuloase” și „Alte deșeuri valorificabile periculoase”.



BINE PENTRU PLANETĂ

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.

Din totalul de **102.830 de tone** de materiale

valorificabile și menajere generate în perioada de raportare, am reușit să recuperăm și să reciclăm aproximativ **61.415 de tone**. Aceasta reprezintă aproximativ **60%** din volumul nostru de deșeuri.

În pofida eforturilor noastre, nu putem evita complet generarea de deșeuri din operațiuni (de exemplu, carton, folie stretch, lemn etc.), care sunt recuperate și transferate spre reutilizare prin circuite diferite.

UTILIZAREA HÂRTIEI ȘI A PLASTICULUI, ÎN TONE

		2022	2023
Material		Cantitate în tone**	
Materiale regenerabile Hârtie	Materiale promoționale și reviste/ broșuri pentru clienți	6.919	3.405
	Cantitatea de hârtie de imprimantă	102	169
	Cantitatea de hârtie pentru pungile de pâine/ patiserie	839	789
Din care material reciclat*	Materiale promoționale și reviste/ broșuri pentru clienți	6.679	2.995
	Cantitatea de hârtie de imprimantă	0	0
	Cantitatea de hârtie pentru pungile de pâine	0	0
Materiale neregenerabile Plastic	Cantitatea de saci de gunoi	252	214
	Cantitatea de folie de plastic (material de ambalaj)	422	371

*Cantitățile de material reciclat acoperă doar tipurile de hârtie incluse în tabel, acești indicatori fiind de interes pentru compania noastră (total reciclat din total material folosit: 69%).

**Datele din acest tabel sunt raportate conform anului calendaristic.

CANTITĂȚILE DE DEȘEURI DIN OPERAȚIUNI PROPRII ÎN FUNCȚIE DE MATERIAL ȘI METODA DE RECLCLARE/ ELIMINARE, ÎN TONE

		2022	2023*	
Material	Destinație finală	Cantitate în tone		
	HCC (hârtie, cutii de carton, carton)	Reciclare	49.037	51.475
	Deșeuri organice	Fermentare	6.501	12.211
		Incinerare	5.336	5.223
	PET	Reciclare ⁴⁹	38	197
	Plastic	Reciclare	2.806	3.021

⁴⁹ Metodologia de calcul a Lidl presupune comasarea cantităților de deșeuri organice reciclabile cu deșeurile organice reutilizabile.

			2022	2023*
	Material	Destinație finală	Cantitate în tone	
	Lemn	Reciclare	4.812	5.590
	Textile	Incinerare	2	2
	Sticlă	Reciclare	130	508
	Metal	Reciclare	618	433
	Deșeuri menajere	Transfer la groapa de gunoi	24.753	23.933
	Alte deșeuri valorificabile nepericuloase	Incinerare	21	11
		Reciclare	0	149
	Total deșeuri valorificabile nepericuloase	Reciclare	57.441	61.374
		Incinerare	5.358	5.237
	Total deșeuri valorificabile periculoase	Reciclare	275	41
		Incinerare	0	34
TOTAL	Total deșeuri valorificabile (inclusiv deșeuri menajere)		94.328	102.830
	Reciclare		57.717	61.415
	Incinerare		5.358	5.271
	Fermentație		6.501	12.211
	Transfer la groapa de gunoi		24.753	23.933

* Pentru anul financiar 2023, încadrarea tipurilor de deșeuri pe categorii a fost actualizată față de perioada anterioară de raportare pentru categoriile „Alte deșeuri valorificabile nepericuloase” și „Alte deșeuri valorificabile periculoase”.



BINE PENTRU PLANETĂ

În conformitate cu legislația aplicabilă, în Lidl România produsele care încă pot fi consumate, dar care nu mai sunt adecvate pentru a fi comercializate, sunt distribuite către organizații caritabile, care redistribuie aceste alimente persoanelor vulnerabile. Pentru mai multe detalii, mergi la pag. 95 a acestui raport, *Risipa alimentară*.



Bine pentru tine, bine pentru noi toți:



Cu fiecare ambalaj reciclat,
contribuim la un mediu
MAI CURAT



În Lidl România, implementarea infrastructurii pentru reciclare a început în urmă cu câțiva ani, mai exact în 2019, inițial ca un proiect-pilot.

Pregătirea pentru SGR a fost un proces amplu, care a presupus o realocare majoră de resurse – timp, fonduri și angrenarea tuturor departamentelor la nivel de companie. De asemenea, a necesitat mai mulți pași, precum achiziționarea de echipamente de colectare separată automată, schimbarea ambalajelor care urmau să fie purtătoare ale logoului SGR, stabilirea traseului viitoarelor ambalaje SGR colectate și actualizarea sistemelor contabile, pentru înregistrarea și urmărirea fluxului financiar aferent.

În rețeaua noastră, aparatele de colectare au fost instalate în toate magazinele, fiecare aparat având o capacitate de preluare de maximum 45 de ambalaje pe minut. La data de 28 februarie 2023, în toate magazinele (354) existau aparate instalate funcționale, unele dintre ele fiind prevăzute cu mai multe interfețe, în funcție de volumele colectate. Aparatele se află fie în parcurile magazinelor, fie în interiorul magazinelor, în prima încăpere de dinaintea intrării în zona de vânzare.



Conform legislației în vigoare, din 30 noiembrie 2023, magazinele Lidl România acceptă returnarea ambalajelor care poartă logoul „Ambalaj cu garanție” și îndeplinesc următoarele criterii:

- sunt fabricate din sticlă, plastic sau metal
- au volume între 0,1 L și 3 L
- sunt nedeformate, golite de conținut și curate
- au eticheta intactă.





