

Responsabili

pentru noi fapte
pentru un viitor mai bun

Raport de
sustenabilitate
Lidl România

1 martie 2024 – 28 februarie 2025



Știi că merită.



Cuprins

Cuvânt-înainte	2
Informații-cheie	3
Guvernanță corporativă responsabilă	4
Comportamentul corect.....	12
Promovarea sănătății	30
Protejarea mediului	38
Respectarea biodiversității	46
Conservarea resurselor	48
Anexa 1 – Tabel UN Global Compact	60
Anexa 2 – Tabel de conținut GRI	62

Cuvânt-înainte

Dragă cititorule,

Anul 2024, cu un context economic și politic complex, a accentuat rolul pe care îl jucăm în viața românilor și responsabilitatea care derivă de aici. În astfel de vremuri, misiunea noastră de a oferi produse de calitate la cel mai bun preț și de a fi un punct de sprijin pentru angajați, parteneri și comunități a căpătat o semnificație și mai mare.

Acest al optulea raport de sustenabilitate este o radiografie onestă a impactului nostru de-a lungul întregului lanț de valoare. Paginile ce urmează nu sunt doar o retrospectivă, ci și o reînnoire a angajamentului nostru de a acționa conștienți de datoria pe care o avem față de clienți, angajați, mediu și generațiile viitoare.

Am continuat să investim în soluții pentru protejarea mediului, de la reducerea emisiilor la gestionarea eficientă a resurselor și respectarea biodiversității. Totodată, ne-am concentrat pe oameni: am extins gama de produse locale și echilibrate, pentru promovarea sănătății, și am consolidat relațiile cu furnizorii noștri, bazate pe transparență și sprijin reciproc, contribuind la dezvoltarea economiei locale.

Angajamentele noastre depășesc granițele naționale. La nivel internațional, în 2024 am lansat parteneriatul strategic cu World Wide Fund for Nature (WWF), care ne ghidează în promovarea unei alimentații conștiente. Ne-am asumat, astfel, ca până în 2030 să creștem constant ponderea surselor de proteine de origine vegetală în sortimentul nostru, un pas esențial în transformarea sistemului alimentar.

Fiecare progres poartă amprenta dedicării echipei Lidl. Angajamentul colegilor mei din magazine, depozite și sedii este motorul real al succesului nostru, iar lor le mulțumesc în mod special. Acțiunile noastre de astăzi sunt, de fapt, promisiuni pe care le facem generațiilor următoare, pași concreți pentru un viitor în care să ne fie mai bine tuturor.

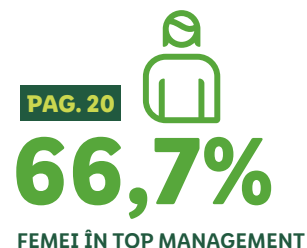
Îți mulțumesc pentru încredere și te invit să ne rămâi alături în această călătorie. Viitorul se construiește împreună, pas cu pas.

Alberto Chueca

Președintele Consiliului de administrație al Lidl România

Informații-cheie

1 martie 2024 – 28 februarie 2025



Fapte pentru un viitor mai bun

La Lidl, am început să publicăm rapoarte de sustenabilitate încă din 2016, iar acest efort voluntar al echipei noastre continuă, la fel ca în toți anii anteriori, cu respectarea cerințelor Standardelor GRI 2021 elaborate de organizația Global Reporting Initiative.

Totodată, am aliniat indicatorii de performanță la Obiectivele de Dezvoltare Durabilă ale Organizației Națiunilor Unite, așa cum este detaliat în tabelul de la pag. 62.

Le mulțumim pentru că ne sunt alături, ca în fiecare an, partenerilor noștri de încredere, consultanții CSR BootIQ, dar și echipei agenției de comunicare și creație Sunday Morning.

Demersul de raportare nu ar fi fost posibil fără munca echipei Lidl și le mulțumim colegilor noștri din departamentele implicate pentru sprijinul acordat în procesul de raportare:

Resortul Servicii Centrale și Expansiune (departamentul Construcții, departamentul Achiziții Interne, departamentul Facility Management, departamentul de Securitate și Sănătate în Muncă): Alexandra Roșca, Gabriel Budeanu, Iulia Elena Tudor, Rodica Hondor, Sorin Pascu, Valentin Vlase, Cosmin Nedelcu, Mădălin Radu, Ana Maria Tudorache.

Departamentul de Comunicare și CSR: Maria Mihai, Ramona Corbu, Teodora Toma, Andreea Ungureanu, Alexandra Teșcuț, Maria Mosorescu, Bianca Cenușescu.

Resortul Achiziții: Viviana Jandaru, Evelina Ștorobăneanu, Marian Neagu, Vlăduț Andrei Coman, Otto Keul.

Resortul Administrativ (departamentul Compliance, departamentul Juridic, departamentul Controlling): Iulian Lăzăroiu, Diana Băltătescu, Alexandra Voicu.

Resortul Resurse Umane: Alina Zamfir, Ionela Zara, Roxana Munteanu, Camelia Dumitru, Oana Mucuță, Alina Pantilie.

Resortul Vânzări și Logistică: Irina Bordeianu, Dana Ioniță, Ciprian Prisacariu, Ionuț Cîrjă.

Guvernanță corporativă responsabilă

- Profilul companiei
- Strategia de sustenabilitate. Analiza de materialitate



Profilul companiei

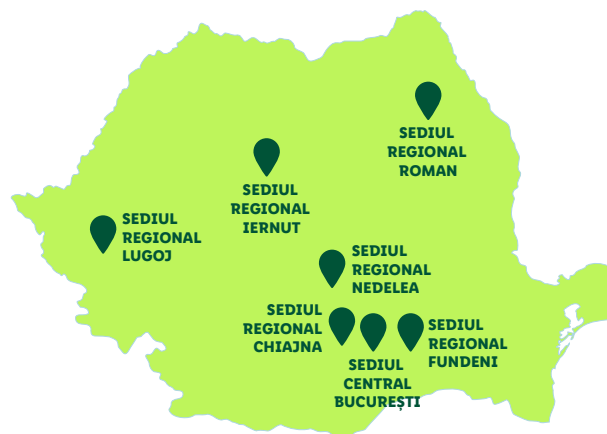
Lidl România (Lidl Discount SRL), cu sediul social situat în str. Cpt. Av. Alexandru Șerbănescu nr. 58A, Sediul Central, București, sectorul 1, este o subsidiară indirectă a Lidl Stiftung & Co. KG.

Lidl România este prezent pe piață cu următoarele societăți:

Numele companiei	Codul unic de înregistrare (CUI)
Lidl Discount SRL	22891860
Lidl Imobiliare România Management SCS	15139385
Lidl România SCS	15300120
Lidl România SRL	14962609

În România, Lidl operează mai mult de 377 de magazine și 6 centre logistice și de distribuție marfă și are în jur de 13.281 de angajați.

În magazinele Lidl din România, clienții se bucură de un



sortiment permanent extins și de înaltă calitate, alcătuit din 3.688 de produse individuale, care acoperă nevoile lor de zi cu zi. Acest număr este completat de o medie de 1.734 de produse suplimentare, care fac parte din ofertele speciale. În plus față de produsele alimentare pe care le oferim, clienții găsesc în magazinele noastre și produse near-food și nealimentare, cum ar fi produse cosmetice, îmbrăcăminte și dispozitive electrice mici.

Oferta variată de articole marcă proprie a reprezentat 69% din sortimentul nostru de produse. Articolele de marcă au reprezentat 31%.

Sortimentul a fost alcătuit în proporție de 39,4% din produse alimentare de la furnizori locali.

În sortimentul permanent și în oferta noastră promoțională am avut 384 de articole bio (organic) și 112 produse certificate Fairtrade.

În calitate de discounter, Lidl pune accent în magazinele sale și în companiile sale naționale pe importanța simplității și a unei abordări bazate pe procese. Astfel, Lidl le poate oferi zilnic clienților săi un raport optim calitate-preț.

Lidl Stiftung & Co. KG

Retailerul Lidl, cu sediul în Neckarsulm, face parte din Grupul Schwarz și este unul dintre cei mai importanți retaileri de produse alimentare din Germania și Europa. Lidl deținea la finalul perioadei de raportare în jur de 12.600 de magazine și în jur de 230 de centre logistice și de distribuție de marfă, în 31 de țări. Având angajați și în Asia, în total, Lidl funcționează cu aproximativ 382.400 de angajați.

La finalul anului financiar 2024, Lidl România deținea:

377
de magazine

6
centre logistice și de distribuție de marfă

13.281
de angajați

11
lucrători care nu sunt angajați, dar care au desfășurat muncă pentru Lidl România prin leasing de personal.

Lidl Stiftung & Co. KG, cu sediul în Neckarsulm, Germania, setează cadrul pentru activitatea operațională în coordonare cu companiile naționale, fiind responsabil pentru conceperea și proiectarea proceselor standardizate la nivel internațional, în calitate de furnizor de sisteme.

Despre companiile Grupului Schwarz

Companiile Grupului Schwarz, cu activități de business în 32 de țări, formează împreună unul dintre cele mai importante grupuri de retail din lume. Cu aproximativ 14.200 de magazine și 595.000 de angajați, companiile Grupului Schwarz au generat împreună vânzări totale de 175,4 miliarde de euro până la sfârșitul anului financiar 2024.

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

La nivel de grup, punem un accent deosebit pe utilizarea materiilor prime sustenabile, precum și pe fabricarea, utilizarea și reciclarea ambalajelor prietenoase cu mediul. De aceea, furnizorul de servicii de mediu PreZero urmărește viziunea privind închiderea buclei de reciclare în gestionarea deșeurilor și a reciclării, contribuind astfel la un viitor mai curat. Schwarz Digits, în calitate de divizie IT și digitală, oferă produse și servicii de încredere, care respectă standardele stricte de protecție a datelor din Germania. Schwarz Corporate Solutions, divizia de servicii corporative a grupului, furnizează servicii administrative și operaționale (cum sunt: controlling, financiar sau resurse umane) pentru toate celelalte societăți din Grupul Schwarz.

Lanțul de valoare al Lidl România

Fiind o companie de retail, Lidl România acționează ca intermediar între producători și consumatori. Avem relații

directe și indirecte cu clienții noștri și cu o paletă largă de furnizori și producători din numeroase lanțuri de aprovizionare. Activitățile prin care creăm valoare în amonte se desfășoară atât în sectorul secundar, cât și în cel primar. Acestea se extind de la cultivarea și recoltarea produselor agricole primare la extracția materiilor prime sau la creșterea animalelor și piscicultură, dar și la silvicultură (pentru crearea ambalajelor), precum și la produsele near-food și nealimentare.

Lanțul de valoare se extinde de la procesarea materiilor prime până la transportul mărfurilor către centrele logistice și magazine. Aici produsele finale sunt oferite consumatorilor, care constituie grupul nostru țintă și se află, prin urmare, în centrul activităților noastre de creare de valoare în aval.

Producția de materii prime, prelucrarea produselor agricole primare, precum și procesele de producție și de transport au toate un impact social și asupra mediului. Ne dorim să contribuim la îmbunătățirea pas cu pas a standardelor sociale și de mediu. De aceea, lucrăm în parteneriat cu furnizorii, reducem utilizarea materiilor prime acolo unde este posibil și integrăm conceptul de închidere a buclei încă din faza de producție.

Lidl România se angajează să depună eforturi pentru îmbunătățirea condițiilor de viață și de muncă pentru persoanele din țările producătoare și dorește, de asemenea, să își exercite influența în activitățile din aval. Mai specific, putem influența comportamentul de consum al unei mase largi de populație și să-i încurajăm pe oameni să ia decizii de cumpărare sustenabile, informate și mai sănătoase. Prin urmare, revizuim permanent modul în care putem face sortimentul nostru mai sănătos și mai sustenabil și suntem transparenți în informarea clienților noștri cu privire la acest lucru.

Guvernanța corporativă în Lidl România

În conformitate cu Actul constitutiv al societății, conducerea este reprezentată de Adunarea generală a asociaților și

administratori. Atribuțiile Adunării generale a asociaților nu au suferit modificări în perioada de raportare.

Funcționarea Consiliului de administrație este reglementată prin Regulamentul intern de funcționare a membrilor Consiliului de administrație. Regulamentul, care se aprobă de către Adunarea generală a asociaților și care nu este public, 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. 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. Adunarea generală a asociaților stabilește atât durata mandatului, cât și puterile de reprezentare. Membrii Consiliului de administrație au mandate cu o durată medie de patru ani, acestea putând varia în funcție de prevederile legislației și ale actului constitutiv al companiei.

Dintre membrii Consiliului de administrație,

66,7% sunt cetățeni români și

33,3% sunt cetățeni străini.

Consiliul de administrație al societății a avut, în perioada de raportare, următoarea componență:

- **Alberto Chueca** (președintele Consiliului de administrație)
- **Anamaria-Georgiana Radu** (director național achiziții și marketing, membră a Consiliului de administrație)
- **Ionela-Daniela Sulugiuc** (director național resurse umane, membră a Consiliului de administrație)
- **Irina Mușan** (director servicii centrale și expansiune, membră a Consiliului de administrație)
- **Olga Drăguinea** (director național administrativ, membră a Consiliului de administrație)
- **Yohann Guyard** (director național vânzări și logistică, membru al Consiliului de administrație).

Evaluarea performanței în Lidl România se face urmărind principiile procesului anual de Talent Management. Procesul este aplicabil tuturor angajaților companiei, de la toate nivelurile, inclusiv membrilor din board, 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 (dacă este cazul).
- Evaluarea este calibrată în cadrul unor ședințe ale responsabilului din partea departamentului HR 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.

Politica de remunerare din cadrul Lidl are la bază o structură transparentă, simplă și competitivă. Fiecare specialist și fiecare nivel de conducere au, în principiu, trei sau patru trepte de remunerare de bază. Acestea sunt definite pentru fiecare funcție și constituie scala 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.

În cadrul Lidl România există reguli implementate prin Regulamentul intern privind prevenirea, dezvoltarea 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.



Organizarea ariei de sustenabilitate la Lidl România

Sustenabilitatea ca arie strategică și operativă de bază în cadrul companiei este ancorată în Consiliul de administrație al Lidl

România, iar responsabilitatea generală îi revine președintelui său (CEO). Departamentul de coordonare CSR din cadrul Lidl România (integrat în activitatea de comunicare și CSR) și Consiliul de administrație își asumă împreună direcția strategică. Acestea se ocupă, de asemenea, de coordonarea activităților interdepartamentale în materie de sustenabilitate.

Departamentul de coordonare CSR al Lidl România, prin intermediul Directorului departamentului de comunicare și CSR, se află în subordinea CEO-ului companiei și este implicat, printre altele, în revizuirea strategiei și coordonarea procesului de raportare de sustenabilitate.

CEO-ul este deci implicat în procesul de raportare și este responsabil pentru aprobarea rezultatului final.

Pentru a răspunde mai bine modelului nostru de afaceri, Lidl a decis să gestioneze sustenabilitatea în mod operațional, prin departamentele de specialitate, pentru că așa se potrivește cel mai bine modelului de afaceri. Departamentul de sustenabilitate este asistat de echipa extinsă de CSR, formată din reprezentanți ai tuturor departamentelor din Lidl România. În cadrul acestei echipe interdepartamentale de CSR, dar și separat, în departamente, sunt discutate tendințele și temele în materie de sustenabilitate.

Obiectivele și măsurile agreeate astfel sunt prezentate Consiliului de administrație, care apoi, prin decizie comună, trasează direcția strategică și implementează angajamentele de sustenabilitate ale Lidl România.

Principii

Avem responsabilitatea de a preveni sau a reduce anticipat, acolo unde este posibil, orice impact negativ asupra mediului și al societății rezultat din activitatea noastră comercială. La Lidl, principiul precauției din Declarația de la Rio de Janeiro a Conferinței ONU pentru mediu și dezvoltare (UNCED) se reflectă în principiile noastre corporative, precum și în Codul de conduită elaborat de companiile Grupului Schwarz (CdC), care este parte integrantă a guvernanței corporative.

Codul de conduită stabilește principiile de bază care reglementează colaborarea noastră cu furnizorii. Codul este integrat în negocierile cu furnizorii noștri de mai mulți ani, cu scopul de a asigura aderarea lor la aceste principii și standarde. Codul de conduită conține reglementări clare privind munca copiilor și munca forțată, salarizarea și programul de lucru, tratamentul echitabil și combaterea



discriminării, care se bazează pe următoarele standarde internaționale:

- Principiile Pactului global al Națiunilor Unite
- Principiile directoare ale ONU pentru afaceri și drepturile omului
- Convenția ONU cu privire la drepturile copilului
- Convenția ONU privind eliminarea tuturor formelor de discriminare împotriva femeilor
- Declarația universală a drepturilor omului
- Liniile directoare ale OCDE pentru companiile multinaționale
- Organizația Internațională a Muncii (ILO)
- Convenția de la Minamata
- Convenția de la Stockholm
- Convenția de la Basel.

Lidl respinge orice formă de încălcare a drepturilor omului și a drepturilor lucrătorilor, așa cum este stipulat în Codul de conduită. Accentul se pune pe drepturile la locul de muncă. Scopul acestor drepturi este de a proteja persoanele de potențialele efecte negative în timpul programului de lucru. Drepturile omului legate de locul de muncă includ interzicerea muncii depuse de copii și a muncii forțate, precum și a discriminării, protejând remunerarea adecvată, dreptul la liberă asociere și securitatea și siguranța în muncă.

Nerespectarea drepturilor angajaților sau a drepturilor fundamentale ale omului, sub orice formă, este ilegală și nu va fi tolerată la Lidl. În același timp, drepturile angajaților noștri sunt protejate prin dispoziții clare în contractele lor de muncă.

Diligența corporativă

Lidl România integrează principiile de diligență corporativă în procesele de la nivelul întregii companii. Ne concentrăm pe a menține un comportament corect din punct de vedere legal, bazat pe parteneriat cu furnizorii, și depunem eforturi pentru a ne asigura că furnizorii noștri direcți respectă prevederile codului de-a lungul întregului lanț de aprovizionare și că le aplică în relație cu partenerii lor prin prevederi contractuale adecvate.