BINE PENTRU PLANETĂ



Sistemul Garanție-Returnare



Ambalajele trebuie să fie înregistrate în Registrul ambalajelor SGR, ținut de RetuRo cu ajutorul producătorilor. Pentru a fi eligibile, ambalajele trebuie să respecte dimensiunile conform legislației în vigoare. Aparatele RVM verifică lungimea, diametrul, greutatea și tipul de ambalaj, toate acestea fiind comparate cu datele din pachetul de regiștri. Informațiile sunt verificate cu ajutorul codului de bare, iar ambalajul este acceptat sau respins în funcție de respectarea sau nu a parametrilor obligatorii.



Ambalajele care nu respectă specificațiile, nu sunt golite în întregime, curate și cu marcajul SGR/EAN lizibil nu pot fi preluate de RVM. Pentru ambalajele acceptate se emite un bon valoric care reflectă valoarea garanției aferente. Voucherele obținute pot fi folosite pentru cumpărături în magazinele Lidl sau pot fi schimbate în numerar, în termen de 12 luni de la emitere. Este posibilă utilizarea mai multor vouchere la aceeași achiziție, dar valoarea acestora nu poate fi segmentată.



Ambalajele colectate cu ajutorul aparatelor RVM ajung într-unul dintre centrele RetuRO, sunt sortate în funcție de tipul de ambalaj și de culoare, după care merg la fabricile de procesare, iar din ele se produc noi ambalaje.

Sistemul de Garanție-Returnare demonstrează că, prin eforturi comune, putem avea un impact semnificativ asupra mediului înconjurător.

Pe viitor, avem în plan extinderea infrastructurii cu noi aparate de colectare separată automată și adaptarea punctelor de colectare în funcție de istoric. Aceasta implică redimensionarea resurselor alocate (umane, financiare) și reorganizarea proceselor interne, pentru a asigura o funcționalitate optimă a sistemului.

Suntem conștienți că, în acest moment, problema principală cu care se confruntă clienții este cea de identificare corectă a ambalajelor care pot fi returnate utilizând aceste aparate, mai exact a celor care au sau nu au logoul SGR.

În ceea ce ne privește provocarea noastră, comună cu toți stakeholderii implicați în SGR, este să asigurăm alături de aceștia un flux corect pentru întregul ecosistem, compus din administratorul sistemului, producători, Lidl (în calitate de colector de ambalaje), comercianți (prin punctele de colectare) și clienți. În luna februarie 2024, Lidl România a implementat în

toate magazinele etichetele electronice de preț. Acestea presupun utilizarea unui sistem IT care permite afișarea prețurilor de la raft în format electronic, afișaj în trei culori, funcționarea autonomă și actualizarea în timp real. Dincolo de o îmbunătățire considerabilă a experienței de cumpărare, de o reducere semnificativă a activității de plasare/ înlocuire a etichetelor clasice, de consumul de resurse (tipărire, sortare, echipamente), această inițiativă a condus la o economie de hârtie de 305.703 kg.

Utilizarea în comun a paleților reutilizabili a fost extinsă, colaborând în acest sens cu doi parteneri: **CHEP și LPR**. Datorită acestor parteneriate, am reușit să ne reducem emisiile indirecte după cum urmează:

- **87 de tone** echivalent CO₂ evitate în comparație cu sistemul de management de schimb de paleți prin colaborarea cu LPR⁵⁰, și
- **1.246,95 de tone** echivalent CO₂ evitate datorită folosirii paleților reutilizabili CHEP⁵¹.

⁵⁰ Sursa: Certificatul privind emprenta de carbon eliberat în martie 2024 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).

⁵¹ Sursa: Certificatul privind emprenta de carbon eliberat în februarie 2024 de CHEP. Metodologia de calcul este conformă cu ISO14044 și analizează ciclul de viață al paleților CHEP versus paletul alb echivalent.



Risipa alimentară

Risipa alimentară reprezintă o pierdere economică uriașă, cu un cost global anual estimat la 1 trilion de dolari⁵² ca urmare a irosirii resurselor utilizate la producerea, prelucrarea, transportul și eliminarea alimentelor⁵³. O altă consecință poate fi creșterea prețurilor, ca urmare a reducerii disponibilității globale a alimentelor.

Pe de altă parte, risipa alimentară implică o utilizare inadecvată a apei, solului, energiei și a altor resurse în procesul de producție⁵⁴ și o pierdere a biodiversității, ca urmare a degradării habitatelor naturale. Măsurile care vizează combaterea risipei alimentare, în schimb, au un potențial imens de reducere a emisiilor de GES, de sprijin al populațiilor vulnerabile sau aflate în situații de vulnerabilitate și de combatere a foametei și a malnutriției.

Deșeurile alimentare apar în toate etapele lanțului de valoare al alimentelor, de la fermă până la furculiță și, uneori, chiar dincolo de aceasta.

Comisia Europeană (CE) apreciază că cea mai mare parte sunt generate în etapa de consum, ceea ce a devenit o preocupare și a condus la programe ample de prevenire a risipei alimentare.

Eurostat⁵⁵ a estimat că 54% dintre deșeurile alimentare generate în statele membre ale Uniunii Europene provin din gospodării, 7% din deșeurile alimentare sunt generate la nivelul comerțului cu ridicata și cu amănuntul și 9% din restaurante și servicii alimentare. Alte sectoare care contribuie la risipa alimentară în UE sunt producția primară (9%) și prelucrarea și fabricarea alimentelor (21%).

Din acest motiv, CE recomandă statelor membre UE să ia măsuri pentru a reduce risipa alimentară, astfel încât, până la finalul anului 2030, deșeurile alimentare din activitățile de procesare și producție să fie reduse cu 10%, iar volumul de deșeuri alimentare care provin



din vânzarea cu amănuntul și din consumul cumulat (restaurante, servicii alimentare și gospodării) să fie redus cu 30%.

Responsabilitatea pentru îndeplinirea acestui obiectiv și gestionarea acestui domeniu revine departamentului Gestione Stocuri în colaborare cu 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. Risipa alimentară apare de-a lungul întregului lanț de valoare: în procesul de fabricație, în timpul transportului, al prelucrării, în magazine și la consumator. În comerțul cu amănuntul, aceasta este cauzată de faptul că alimentele perisabile sunt aruncate după încheierea perioadei de vânzare sau pentru că data-limită de consum a expirat. În plus, nu toți consumatorii sunt conștienți de diferența dintre data-limită de consum și data de expirare, ceea ce înseamnă că alimente care încă pot fi consumate ajung la gunoi.

⁵² Sursa: <https://www.wri.org/insights/reducing-food-loss-and-food-waste?>

⁵³ Sursa: <https://nutritionsource.hsph.harvard.edu/sustainability/food-waste/?t>

⁵⁴ Sursa: <https://nutritionsource.hsph.harvard.edu/sustainability/food-waste/?t>

⁵⁵ Sursa: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Food_waste_and_food_waste_prevention_-_estimates



BINE PENTRU PLANETĂ

Oferirea de alimente proaspete de cea mai bună calitate face parte din prioritățile comerciale ale Lidl România. Prin urmare, în Lidl România ne bazăm pe un sistem de planificare bazat pe cerere, pe un lanț de aprovizionare eficient, cu rute scurte de transport, pe respectarea continuă a lanțului de frig, pe monitorizarea stocurilor și pe reduceri de preț. În același timp, dorim și să ne sensibilizăm clienții, pentru a prețui alimentele și, astfel, pentru a reduce pierderile din gospodăriile private.

În secțiunea *Facilitare* (pag. 49) am prezentat modul în care sunt pregătiți colegii noștri pentru mai buna gestionare a materialelor reciclabile. De asemenea, în capitolul *Dialog și cooperare cu stakeholderii* (pag. 57) explicăm mecanismele prin care colectăm informații de la colegii noștri și le transmitem către echipa de management.



Pentru a combate risipa alimentară și pentru a evita, pe cât posibil, aruncarea produselor cu termen de valabilitate limitat, Lidl România și-a stabilit ca obiectiv să reducă risipa de alimente cu 15% până în anul 2030, comparativ cu anul 2018.

În afara **sistemului AutoDispo Magazine**, care generează automat comenzile pentru magazine și pentru depozite și pe care l-am prezentat în raportul nostru anterior, am introdus AutoDispo Fresh. Acesta urmărește necesarul de fructe și legume, precum și pe cel de carne proaspătă și generează volumele zilnice necesare în magazine. Sistemul 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).

Ca parte a **conceptului „Prețul antirisipă”**, Lidl România transmite un semnal suplimentar în prevenirea și combaterea risipei alimentare și extinde campania de reduceri: astfel, oferim reduceri la alimentele care sunt încă bune pentru consum, dar care au ajuns la limita de expirare sau la data-limită de consum ori care sunt doar ușor deteriorate sau decolorate. Aceleași principii se aplică și produselor noastre de panificație din ziua precedentă. **„Prețul antirisipă”** poate genera un impact economic pozitiv pentru clienții Lidl.

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. Pentru articolele refrigerate, carne proaspătă și legume-fructe analizăm volumele. Apoi, în funcție de termenul de valabilitate, introducem cupoane la produsele de panificație, **reduceri în sistem „happy hour” la o serie de articole congelate și oferim**

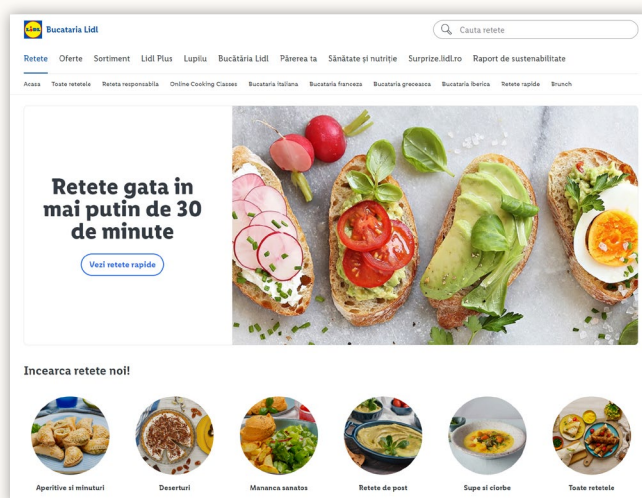
în fiecare săptămână articole variate la prețuri promoționale.

Prospețimea este o caracteristică a produselor care este verificată constant în magazinele Lidl România, mai ales în cazul produselor deosebit de perisabile, cum ar fi fructele și legumele, sau al celor refrigerate, cum ar fi carnea proaspătă. Și în acest caz aplicăm reduceri de preț, încercând să promovăm vânzarea alimentelor care se apropie de data-limită de consum sau de data de expirare. În anul financiar 2023, **reducerile oferite au variat între 30 și 50%** (în funcție de termenul de valabilitate) și ne propunem să păstrăm un regim similar de reduceri și în anul care urmează.