Avem o politică privind drepturile omului în domeniul achizițiilor, care definește principii, obiective, standarde și responsabilități clare pentru protecția drepturilor omului. În prezent, extindem implementarea procesului de diligență corporativă în întreaga companie.

În Lidl România, acordăm o mare importanță respectării legilor și reglementărilor și considerăm că este responsabilitatea noastră socială să acționăm cu integritate.

Afilieri – inițiative externe și asociații în care suntem membri

Lidl România este un partener activ în dezbaterile sociopolitice, scopul nostru fiind acela de a integra cerințele legislative în practici operaționale cât mai rapid și mai eficient posibil.

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
- AMCHAM – American Chamber of Commerce in Romania.

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

- ACT – Action, Collaboration, Transformation
- Alliance for Water Stewardship
- amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI)
- Partnership for Sustainable Textiles
- Women Empowerment Principles
- Carta diversității
- 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
- World Wide Fund for Nature (WWF).

Prin intermediul companiilor Grupului Schwarz, Lidl România este membră a următoarelor organizații (selecție):

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

Lidl România colaborează 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.

Schimbul continuu de informații cu stakeholderii interni și externi – cum ar fi clienți, organizații non-guvernamentale (ONG-uri), autorități, furnizori, stakeholderi din domeniul financiar și alți parteneri de afaceri, precum și angajați sau mass-media – este o parte importantă a managementului sustenabilității pentru Lidl România. Suntem conștienți că dialogul cu stakeholderii din societate contribuie la pluralismul de opinii și poate permite dezvoltarea de soluții practice pentru cele mai urgente provocări ale vremurilor noastre.

Lidl România recunoaște că are o responsabilitate specială privind dezvoltarea durabilă și acționează astfel încât să promoveze un grad mai mare de conștientizare a 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.

La începutul anului 2020, companiile Grupului Schwarz au aderat împreună la Pactul global al Organizației Națiunilor Unite (UNGC), cea mai mare și mai importantă inițiativă din lume pentru o guvernanță corporativă responsabilă.

Prin urmare, companiile Grupului Schwarz se angajează să respecte cele zece principii universale ale UNGC în domeniile drepturilor omului, muncii, mediului și anticorupției. Astfel, se creează un cadru global pentru angajamentul extensiv al companiilor Grupului Schwarz pentru sustenabilitate, care a crescut de-a lungul anilor. Lidl România, ca parte a companiilor Schwarz Group, oferă o contribuție importantă și a implementat deja o serie de

măsurile pentru a sprijini principiile unei economii globale sustenabile.

Strategia de sustenabilitate Analiza de materialitate

În cursul anului 2025, trecem printr-o perioadă de tranziție spre noua strategie de sustenabilitate, prin care vor fi urmărite domeniile prioritare pentru dezvoltarea durabilă a companiei. Din acest motiv și până la definitivarea strategiei, actuala structură a raportului de sustenabilitate este ușor diferită față de cea de anul trecut, în sensul reorganizării capitolelor. Modul în care au fost definite acestea și indicatorii de performanță nu au suferit însă modificări semnificative.

Analiza de materialitate este un proces standardizat care permite includerea perspectivei naționale asupra impacturilor companiei. Analiza se desfășoară în trei pași:

- un studiu efectuat de Lidl Stiftung & Co. KG în toate țările cu privire la relevanța impactului (constând într-o analiză a nivelului de expunere și interviuri cu experți);
- analiza relevanței asupra afacerii la nivel de țară (pas detaliat mai jos); și
- validarea și consolidarea rezultatelor într-o matrice de materialitate specifică Lidl România.

În martie 2025, Lidl România a început procesul de identificare a domeniilor materiale pentru a analiza impacturile actuale și potențiale, negative și pozitive și relevanța acestora asupra operațiunilor locale. Au fost organizate două workshopuri, la care au participat peste 40 de colegi – echipa extinsă de CSR, dar și reprezentanți

ai tuturor departamentelor: Achiziții, Facility Management, Juridic și Compliance, Expansiune, Controlling, Marketing, Construcții, Logistică, Organizare Vânzări, Risk Assessment, Comunicare și CSR, Resurse Umane, Achiziții Interne.

A fost discutat contextul actual în care operează Lidl: climatul politico-economic și social, modificările legislative de la nivel național (România) și european (inclusiv pachetul omnibus care vizează simplificarea procesului de raportare de sustenabilitate), războiul din Ucraina, efectele perturbatoare din lanțurile de aprovizionare și, nu în ultimul rând, schimbările climatice.

Evaluarea contextului de sustenabilitate ne-a permis să integrăm în procesul de analiză impacturile, riscurile și oportunitățile și să ne pregătim pentru cerințele care derivă din legislația privind raportarea sustenabilității corporative, cum ar fi analiza de dublă materialitate, dar și din alte propuneri legislative aflate pe agenda Comisiei Europene.

În proces am fost ghidați de Modelul de responsabilitate Lidl și cele 17 domenii CSR de impact. Acestea au fost evaluate similar cu procesul anterior:

- participanții la cele două workshopuri au analizat impacturile negative și pozitive, actuale și potențiale pe care Lidl le are asupra oamenilor și drepturilor acestora, precum și asupra mediului și economiei („perspectiva din interior spre exterior”);
- au evaluat impacturile negative și pozitive, actuale și potențiale;
- după care au analizat relevanța impacturilor sus-amintite asupra performanței Lidl („perspectiva din exterior spre interior”).

Rezultatele au fost discutate și incluse în lista domeniilor materiale. Lista finală a fost apoi validată de boardul companiei și este prezentată pe pagina următoare.

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 domenii de impact 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 și aplicarea unei ponderări economice.

Un număr de 15 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 care definește conținutul acestui raport:

Domenii materiale

Comportamentul corect

- Munca și drepturile omului
- Remunerare echitabilă
- Diversitate și incluziune
- Relații de afaceri și integritate
- Facilitare
- Dialog și cooperare cu stakeholderii

Promovarea sănătății

- Alimentație conștientă
- Securitate și sănătate în muncă
- Produse responsabile

Respectarea biodiversității

- Ecosisteme

Protejarea mediului

- 1,5 grade Celsius – Limitarea efectelor schimbărilor climatice

Conservarea resurselor

- Apă dulce
- Materii prime
- Economie circulară
- Risipă alimentară



Două arii nu au îndeplinit criteriile pentru a fi considerate domenii materiale (generarea de impacturi semnificative):

- Cetățenia corporativă și dezvoltarea locală
- Bunăstarea animalelor.



Știi că merită.

Despre acest raport

Prezentăm cel de-al optulea raport de sustenabilitate al Lidl România, care acoperă anul financiar 2024 (1 martie 2024 – 28 februarie 2025). Data depunerii situațiilor financiare este 28.07.2025, perioada de raportare financiară fiind aceeași. Frecvența cu care publicăm un raport de sustenabilitate este anuală.

Data publicării prezentului raport este finalul anului calendaristic 2025.

Pentru întrebări sau informații despre sustenabilitate și demersurile noastre în domeniu, ne puteți scrie la adresa de e-mail csr@lidl.ro

Acest document 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 demersul de raportare de sustenabilitate conform standardelor GRI este voluntar și suplimentar obligației legale de a publica anual o declarație nefinanciară.

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>

Informațiile prezentate în raport se referă la activitatea Lidl România. Acestea au fost colectate de departamentul de Comunicare și CSR și verificate și validate de departamentul intern de Controlling. 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, la același link menționat mai sus.

Structura documentului urmărește cele 6 arii de responsabilitate ale Lidl România (Comportamentul corect,

Promovarea sănătății, Deschiderea pentru dialog, Protejarea mediului, Respectarea biodiversității și Conservarea resurselor) și detaliază domeniile de impact și acțiuni care au fost identificate ca fiind relevante pe plan local, conform procesului explicat în secțiunea Analiza de materialitate, de la pag. 9.

În acest raport am inclus și informații care nu se referă direct la activitatea Lidl România, de exemplu: date statistice; referiri la legislația locală și/sau europeană; analize, studii și rapoarte; inițiative specifice și proiecte colaborative; informații puse la dispoziția noastră de colaboratori (de obicei, furnizori). Acestea au fost incluse pentru a asigura o înțelegere mai bună a contextului de sustenabilitate în care operăm și sunt semnalate corespunzător, cu precizarea sursei.

Modelul¹ de responsabilitate² al Lidl nu a suferit modificări în perioada de raportare. Drept urmare, lista de teme care au fost analizate este identică cu cea din raportul anterior, cu precizarea că domeniul Relații de afaceri și integritate a câștigat în importanță, depășind pragul de materialitate (vezi explicații la pag. 10). Modul în care aplicăm principiul precauției, obiectivele de raportare și limitele au rămas neschimbate. Întrucât o parte dintre indicatorii pentru anul financiar 2024 au trebuit să fie colectați înainte de sfârșitul perioadei de raportare, în conformitate cu ESRS (Standardele europene pentru raportarea de sustenabilitate), în acele cazuri au fost utilizate metode de extrapolare adecvate pentru valorile aferente perioadei restante.