Mai mult, pentru a crește gradul de conștientizare a consumatorilor față de valoarea alimentelor și pentru a-i ajuta pe clienții noștri să își diminueze risipa alimentară în propriile gospodării, dezvoltăm permanent secțiunea din website-ul Lidl România dedicată celor care vor și pot să își gătească acasă (<https://www.bucataria.lidl.ro>).

Rețetele disponibile – de la salate la feluri principale și de la deserturi la rețete vegetariene – reprezintă 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 distribuite de Lidl România unor organizații neguvernamentale care distribuie alimente persoanelor vulnerabile. În acest mod, cantitățile de alimente bune de consum sunt salvate de la a fi eliminate.

Colaborăm în acest sens cu Banca pentru Alimente încă din anul 2016.

	2022	2023
Cantitatea de produse alimentare donate (tone)	578	380
Cantitatea de produse nealimentare donate (tone)	215	225
Cantitatea de hrană pentru animale donată (tone)	584	542

Totalul de alimente donate este calculat pe baza unei estimări (unele cantități au fost înregistrate în bucăți și asimilate în kg).



**Banca
pentru
alimente**



Am donat
380 de tone
de produse alimentare
către Banca pentru
Alimente.

Demersurile noastre în sensul prevenirii și reducerii risipei alimentare vor continua, inclusiv prin analizarea categoriilor de produse cărora le pot fi aplicate reduceri de preț. Aceste produse vor fi în continuare disponibile în toate magazinele noastre, în spațiile special amenajate și semnalizate corespunzător.





Produse responsabile



BINE PENTRU TINE



Produse responsabile



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

În calitate noastră de comerciant cu amănuntul de produse alimentare și de uz curent, contribuim la aprovizionarea cu articole de bază și le oferim clienților noștri din România produse fabricate cu responsabilitate. Având un rol-cheie, de intermediar între producători și consumatori, considerăm că este obligația noastră să monitorizăm în mod curent calitatea produselor. Pe lângă siguranța acestora, originea și practicile de sustenabilitate folosite în producție sunt criterii de calitate decisive, care le dau ocazia clienților noștri să fie mai conștienți de alegerile lor de consum și să adopte un stil de viață mai echilibrat și responsabil.

Ca parte a strategiei globale de sustenabilitate, avem stabilite obiective pentru promovarea produselor sustenabile. În procesul de achiziție a materiilor prime critice, operăm pe baza unor obiective și standarde stricte. Achizitorii noștri trebuie să acționeze în conformitate cu standardele noastre și ale politicilor detaliate de achiziție și să țină cont de acestea atunci când iau decizii privind gama noastră de produse. În 2022, am creat un curs online pentru toți colegii noștri din departamentul Achiziții Marfă, pentru a le permite acestora să recunoască diferitele aspecte de sustenabilitate în domeniul achizițiilor și să le aplice în activitatea cotidiană. În 2023, acest curs a devenit obligatoriu pentru toți colegii din departamentul Achiziții Marfă și va trebui să fie efectuat periodic în viitor.

Sistemul nostru de management al calității prevede o monitorizare atentă a calității și siguranței produselor. Pentru a garanta în permanență promisiunea de calitate, produsele marcă proprie Lidl sunt supuse unor

controale interne și externe stricte. În colaborare cu furnizorii noștri, se iau măsuri imediate în cazul unor abateri de la specificații.

În conformitate cu legislația în vigoare și cu alte criterii recunoscute la nivel mondial, atât produsele, cât și capacitățile de producție sunt inspectate periodic de organisme externe. În plus, ne dezvoltăm continuu produsele și ambalajele, pentru a le optimiza calitatea și a contribui astfel la o alimentație mai conștientă a clienților noștri.

Cerințele impuse de Lidl furnizorilor pe linia siguranței alimentare și controlului calității sunt foarte ridicate. Fabricile trebuie să fie certificate în conformitate cu unul dintre cele mai exigente standarde, cum ar fi **International Featured Standard Food (IFS Food) sau British Retail Consortium.**

De asemenea, din anul 2020, departamentul nostru intern de Asigurarea Calității operează în baza unui sistem de management al calității în conformitate cu ISO 9001:2015.

Responsabilitatea pentru gestionarea **domeniului material „Produse responsabile”** revine departamentului Asigurarea Calității și Sustenabilitate din Lidl Stiftung & Co. KG și departamentelor Asigurarea Calității și CSR Achiziții din cadrul Lidl România.

Pentru a putea răspunde nevoilor și așteptărilor clienților noștri, analizăm continuu sortimentul nostru de produse, pe care încercăm să îl îmbunătățim fie

prin introducerea de produse noi, fie prin creșterea performanțelor produselor existente. Politicile de achiziții sustenabile, disponibile pe website-ul Lidl România la <https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/politici-sortiment>, sunt elaborate pornind de la responsabilitatea noastră complexă, aflată la intersecția între lanțul de furnizori, clienți și prioritățile noastre de dezvoltare sustenabilă, prin care urmărim reducerea impacturilor noastre negative.



Certificările furnizorilor noștri, suplimentate de cerințele noastre privind fabricarea responsabilă a produselor marcă proprie, demonstrează atenția pe care o acordăm standardelor de producție.

Tip de produse etichetate cu certificări de sustenabilitate	2022	2023
Produse EU Organic	346	374
Produse FSC	447	36*
Produse MSC	102	75
Produse Rainforest Alliance	468	507
Total	1.363	992

* În anul financiar 2023, indicatorul a fost calculat diferit, astfel încât nu mai sunt luate în calcul articolele Non Food și produsele cu ambalaje din hârtie/carton certificate, ci doar produsele Near Food certificate.