Conform cerințelor **Standardelor GRI:2021**, la finalul documentului este disponibil tabelul de conținut GRI (pag. 62). Acesta indică locul din raport în care se găsesc toate domeniile materiale și expunerile, precum și alinierea acestora cu Obiectivele de Dezvoltare Durabilă ale Națiunilor Unite (ODD). Tot la finalul acestui raport (pag. 60) este inclus un tabel în care domeniile noastre materiale sunt corelate cu cele 10 principii ale Pactului global al Națiunilor Unite.



¹Vezi secțiunea Strategie de sustenabilitate. Analiza de materialitate, pag. 10.

²Modelul de responsabilitate al Lidl este explicat la pag. 15 a raportului nostru de sustenabilitate pentru anul financiar 2020, care poate fi accesat la <https://www.lidl.ro/l/ro/cataloge/raport-de-sustenabilitate-2020/view/flyer/page/16>

Comportamentul corect

- Muncă și drepturile omului
- Remunerare echitabilă
- Diversitate și incluziune
- Relații de afaceri și integritate
- Facilitare
- Dialog și cooperare cu stakeholderii



Muncă și drepturile omului

Companiile au obligația de a asigura angajaților lor condiții de lucru care să promoveze un mediu responsabil și bazat pe respect. Din ce în ce mai mulți oameni doresc să-și gestioneze mai bine angajamentele personale, timpul liber și munca. Prin inițiative adecvate, companiile pot contribui la promovarea bunăstării fizice și mentale a angajaților, dar și la organizarea mai bună a muncii și a nevoilor individuale ale angajaților, ținând cont de diferitele etape ale vieții acestora.

În calitate de retailer alimentar internațional, avem numeroase pârghii pentru a promova respectarea drepturilor omului nu doar pentru angajații noștri, ci și în rândul partenerilor noștri de afaceri direcți și de-a lungul lanțurilor noastre de aprovizionare. Ne angajăm în mod activ să respectăm drepturile omului și să aducem îmbunătățiri la nivelul întregii industrii.

Comportamentul corect

Ca 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 CMS „HR Compliance”, 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, iar în acest scop am creat diverse programe, pe care le dezvoltăm continuu.

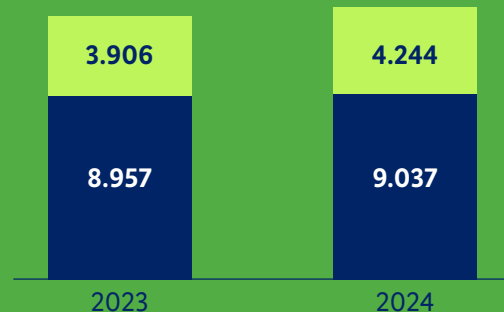
“

La Lidl România, respectarea și protecția drepturilor angajaților constituie baza unei relații de încredere.

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 de măsuri în scopul evitării și minimizării riscurilor privind conformitatea în procesele de resurse umane, ca parte a programului HR CMS. Pe parcursul perioadei de raportare, responsabilitățile în gestionarea acestui domeniu au suferit modificări, prin extinderea echipei. Astfel, începând cu anul financiar la care ne referim, departamentul include doi consultanți în dreptul muncii, un consultant în dreptul muncii și HR Compliance și un manager în dreptul muncii și HR Compliance.

Număr total de angajați

12.863 13.281



Femei
Bărbați

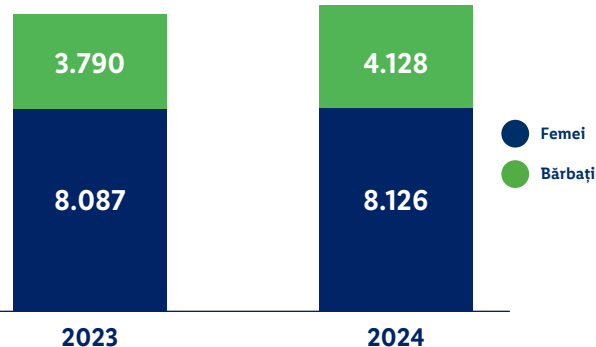
Din numărul total de angajați din anul financiar 2024, 92,3% au fost angajați cu normă întreagă și 99,9% au avut contract de muncă pe perioadă nedeterminată.

În perioada de raportare, am recrutat un total de

4.054
de angajați noi.Angajați, în funcție de tipul de contract de muncă³

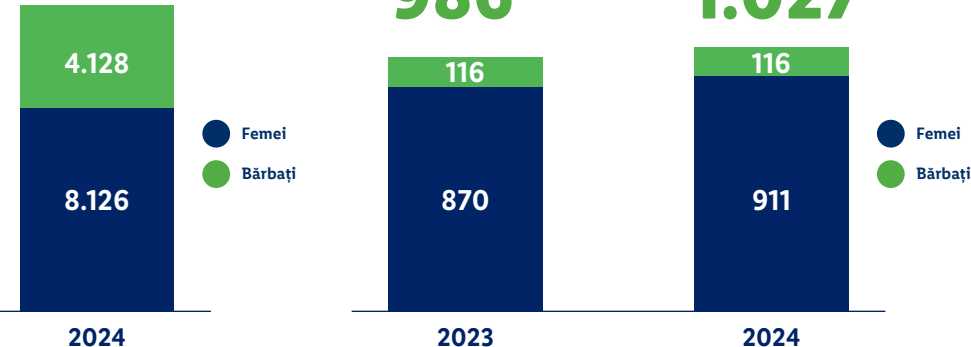
Angajați cu normă întreagă

11.877



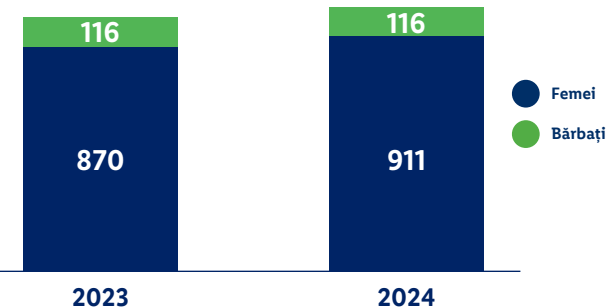
Angajați cu normă întreagă

12.254



Angajați cu normă parțială

986

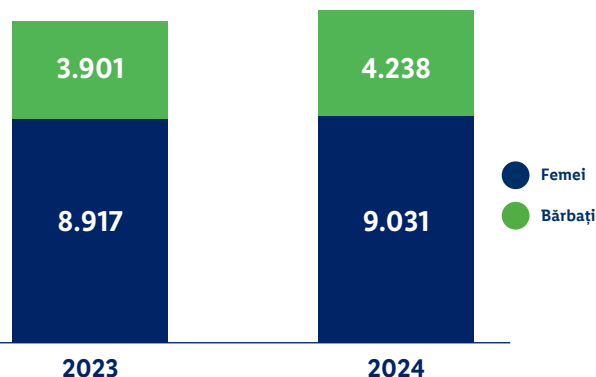


Angajați cu normă parțială

1.027

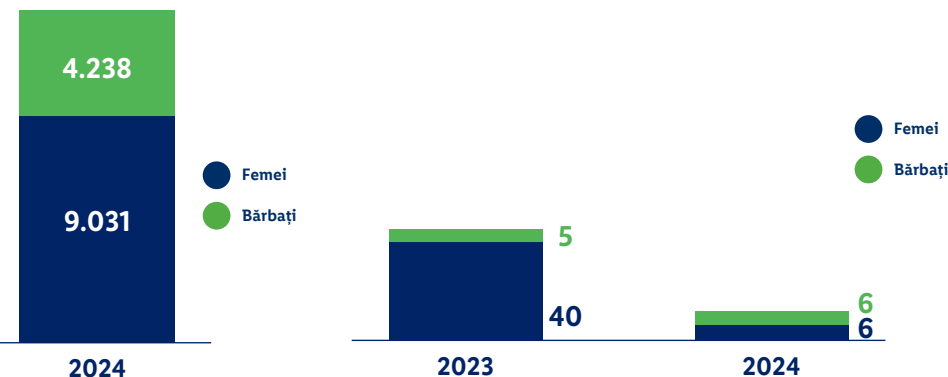
Angajați cu contract de muncă pe perioadă nedeterminată

12.818



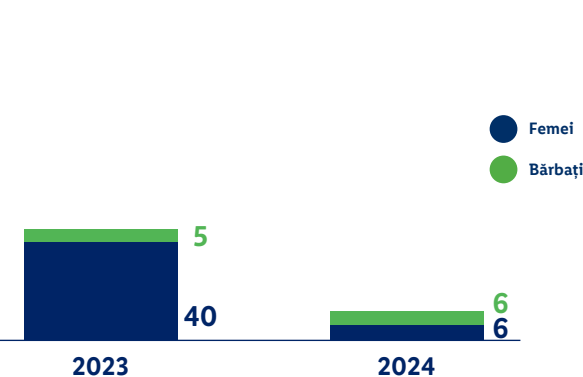
Angajați cu contract de muncă pe perioadă nedeterminată

13.269



Angajați cu contract de muncă pe perioadă determinată

45



Angajați cu contract de muncă pe perioadă determinată

12

³ Lidl România nu are angajați care nu au garantat un număr minim de ore de muncă pe contract. Toți indicatorii sunt calculați luând ca bază angajații activi la finalul anului financiar 2024. Angajații activi reprezintă totalitatea angajaților care, la momentul raportării, își desfășoară activitatea în mod activ, respectiv nu sunt în concedii medicale, de creștere a copilului, sabatic sau alte forme de absență îndelungată.

Pentru a ține cont de nevoile individuale ale angajaților noștri, promovăm telemunca. Toți angajații care își desfășoară activitatea folosind tehnologia informației și comunicațiilor (cei din sediile administrative) au posibilitatea de a lucra de la distanță două zile pe săptămână (lunea și vinerea). În mod excepțional, activitatea în regim de telemuncă poate fi efectuată și în celelalte zile lucrătoare ale săptămânii, însă cu obținerea aprobărilor interne.

Lidl România are și lucrători care nu sunt angajați direct ai Lidl România și care nu sunt incluși în rapoartele de 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 unor situații de scurtă durată. Așa cum stipulează principiile noastre, lucrătorii temporari sunt tratați în mod egal cu angajații care au încheiat un contract direct cu Lidl România. În perioada de raportare, 0,08% din totalul angajaților au fost AMT (agenți temporari de muncă).

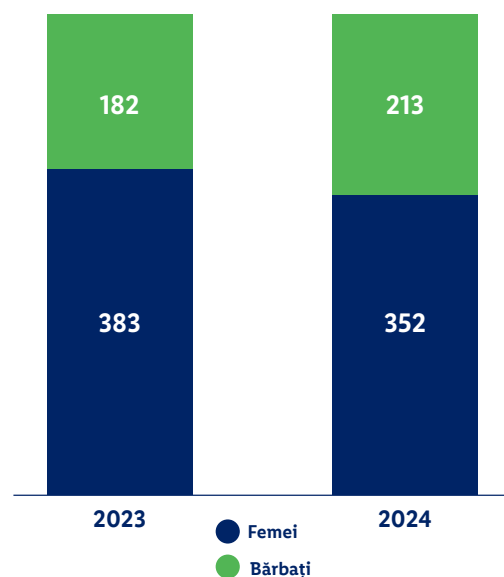
Prin programul nostru de management al riscului HR Compliance CMS, ne asigurăm că agențiile de muncă temporară respectă cu consecvență cerințele legislației muncii. În plus, ne angajăm la plata corectă a lucrătorilor

temporari.

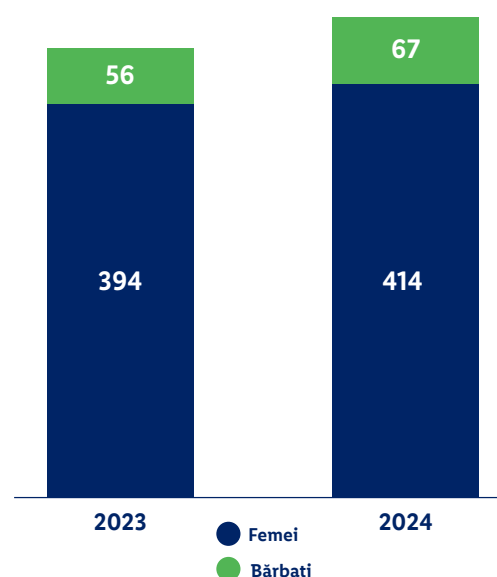
Dreptul la concediu parental contribuie la îmbunătățirea echilibrului între muncă și viața privată, iar angajații noștri au acces la concediu pentru creșterea copilului. În anul financiar 2024, un număr de 481 de angajați și-au exercitat acest drept, dintre care 414 femei și 67 de bărbați. Am identificat o creștere a numărului de angajați care au beneficiat de concediu pentru creșterea copilului, aceasta fiind sensibil mai mare în rândul taților.

Angajați în concediu pentru creșterea copilului

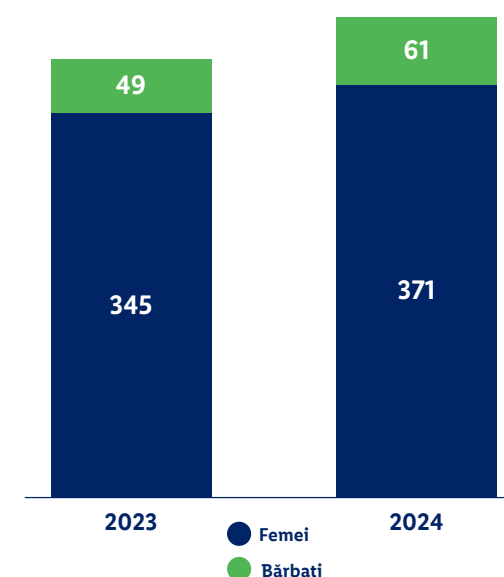
Numărul de angajați care aveau dreptul la concediu pentru creșterea copilului



Numărul de angajați care s-au aflat în concediu pentru creșterea copilului

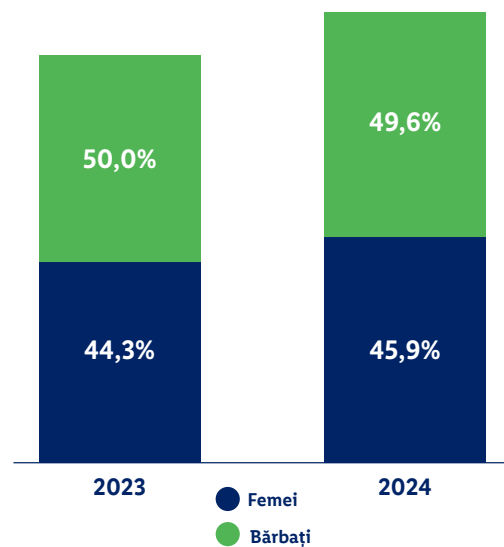


Numărul de angajați care s-au întors la muncă după terminarea concediului pentru creșterea copilului

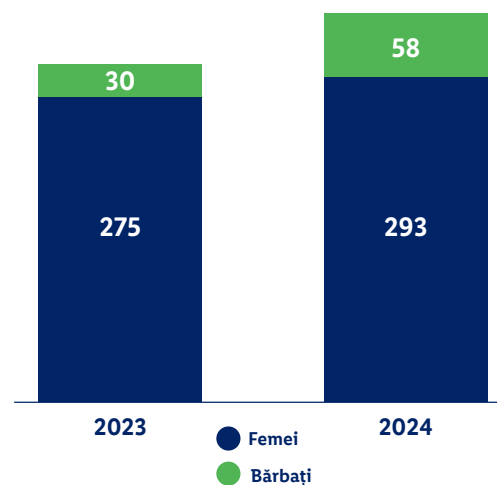




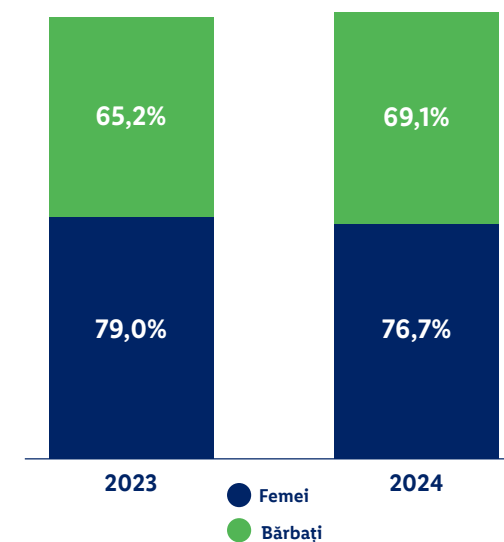
Rata de întoarcere la muncă (%) ✓



Numărul de angajați întorși la muncă după concediul pentru creșterea copilului care erau încă angajați la 12 luni de la reîntoarcere ✓



Rata de retenție (%) ✓



Indicatorii pentru anul financiar 2024 marcați cu ✓ au fost verificați de un auditor extern în acest proces de raportare.

Separat de concediul legal anual, angajații își pot lua concediu sabatic pe o perioadă cuprinsă între una și trei luni, denumită „perioadă sabatică”. În perioada sabatică, angajatul nu este plătit. Oferind perioade sabatice, Lidl România încearcă să ofere un model de echilibru între viața profesională și cea privată, mai potrivit cu diferitele faze ale vieții în care se află angajații. Concediile sabatice sunt disponibile tuturor angajaților cu o vechime de cel puțin cinci ani și pot fi structurate astfel încât să se potrivească nevoilor individuale. Lidl România garantează că angajații se pot întoarce pe aceeași poziție după revenirea la muncă. După încă cinci ani, angajații respectivi pot beneficia din nou de o perioadă sabatică. În 2024, 5 persoane au beneficiat de concediu sabatic.

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

Magazinele, centrele logistice și sediile administrative ale Lidl România 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.

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 pe întregul lanț de valoare.

Suntem cu toții conștienți că împreună suntem responsabili de respectarea drepturilor omului, protejarea mediului și de prevenirea riscurilor potențiale.