• **Sigla EU organic pentru produse ecologice:** eticheta oficială a Uniunii Europene pentru alimentele ecologice produse și vândute în UE, ce respectă condițiile de agricultura ecologică.

• **FSC (Forest Stewardship Council):** certificare ce garantează că produsele din lemn și hârtie provin din păduri gestionate în mod responsabil, care respectă standarde ecologice, sociale și economice.

• **MSC (Marine Stewardship Council):** certificare ce asigură că peștele și fructele de mare provin din pescuit sustenabil, care nu afectează negativ ecosistemele marine.

• **Rainforest Alliance:** certificare pentru produse obținute cu practici de mediu sustenabile și respectarea drepturilor lucrătorilor.



BINE PENTRU TINE

Oferim o selecție în continuă creștere de alternative de produse care sunt asociate cu emisii mai reduse. Odată cu extinderea gamei noastre de alternative vegane la carne, oferim în prezent 90 de produse vegane de substituție a cărnii și a produselor lactate sub marca proprie „Vemondo”. Lucrăm în permanență la identificarea și realizarea de noi oportunități de reducere a emisiilor.

Oferim în prezent 90 de produse vegane de substituție a cărnii și a produselor lactate.



Chiar dacă politicile noastre de achiziții au rămas aceleași în perioada de raportare, eforturile noastre de a crește numărul de furnizori din România cu care colaborăm s-au intensificat, prin acest demers susținând în continuare dezvoltarea economiei la nivel local. În toate discuțiile pe care le purtăm, încercăm să le arătăm ce măsuri trebuie să ia pentru a se putea adapta la standardele noastre. Colegii din echipa noastră sunt și ei pregătiți astfel încât să îi consilieze și să îi susțină pe furnizori în dezvoltarea lor.

Proiectul Legume românești, cercetare românească are ca scop creșterea cantității de legume românești și, în același timp, sprijinirea activității de cercetare în

domeniul dezvoltării semințelor de legume.

Acest proiect se realizează în colaborare cu un partener extern și este un demers prin care încurajăm dezvoltarea unui sector agricol național competitiv, care contribuie la creșterea performanței economiei locale.

În spiritul colaborării noastre cu furnizorii locali, imediat după încheierea perioadei de raportare am organizat o serie de întâlniri cu aceștia. Mai multe detalii sunt disponibile în secțiunea *Dialog și cooperare cu stakeholderii* de la pag. 56.

Anul financiar 2023 a venit cu un nou design al ambalajelor utilizate pentru brandul „Cămara Noastră” – am simplificat logoul, am introdus culori distincte, pentru o mai ușoară identificare a diverselor sortimente de către clienți. De asemenea, tot în acest scop, numele produsului a fost mutat în partea de sus a ambalajului.



În premieră, am dezvoltat și produse cu certificare ecologică sub marca Cămara Noastră.





Conform legislației aplicabile, pe etichetele produselor se regăsesc informații despre trasabilitate. În situațiile rare în care sunt necesare retrageri de la vânzare ale unor produse, situații care sunt anunțate pe website-ul nostru, în aplicația LidlPlus, dar și în magazine, demarăm imediat investigațiile interne, pornind de la detaliile de bază, cum ar fi proveniența materiei prime, producătorul, furnizorul ș.a.m.d.

Pentru o parte dintre produsele ambalate, locul de fabricație sau proveniența sunt specificate pe ambalaj. **Mai mult, prin accesarea <https://surprise.lidl.ro/piatalidl#trasabilitate>, pot afla mai multe informații**

despre procesul de aprovizionare – de la cultivare până la amplasarea la raft.

Pentru a ne asigura că misiunea noastră e bine împlinită, mergem noi înșine la fermele partenere. Urmărim cu atenție transportul și depozitarea fructelor și legumelor. Pe scurt, supervizăm drumul pe care produsele îl parcurg astfel încât ele să ajungă proaspete în magazin.

În cazul unor caracteristici speciale ale unor produse, cum ar fi vegan/vegetarian/alergeni, informațiile se regăsesc fie pe etichetă, fie pe raft, cum este cazul produselor bake-off (coapte în Brutăria Lidl).

	2022	2023
Numărul de audituri în fabrici	78	62
Procentul fabricilor care au obținut oricare dintre certificările pe care le solicităm	93%	94%
Numărul de analize ale produselor Lidl (alimentare)	1.962	2.090
Procentul de produse care au necesitat îmbunătățiri după analize	6%	7%

În anul financiar 2023, au fost intensificate auditurile standard, auditurile IFS și auditurile de procese. În anul financiar următor vom continua cu aceleași categorii de audituri și analize de produse.



BINE PENTRU TINE

Pentru că magazinele Lidl reprezintă o piață de desfacere pentru producătorii din România, am continuat să le oferim clienților noștri produse sub brandul Cămara Noastră. De asemenea, am facilitat exportul de produse românești, după cum se vede în tabelul de mai jos:

	2022	2023
Numărul furnizorilor din România – sortimentul permanent	358	373
Numărul furnizorilor din România – întregul sortiment	458	470
Numărul de articole de la furnizori din România – sortimentul permanent	1.321	1.475
Numărul de articole de la furnizori din România – întregul sortiment	3.132	3.629
Numărul de articole Cămara Noastră	128	150
Creșterea valorii mărfii achiziționate de la furnizorii români pentru sortimentul permanent de produse	33%	14%
Valoarea mărfii achiziționate de la furnizorii români pentru tot sortimentul de produse (procent din total)	47%	49%
Creșterea valorii mărfii achiziționate de la furnizorii români pentru tot sortimentul de produse	33%	14%
Facilitarea exportului de produse ale furnizorilor români (mil. euro)	27,9	33,1

Sezonul de vară din anul financiar 2023 a fost mult mai bogat comparativ cu sezonul anterior, clima contribuind favorabil la recolte mai bune, în special în ceea ce privește legumele românești. Totodată, lista noastră de colaborări s-a extins, iar parteneriatele cu colaboratorii existenți s-au dezvoltat, aceștia extinzându-și suprafețele cultivate pentru fructele și legumele din Piața Lidl cu 33%. Ne dorim ca în anul financiar următor suprafețele cultivate pentru acest sortiment (fructe și legume din Piața Lidl) să crească cu 43%.