Așa cum noi avem grijă de angajații noștri, ne așteptăm ca și furnizorii și prestatorii noștri de servicii să aibă un comportament în conformitate cu legea, în special în ceea ce privește respectarea drepturilor omului și a standardelor de mediu. Codul de conduită elaborat în comun de companiile Grupului Schwarz descrie principiile noastre de bază pentru colaborarea cu furnizorii și prestatorii de servicii. Codul de conduită conține reglementări clare pe teme precum munca copiilor și munca forțată, salariile și programul de lucru, sănătatea și siguranța la locul de muncă, tratamentul echitabil și antidiscriminarea, care se bazează pe standardele internaționale relevante. În plus, formulăm așteptări specifice pentru partenerii de afaceri și ne angajăm să luăm măsuri pentru a consolida și a respecta standardele drepturilor fundamentale în muncă ale Organizației Internaționale a Muncii (OIM). De asemenea, suntem ghidați de Principiile directoare ale ONU privind afacerile și drepturile omului (UNGPBHR).

Așteptările noastre sunt ca furnizorii noștri să garanteze salarii echitabile și siguranța la locul de muncă și să prevină corupția și spălarea banilor. Acest lucru include, printre altele, organizarea unui sistem intern de gestionare a reclamațiilor și transmiterea standardelor către subcontractanți.

În plus față de principiile și standardele stabilite în Codul de conduită al companiilor Grupului Schwarz pentru partenerii de afaceri, am definit așteptări mai ample orientate spre risc pentru furnizori în politicile noastre de achiziții sustenabile pentru achiziționarea de mărfuri. În cazul creșterii riscurilor legate de drepturile omului și de mediu pentru anumite categorii de produse, putem defini, de asemenea, așteptări specifice în ceea ce privește furnizorii indirecti.

În ceea ce privește responsabilitatea pentru diligență 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.

Pentru a ne permite să identificăm mai bine riscurile, efectuăm analize de risc periodice și ad-hoc. Pentru noi, acestea reprezintă un element-cheie în îndeplinirea obligațiilor noastre de diligență în materie de drepturi ale omului și de mediu, în lanțurile noastre de valoare. Identificarea și analiza riscurilor aferente reprezintă o preocupare permanentă și un punct de plecare esențial pentru elaborarea abordării noastre bazate pe riscuri. Dacă identificăm riscuri ca parte a unei astfel de analize, luăm măsuri preventive adecvate, pe care le ancorăm în propriul nostru domeniu de activitate sau în raport cu furnizorii direcți. Acestea trebuie selectate astfel încât să abordeze în mod adecvat potențialele efecte negative asupra drepturilor omului și asupra mediului și să contribuie astfel la evitarea sau reducerea acestora.

Suntem conștienți că riscurile de încălcare a drepturilor omului apar tot mai frecvent în partea superioară a lanțului de aprovizionare. De aceea 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. Verificăm în permanență riscurile legate de drepturile omului din producția mărfurilor noastre, prin efectuarea unor analize de risc periodice și ad-hoc. Acest lucru are loc de trei ori pe an, sub forma unor evaluări ale impactului asupra drepturilor omului (HRIA) din lanțurile de aprovizionare cu risc ridicat, realizate de către Lidl la nivel internațional. 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. În acest sens, avem disponibilă pe website Politica⁴ Lidl pentru respectarea drepturilor omului și a mediului înconjurător în achiziția de mărfuri.

⁴Sursa: Website-ul Lidl România, <https://www.lidl.ro/l/ro/cataloge/politica-lidl-diligenta/view/flyer/page/1>

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.

Într-un context economic și politic marcat de imprevizibilitate, o inflație peste media europeană și o creștere accelerată a salariului minim pe economie, Lidl România își menține promisiunea față de angajații săi de a le oferi un loc de muncă sigur, stabil și competitiv, aliniat la tendințele pieței.

Sistemul de remunerare al Lidl România se bazează pe strategia de resurse umane și ține cont de cerințele de reglementare relevante, precum și de datele de piață privind nivelul pachetelor de compensații și beneficii din industriile comparabile. Revizuirea salariilor se face anual, în funcție de datele de piață, modificările fiscale, contextul intern și

extern, dar și direcția strategică a companiei. În condițiile schimbărilor accelerate din piață, revizuirea salarială pentru anumite funcții se poate face și de două ori în decursul unui an.

Prin sistemul de remunerare, structurat independent de sex, vârstă, origine, orientare sexuală, ideologie, religie sau abilități mentale și fizice, oferim condiții atractive în conformitate cu piața. Remunerarea angajaților este determinată de rolul acestora și cuprinde, în general, elemente fixe. În plus, în funcție de cerințele de reglementare și de piață, sunt posibile elemente de remunerare variabilă.

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 îndrumări de la echipa Lidl la nivel internațional cu privire la acest subiect.

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 minim intern Lidl, care se bazează pe sau depășește

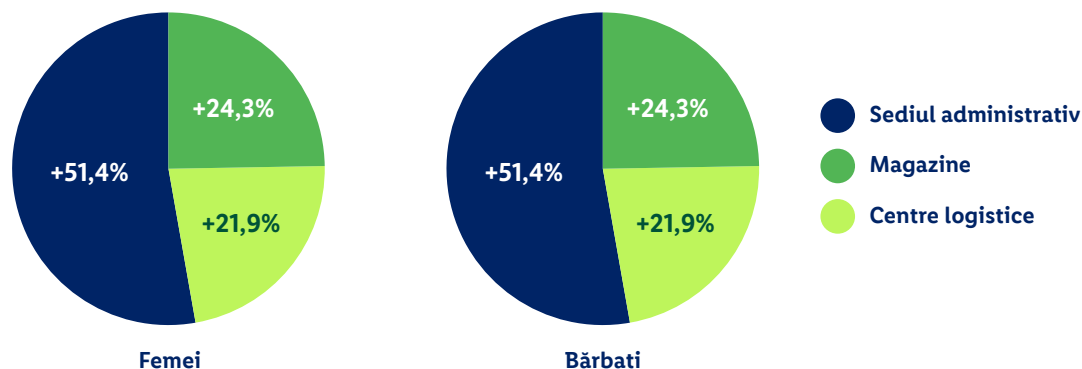
cerințele de reglementare din țară. Acest lucru le permite angajaților noștri din grupele de salarii mai mici să își îmbunătățească situația veniturilor. Salariul minim intern al Lidl este revizuit la intervale regulate și ajustat, dacă este necesar.

În perioada de raportare, în România, salariul de bază minim brut pe țară garantat în plată a suferit modificări, crescând de la 3.700 de lei (2024) la 4.050 lei (de la 1 ianuarie 2025)⁹, adică cu 9,46%. Dorința noastră este să fim angajatorul cu cele mai bune pachete de compensații și beneficii din industria de retail. În acest scop, realizăm constant analize comparative ale pachetului nostru cu datele salariale și de beneficii din țară. În 2024, în contextul de mai sus, salariul minim intern pentru angajații din depozite a crescut cu 7,9%. Totodată, conform acestor analize, a rezultat că măsurile de creștere salarială din septembrie 2023 au poziționat pachetul nostru de compensații și beneficii în conformitate cu strategiile companiei, motiv pentru care nu a existat o revizuire pentru angajații din magazine și alte categorii de personal (birouri). Modul în care privim și construim structura salarială și de beneficii a rămas similar cu cel de anul anterior, nefiind introduse alte criterii în baza cărora se întocmește grila salarială.

“

În perioada de raportare, în România, salariul de bază minim brut pe țară garantat în plată a suferit modificări, crescând de la 3.700 de lei (2024) la 4.050 lei (de la 1 ianuarie 2025), adică cu 9,46%.

Raportul dintre salariul minim la intrarea în companie și salariul minim pe economie în anul financiar 2024



⁹Sursa: website-ul Ministerului Muncii, Familiei, Tineretului și Solidarității Sociale, <https://mmuncii.ro/j33/index.php/ro/comunicare/comunicate-de-presa/7516-20241127-cp-salariu-minim-ianuarie-2025>

Politica de acordare a bonusurilor este stabilită conform strategiei companiei, luând în considerare practica pieței, în funcție de rol. Totodată, la fiecare aniversare a angajatului în companie, se oferă bonus de loialitate (pentru rolurile de vânzător, asistent magazin, lucrător depozit și stivuiorist). În baza unor criterii decise de conducerea companiei, în perioada la care ne referim, toți angajații au primit un bonus anual, precum și alte două bonusuri excepționale: unul raportat la salariul individual (decembrie 2024), iar al doilea raportat la vechimea în companie (februarie 2025). De asemenea, pentru rolul de comisionar se acordă bonus de performanță și de condiții de muncă.

Ca și până acum, indiferent de tipul de contract, toți angajații Lidl România au acces la o serie de beneficii, care în anul financiar 2024 au inclus:

- Asigurare privată de sănătate
- Asigurare de viață și accident
- Tichete de masă
- Ajutor acordat la nașterea unui copil și un kit cu produse de igienă pentru nou-născuți
- 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
- Concediu sabatic acordat angajaților după împlinirea a 5 ani de vechime în muncă
- Zile libere în plus în funcție de vechimea în companie
- Program de lucru flexibil în birouri și zi scurtă vinerea
- Telemuncă în sediile administrative 2 zile pe săptămână, cu posibilitatea extinderii la nevoie
- Acces la activități sportive
- Primă cu ocazia zilei de 8 Martie oferită angajatei companiei
- Bonus de loialitate (vânzător, asistent magazin, lucrător depozit, stivuiorist) oferit la fiecare aniversare a angajatului în companie
- 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.

Potrivit indicelui global al disparității de gen 2024 al World Economic Forum⁶, există o lipsă de schimbări tangibile și profunde privind progresele în materie de egalitate de gen. 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. În cadrul Lidl, dorim să contribuim la atingerea acestui obiectiv și colectăm date privind disparitatea salarială între femei și bărbați, din anul 2021. Datele referitoare la disparitatea salarială de gen (DSG), respectiv disparitatea de bonificații între femei și bărbați pentru anul financiar de raportare (vezi tabelul de mai jos) arată care a fost:

Disparitatea salarială și disparitatea de bonificații dintre femei și bărbați în Lidl România în anul financiar 2024

Disparitatea salarială dintre femei și bărbați (neajustată)⁷

Medie	10,8%
Mediană	3,1%

Disparitatea de bonificații dintre femei și bărbați (neajustată)⁷

Medie	32,9%
Mediană	0,0%

Disparitatea salarială dintre femei și bărbați (ajustată)⁸ – după nivelul salarial (în quartile)⁹

	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	-2,8%	-0,1%	0,3%	11,9%
Mediană	-1,9%	-0,1%	0,2%	5,3%

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

	Top management	Senior management	Management	Angajați
Medie	39,3%	-23,8%	3,5%	0,2%
Mediană	41,9%	-6,9%	2,9%	0,0%

Deși principiul de plată egală pentru muncă egală este ferm respectat în companie, acest decalaj nu poate fi complet evitat, din cauza factorilor structurali existenți în forța de muncă. Aceștia se referă, de 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, sau la un procent mare de bărbați angajați în depozite, unde există bonus de performanță. 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.

Suntem una dintre companiile din România care au făcut publice informații salariale pentru

⁶Sursa: World Economic Forum, Global Gender Gap. Insight Report 2024, https://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2024.pdf

⁷Disparitatea salarială brută („neajustată”) dintre femei și bărbați compară salariile angajaților de sex masculin și feminin, fără a ține cont de aspecte structurale precum funcția, nivelul de salarizare, tipul de angajare (normă întreagă/parțială) sau alți factori.

⁸Disparitatea salarială dintre femei și bărbați „ajustată” compară salariile angajaților de sex masculin și feminin și ia în considerare anumite aspecte structurale, cum ar fi nivelul profesional sau de conducere, nivelul de salarizare, tipul de angajare (cu normă întreagă/parțială) și alți factori. În scopul calculării diferențelor „ajustate” de remunerare între sexe, 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.

⁹O quartilă reprezintă un interval salarial. În scopul evaluării, angajații Lidl România sunt împărțiți în patru grupe salariale de mărime egală. Numărul pentru prima quartilă indică diferența de remunerare dintre femei și bărbați în rândul angajaților din compania care câștigă cel mai mic salariu, în timp ce a patra quartilă arată diferența de remunerare dintre femei și bărbați pentru angajații cu cele mai mari salarii din companie.

anumite poziții. Încă din 2022, am transparentizat în mod proactiv salariul de bază și venitul mediu brut lunar pentru rolurile de vânzător și lucrător depozit, menționând în anunțurile și materialele de recrutare aceste informații. Începând din 2023, am făcut acest demers și pentru toate celelalte poziții fără rol de conducere din magazine și depozite, precum și pentru rolurile din birouri, până la nivel de consultant (în conformitate cu legislația pentru protecția datelor cu caracter personal în vigoare).

Diversitate și incluziune

Indiferent de vârstă, origine, religie, identitate de gen, orientare sexuală, ideologie sau dizabilitate, Lidl România le oferă tuturor angajaților un mediu de lucru bazat pe respect. Diversitatea, echitatea și apartenența fac parte din filosofia noastră de management. Aceste principii ne ajută să creăm un mediu de lucru pozitiv și să asigurăm condiții egale și echitabile pentru toți colegii, promovând permanent egalitatea de gen. Lidl promovează aceste principii sub umbrela de „Diversitate, echitate & apartenență” (DE&B), luându-le în considerare în mod conștient în toate procesele – de la recrutare, onboarding și dezvoltarea angajaților, până la offboarding.

În compania noastră, fiecare persoană are aceleași șanse 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 le gestionăm în timp util.

Echipa de Engagement din cadrul departamentului de Resurse Umane este responsabilă de gestionarea și implementarea măsurilor privind diversitatea, echitatea și apartenența în cadrul Lidl România. Aceasta coordonează punerea în aplicare a tuturor măsurilor aferente, ținând cont de cerințele legislative în vigoare.

În anul 2024, mai precis în luna aprilie, a fost actualizat Regulamentul intern al Lidl România, capitolul dedicat diversității nefiind modificat întrucât acesta, împreună cu anexa referitoare la procedura disciplinară, răspunde prevederilor legale în vigoare. Atât angajații Lidl, cât și persoanele externe companiei au acces la o serie de canale confidențiale de denunțare a neregulilor, prin care pot face sesizări în acest sens. Nu au fost înregistrate cazuri de abateri disciplinare referitoare la incidente de discriminare.

Începută în anul financiar 2023, campania „Împreună la Lidl¹⁰”, prin intermediul căreia ne reafirmăm angajamentul de a acționa echitabil, dar și de a cere corectitudine de la partenerii de afaceri, de la clienți și între membrii echipei, a continuat și în perioada la care ne referim. Cu toate că nu avem indicatori specifici de măsurare a eficacității campaniei, am constatat că nivelul de conștientizare al angajaților a crescut, colegii noștri fiind mai deschiși și activi în a sesiza potențialele incidente de discriminare.

Incidente de discriminare și acțiuni corective

	2023	2024
Număr de incidente de discriminare	3	7
Statusul incidentelor și acțiunilor corective luate cu referire la:		
i. incidente analizate în companie	3	7
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	0	0
iv. incidente care nu mai necesită acțiuni corective	3	7

În luna februarie 2025 am lansat o nouă politică privind egalitatea de tratament și nonviolența în mediul de lucru, care definește formele de discriminare și violență pe care dorim să le prevenim în continuare în echipele noastre și modalitățile prin care pot fi raportate încălcările acestei

politici. Pentru a ne asigura că noile prevederi sunt cunoscute și respectate, acestea au fost incluse în modulele de școlarizare pentru RPAS.

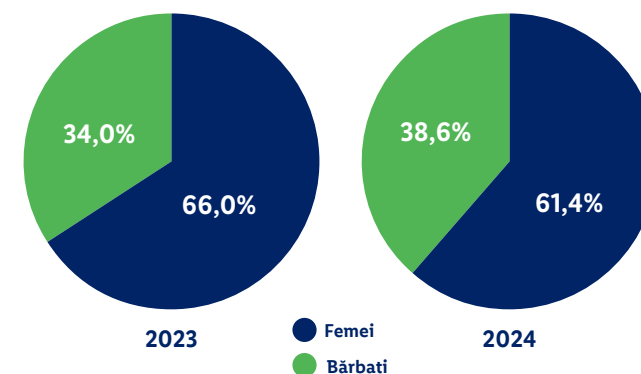
În ceea ce privește activitățile de formare care acoperă aspecte privind diversitatea, menționăm că modulul de Diversitate și incluziune lansat pe platforma noastră de e-Learning în 2021 a continuat să fie accesat la cerere. Au continuat și programele de școlarizare de tip Onboarding, cu abordarea obligațiilor din Regulamentul intern cu privire la respectarea principiului nediscriminării și egalității de șanse.

Diversitatea în rândul noilor angajați și fluctuația angajaților

Număr de angajați noi

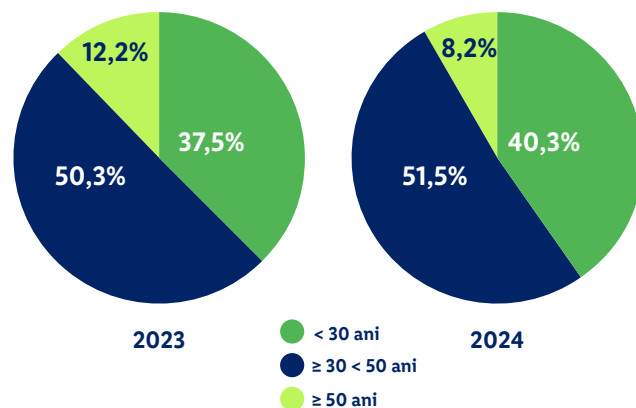
3.588 **4.054**
2023 2024

Împărțirea pe gen a noilor angajați (%)



¹⁰ Sursa: Website-ul Lidl România, <https://cariere.lidl.ro/impreuna-la-lidl>

Împărțirea pe grupe de vârstă a noilor angajați (%)



Nivelurile de conducere din cadrul companiilor acționează ca modele de urmat în ceea ce privește DE&B. Suntem convinși că promovarea diversității în funcțiile de conducere este necesară pentru a depăși provocările actuale ale mediului de afaceri. În anul financiar 2024, procentul de femei manager a reprezentat 49,7% din management, 17,6% din managementul senior și 66,7% din top management.