	2022	2023
Cantitatea de fructe și legume românești achiziționată de la furnizori locali (tone)	94.690	118.544
Procent din cantitatea de fructe și legume achiziționată de la furnizori locali din cantitatea totală de fructe și legume achiziționată	38%	40%
Procent din cantitatea de fructe și legume achiziționată de la furnizori locali din cantitatea totală de fructe și legume achiziționată (în vârf de sezon)	64%	70%

În accepțiunea Lidl România, conceptul de furnizor local este asimilat cu furnizor din România.

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

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) https://corporate.lidl.ro/despre-lidl/principiile-companiei Conformare legislativă (pag. 14-15) 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. 12)
	Principiul 4	Companiile private trebuie să elimine munca forțată și obligatorie sub orice formă	Principii (pag. 12) Conformare legislativă (pag. 14-15) 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) https://www.lidl.ro/l/ro/cataloge/politica-de-achizitii-drepturile-omului-pe-lantul-de-aprovizionare/view/flyer/page/1
	Principiul 6	Companiile private trebuie să susțină eliminarea discriminării la angajare și la ocuparea în muncă	Diversitate și incluziune (pag. 35) https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/bine-pentru-oameni/comportament-corect/principiile-de-capacitare-a-femeilor-women-s-empowerment-principles-weeps
Mediu	Principiul 7	Companiile private trebuie să sprijine o abordare precaută a problemelor legate de mediul înconjurător	1,5 grade Celsius (pag. 62) https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/bine-pentru-planeta
	Principiul 8	Companiile private trebuie să lanseze inițiative pentru a promova o mai mare responsabilitate față de mediu	Afilieri (pag. 13) Strategia climatică a companiilor Grupului Schwarz (pag. 63) https://www.lidl.ro/l/ro/cataloge/politica-de-achizitii-drepturile-omului-pe-lantul-de-aprovizionare/view/flyer/page/1 https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/bine-pentru-planeta
	Principiul 9	Companiile private trebuie să încurajeze dezvoltarea și promovarea tehnologiilor prietenoase cu mediul	Afilieri (pag. 13) Sistem de panouri fotovoltaice (pag. 65) Pompe de căldură (pag. 67) Stație de biogaz (pag. 87) https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/bine-pentru-planeta
Anticorupție	Principiul 10	Companiile private trebuie să combată corupția sub toate formele sale, inclusiv escrocheria și mita	Conformare legislativă (pag. 14-15) https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/bine-pentru-oameni/comportament-corect

Tabel de conținut Standarde GRI

Lidl România a elaborat acest raport, care acoperă perioada 01 martie 2023 – 29 februarie 2024, în conformitate cu Standardele GRI.

Standardul GRI	Expunerea	Corelarea standardele GRI cu Obiectivele de Dezvoltare Durabilă (ODD)	Pagina, linkul URL sau alte surse	Omisii		
				Expunerea omisă	Motivul omisiunii	Explicație
GRI 1: Fundament 2021						
EXPUNERI GENERALE						
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-1 Informații despre companie		pag. 2-7			
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, adresă de contact		pag. 6			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-4 Erate sau reformulări					
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-5 Verificare externă		pag. 6 https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/rapoarte-csr			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-6 Activități, lanțul de valoare și alte relații de afaceri		pag. 7-9			
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. 25-29			
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, 43			
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. 9-11			
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. 10-11			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-13 Delegarea responsabilității pentru gestionarea impacturilor		pag. 11, 14-15, 32, 42, 48, 63, 95, 100			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-14 Rolul celui mai înalt for de conducere în procesul de raportare de sustenabilitate	Ținta 8.3	pag. 9, 11			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-15 Conflictul de interese	Ținta 16.5	pag. 14-15			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-16 Informarea celui mai înalt for de conducere cu privire la aspectele critice	Ținta 8.3	pag. 14-15	GRI2-16 b	Informație confidențială	Baza de date necesară pentru colectarea acestor informații este disponibilă doar în mod limitat pentru Lidl România. Pentru raportarea viitoare, se are în vedere un sondaj consolidat și verificarea acurateței informațiilor.
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-17 Competența colectivă a celui mai înalt for de conducere	Ținta 16.5, Ținta 8.3	pag. 11, 14-15, 57			
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. 10, 32-34			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-21 Rata anuală a remunerației totale	Ținta 5.1, Ținta 5.5	-	GRI2-21	Informație confidențială	Informații cu caracter confidențial prin a căror publicare ne-am putea periclită avantajul competitiv pe care îl avem prin oferta noastră salarială.
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-22 Declarație privind strategia de dezvoltare sustenabilă	ODD1-ODD17	pag. 2-3			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-23 Angajamente la nivel de politici		pag. 12-14			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-24 Integrarea angajamentelor la nivel de politici		pag. 11, 14-19, 50-51, 55-59			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-25 Procese pentru remedierea impacturilor negative		pag. 18-20. Fiecare domeniu material include explicații privind modul în care ne preocupăm de identificarea, prevenirea, iar, atunci când este cazul, de remedierea impacturilor negative.			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-26 Mecanisme pentru solicitarea de îndrumare și petiționare		pag. 6, 14-15			

Standardul GRI	Expunerea	Corelarea standardele GRI cu Obiectivele de Dezvoltare Durabilă (ODD)	Pagina, linkul URL sau alte surse	Omisiuni		Explicație
				Expunerea omisă	Motivul omisiunii	
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-27 Conformitate legislativă	Ținta 16.5	pag. 14-15	GRI2-27 a, GRI 2-27 b	Informație confidențială	Din motive legate de confidențialitate, nu pot fi furnizate detalii.
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-28 Afilierii, participarea în asociații	Ținta 17.6	pag. 13-14			
GRI 2: Expuneri Generale 2021	2-29 Abordarea privind dialogul cu stakeholderii	Ținta 12.8, Ținta 13.3, Ținta 17.6	pag. 16-17, 56-59			
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.			
EXPUNERI SPECIFICE TEMELOR MATERIALE						
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-1 Procesul pentru identificarea domeniilor materiale		pag. 18-21			
	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	Ținta 5.4, Ținta 8.8	pag. 24-31			
GRI 401: Muncă 2016	401-3 Concediu parental		pag. 27-28			
GRI 407: Libertatea de asociere și acorduri colective 2016	407-1 Operațiuni și furnizori pentru care dreptul la libertatea de asociere și negociere colectivă pot fi amenințate	Ținta 8.7, Ținta 8.8	pag. 29-30			
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. 29-31	GRI 414-2 a, GRI414-2 b, GRI414-2 c, GRI414-2 d	Informații indisponibile	Până în acest moment, nu au avut loc audituri sociale în lanțul de aprovizionare la nivel local. Auditurile sociale sunt realizate la nivel internațional.
Remunerare echitabilă		ODD1, ODD5, ODD8, ODD10				
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material		pag. 32-34			
GRI 202: Prezența pe piață 2016	202-1: Raportul dintre nivelul standard de salarizare la intrarea în companie pe sexe comparativ cu salariul minim pe economie	Ținta 1.1, Ținta 1.2, Ținta 5.1, Ținta 5.5, Ținta 8.5, Ținta 10.3, Ținta 10.4	pag. 34		Confidențialitate	Informații cu caracter confidențial prin a căror publicare ne-am putea periclita avantajul competitiv pe care îl avem prin oferta noastră salarială.
GRI 405: Remunerare echitabilă 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	Grilele salariale sunt elaborate fără a ține cont de gen, religie, orientare sexuală, vârstă etc., astfel încât să asigurăm echitatea internă.			
	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. 34			
	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. 34			
Diversitate și incluziune		ODD1, ODD5, ODD8, ODD10				
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material		pag. 35-38			
GRI 405: Diversitate și șanse egale 2016	405-1 Diversitatea la nivelul structurilor de conducere și a angajaților	Ținta 5.1, Ținta 5.5, Ținta 5.C, Ținta 10.3	pag. 10, 37-38			
GRI 406: Practici nediscriminatorii 2016	406-1 Incidente de discriminare și acțiuni corective întreprinse	Ținta 5.1, Ținta 5.5, Ținta 5.C, Ținta 10.3	pag. 39			
Alimentație conștientă		ODD2, ODD12				
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material		pag. 39-41			
GRI 416: Sănătatea și siguranța consumatorului 2016	416-1 Evaluarea impactului categoriilor de produse și servicii asupra sănătății și siguranței	Ținta 2.1, Ținta 12.8	pag. 41	GRI416-1 a	Informații indisponibile	Suntem în etapa dezvoltării unor sisteme de referință valide, care ne vor putea oferi informații corecte și verificabile.
	Non-GRI Număr de analize pentru produsele alimentare	Ținta 2.1, Ținta 12.8	pag. 41			

Standardul GRI	Expunerea	Corelarea standardele GRI cu Obiectivele de Dezvoltare Durabilă (ODD)	Pagina, linkul URL sau alte surse	Omisuni Expunerea omisă	Motivul omisiunii	Explicație
Securitate și sănătate în muncă		ODD3, ODD8				
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material		pag. 42-45			
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. 42-43			
	403-2 Identificarea și evaluarea riscului, analiza incidentelor	Ținta 3.8, Ținta 3.9, Ținta 8.8	pag. 43, 45			
	403-3 Servicii de sănătate ocupațională	Ținta 3.8, Ținta 3.9, Ținta 8.8	pag. 43			
	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. 43			
	403-5 Pregătirea angajaților în domeniul sănătății și siguranței în muncă	Ținta 3.8, Ținta 3.9, Ținta 8.8	pag. 44			
	403-6 Promovarea sănătății în rândul angajaților	Ținta 3.8, Ținta 3.9, Ținta 8.8	pag. 45			
	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. 45			
	403-8 Lucrătorii acoperiți de sistemul de management de sănătate și siguranță ocupațională	Ținta 3.8, Ținta 3.9, Ținta 8.8	pag. 43			
	403-9 Accidente de muncă	Ținta 3.8, Ținta 3.9, Ținta 8.8	pag. 46			
	403-10 Probleme de sănătate legate de muncă	Ținta 3.8, Ținta 3.9, Ținta 8.8	pag. 47			
Facilitare		ODD4, ODD5, ODD8, ODD12, ODD13				
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material		pag. 48-54			
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. 51			
	404-2 Programe pentru dezvoltarea abilităților angajaților și programe de sprijin	Ținta 4.3, Ținta 4.4, Ținta 5.1, Ținta 8.3	pag. 50, 51, 53			
	404-3 Procentul de angajați evaluați periodic din perspectiva performanței și a dezvoltării în carieră		pag. 52			
	Non-GRI Inițiative de comunicare vizând informarea, sensibilizarea și promovarea comportamentelor responsabile de consum	Ținta 4.7, Ținta 12.8, Ținta 13.3	pag. 54			
	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. 57			
Dialog și cooperare cu stakeholderii		ODD12, ODD13, ODD17				
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material		pag. 56-59			
	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. 16-17, 56-59			
	Non-GRI Dialogul sistematic și constant cu partenerii pe teme de sustenabilitate	Ținta 12.8, Ținta 13.3, Ținta 17.6	pag. 56-59			
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. 62-74			
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. 63-73 https://www.lidl.ro/l/ro/cataloge/declaratie-nefinanciara-an-financiar-2023/view/flyer/page/1			
GRI 302: Energie 2016	302-1 Consumul de energie în cadrul organizației	Ținta 7.3, Ținta 12.2	pag. 65			
	302-5 Reducerea necesarului de energie pentru produse și servicii	Ținta 7.3	pag. 65			
GRI 305: Emisii 2016	305-1 Emisii directe de GES (Scope 1)	Ținta 13.2	pag. 72			
	305-2 Emisii indirecte de GES derivate din energie (Scope 2)	Ținta 13.2	pag. 71-72			
	305-3 Alte emisii indirecte de GES (Scope 3)	Ținta 13.2	pag. 72			
	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. 66-68			
	Non-GRI Procentul din totalul vehiculelor din flota de transport marfă echipate cu motoare minim Euro5	Ținta 7.3, Ținta 13.2	pag. 69			
Ecosisteme		ODD15				
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material		pag. 74-77			
GRI 304: Biodiversitate 2016	304-2 Impacturi semnificative ale activităților, produselor și serviciilor asupra biodiversității	Ținta 15.1, Ținta 15.A	pag. 77			
	304-3 Habitate protejate sau restaurate		pag. 77			

Standardul GRI	Expunerea	Corelarea standardele GRI cu Obiectivele de Dezvoltare Durabilă (ODD)	Pagina, linkul URL sau alte surse	Omisiuni		Explicație
				Expunerea omisă	Motivul omisiunii	
Apă dulce		ODD2, ODD6, ODD15				
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material		pag. 78-83			
GRI 303: Apă și efluenți 2018	303-1 Apa, o resursă comună	Ținta 2.4, Ținta 6.5	pag. 78-83			
	303-2 Gestionarea impacturilor legate de evacuarea apei	Ținta 6.3, Ținta 15.1	pag. 78-83			
	303-3 Captarea apei	Ținta 6.4, Ținta 6.8	pag. 83			
Materii prime		ODD12				
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material		pag. 84-85			
	Non-GRI Etichete de sustenabilitate recunoscute la nivel internațional și adoptate de furnizorii noștri		pag. 101			
Economie circulară		ODD12				
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material		pag. 86-94			
GRI 301: Materiale 2016	301-1 Materiale folosite în funcție de greutate sau volum	Ținta 12.4, Ținta 12.5	pag. 90			Cantitățile de materiale calculate conform acestui indicator se referă doar la tipurile de materiale menționate în tabelul de la pag. 90 și sunt raportate conform anului calendaristic.
	301-2 Materiale reciclate folosite (inputuri)	Ținta 12.5	pag. 90			Cantitățile la care se referă acest indicator au fost calculate doar pentru materialele listate în tabelul de la pag. 90.
GRI 306: Deșeuri 2020	306-1 Deșeuri generate și impacturi semnificative legate de deșeuri		pag. 86-89			
	306-2 Managementul impacturilor semnificative produse de deșeuri		pag. 86-92, 94			
	306-3 Deșeuri generate		pag. 89-91			
	306-4 Deșeuri deviate de la eliminare		pag. 88, 94			
Risipa alimentară		ODD12, ODD13				
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material		pag. 95-97	GRI303-3 e	Informație indisponibilă	În acest moment, la nivel de grup sunt evaluate măsurile luate până în prezent și eficacitatea acestora.
GRI 203: Impacturi economice indirecte 2016	203-2 Impacturi economice indirecte semnificative	Ținta 12.3, Ținta 13.2	pag. 95-97			
	Non-GRI Cantitatea de produse alimentare și pentru animale care nu a fost trimisă la groapa de gunoi (donații)	Ținta 12.2, Ținta 12.3, Ținta 12.5	pag. 97			
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. 100-103			
	Non-GRI Numărul total de produse etichetate cu certificări de sustenabilitate	Ținta 12.2, Ținta 14.1, Ținta 15.A	pag. 101			
	Non-GRI Informații clare și complete despre ingrediente și caracteristicile nutriționale ale produselor alimentare	Ținta 2.1, Ținta 13.3	pag. 103			
	Non-GRI Numărul furnizorilor din România – sortimentul permanent	Ținta 1.1, Ținta 1.5, Ținta 12.2	pag. 104			
	Non-GRI Numărul furnizorilor din România – întregul sortiment	Ținta 1.1, Ținta 1.5, Ținta 12.2	pag. 104			
GRI203: Impacturi economice indirecte 2016	203-2 Impacturi economice indirecte semnificative		pag. 102, 104 Disponibilitatea produselor achiziționate de la furnizori români a devenit o temă de interes pentru clienții noștri.			
GRI 204: Practici privind achizițiile 2016	204-1 Proportia de buget alocată furnizorilor locali	Ținta 1.1, Ținta 1.5, Ținta 12.2	pag. 104			



Perioada de raportare:
1 martie 2023 – 29 februarie 2024