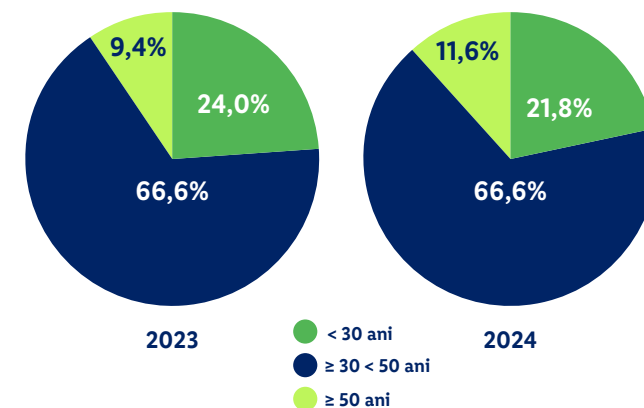
Diversitatea în rândul angajaților

Angajați

12.863 **13.281**

2023 2024

Împărțirea pe grupe de vârstă a tuturor angajaților (%)

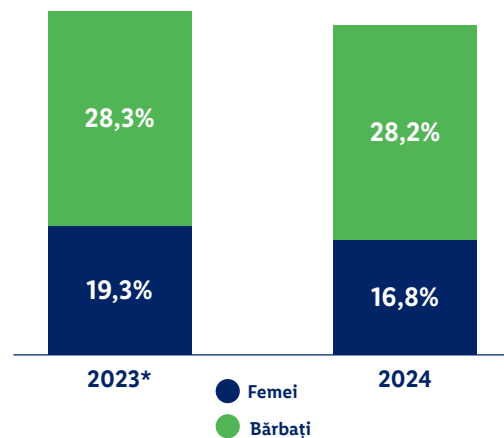


Fluctuația angajaților (%)

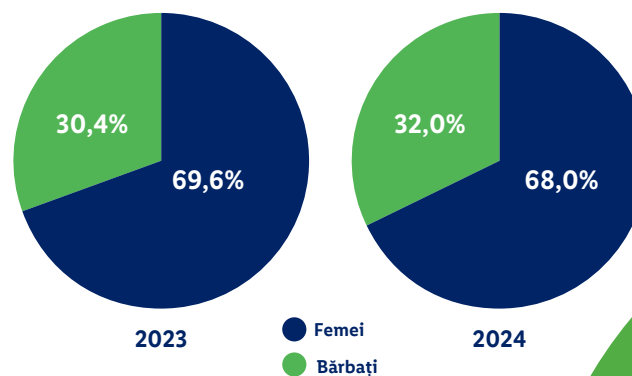
Total

22,3% **20,5%**

2023* 2024



Împărțirea pe gen a tuturor angajaților (%)



Pentru perioada care urmează avem în plan elaborarea unei politici de DE&B. În prezent colectăm și analizăm exemple de bune practici din alte țări în care Lidl este prezentă și operează cu un astfel de cadru.

* În urma corectării formulei de calcul, aceste valori au fost modificate față de cele incluse în raportul de sustenabilitate aferent anului financiar 2023.

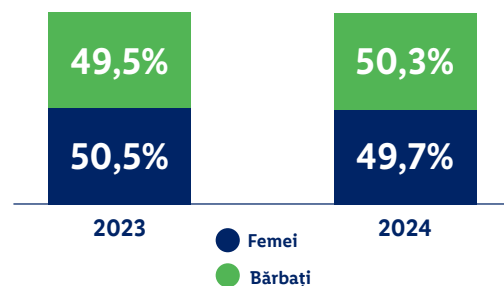


Diversitatea în structurile de guvernanță

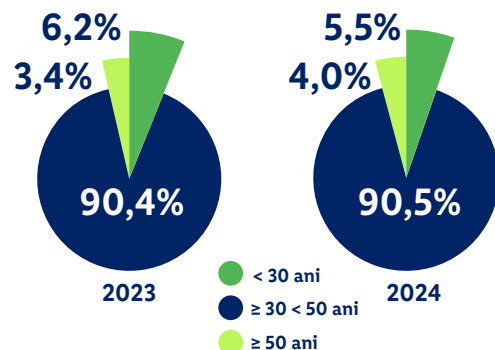
Angajați în management

743 **748**
2023 2024

Împărțirea pe gen a angajaților în management (%)



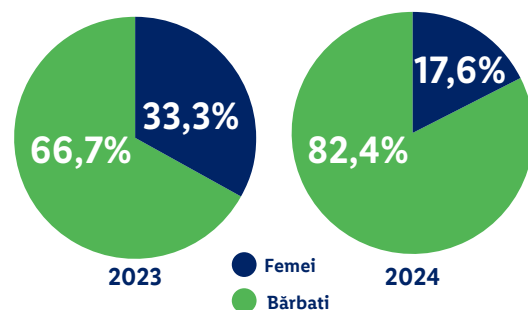
Împărțirea pe grupe de vârstă a angajaților în management (%)



Angajați în senior management

15 **17**
2023 2024

Împărțirea pe gen a angajaților în senior management (%)



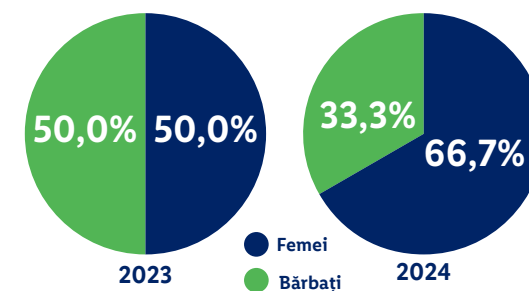
Împărțirea pe grupe de vârstă a angajaților în senior management (%)

	2023	2024
< 30 ani	0,0%	0,0%
≥ 30 < 50 ani	93,3%	94,1%
≥ 50 ani	6,7%	5,9%

Angajați în top management

6 **6**
2023 2024

Împărțirea pe gen a angajaților în top management (%)



Împărțirea pe grupe de vârstă a angajaților în top management (%)

	2023	2024
< 30 ani	0,0%	0,0%
≥ 30 < 50 ani	100,0%	100,0%
≥ 50 ani	0,0%	0,0%

Ca parte a rețelei internaționale LEAD¹¹, Lidl se angajează să susțină în mod activ femeile în poziții de conducere în industria de retail și bunuri de 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, unde pot face schimb de informații pe teme de DE&B cu angajații altor companii din sector sau pot participa la diverse webinare.

Pentru a contracara discriminarea femeilor în companii, Lidl a aderat la Principiile Națiunilor Unite de capacitate a femeilor (WEPS¹²), prima inițiativă globală pentru promovarea și creșterea importanței femeilor în companii – bazată pe o cultură de management care susține principiul egalității. Punctele centrale ale inițiativei sunt remunerarea egală pentru muncă de valoare egală, promovarea măsurilor de capacitate a femeilor și o politică de toleranță zero față de hărțuirea sexuală la locul de muncă.

¹¹ Sursa: Website-ul LEAD Network, <https://theleadnetwork.net>

¹² Sursa: Website-ul UN Women, Women's Empowerment Principles, <https://www.weeps.org>



Relații de afaceri și integritate



Acțiunile Lidl România și ale angajaților noștri fac obiectul următorului principiu corporativ central, obligatoriu pentru toți angajații: respectăm legislația aplicabilă și regulamentele interne în vigoare.

În acest context, Lidl România are implementat un sistem de management al conformității (CMS), care include cerințe obligatorii.

Acestea constau în standarde și elemente prin care ne asigurăm că acționăm în conformitate cu legislația aplicabilă. Obiectivul principal al CMS este de a evita încălcarea legislației aplicabile și a regulamentelor interne și de a urmări și sancționa în mod consecvent orice încălcare identificată („principiul toleranței zero”). CMS se axează pe domeniile anticorupție, antifraudă, protecția datelor, legislația antitrust, verificarea conformității partenerilor de afaceri, resursele umane și conformitatea produselor.

Măsurile acoperite de CMS includ și elaborarea și comunicarea normelor și regulamentelor (de exemplu, regulile privind gestionarea cadourilor și a beneficiilor sau normele privind protecția datelor), desfășurarea programelor de formare și investigarea și urmărirea tuturor plângerilor interne și externe care vizează posibile încălcări ale legislației sau ale procedurilor interne relevante.

Compania aplică reguli stricte valabile pentru toți angajații, pentru a preveni și gestiona conflictele de interese, asigurând

o cultură a integrității, responsabilității și transparenței în procesele decizionale.

Printre situațiile de fapt ce pot constitui potențiale conflicte de interese, reglementate intern în cadrul Lidl România, menționăm:

1. evitarea relațiilor ierarhice incompatibile;
2. restricții privind interesele private în entități partenere;
3. evitarea altor forme de influență personală.

Angajații trebuie să evite orice circumstanță care poate duce la interferență între interesele personale – financiare sau nefinanciare – și îndeplinirea obiectivă a sarcinilor sau influențarea procesului decizional.

Mecanism intern de transparență

Angajații trebuie să raporteze orice potențial conflict de interese în termen de cinci zile lucrătoare de la identificarea acestuia, prin intermediul unei declarații-tip disponibile în Regulamentul intern al companiei, iar departamentul Juridic și de Conformitate efectuează o analiză detaliată.

Aceste reguli reflectă angajamentul companiei de a proteja interesele părților, de a asigura un proces decizional imparțial și de a respecta standardele recunoscute la nivel internațional de guvernanță corporativă responsabilă. De exemplu, în cadrul companiei, există prevederi 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. Cazul este analizat de către departamentul Conformitate, iar, dacă situația este confirmată, se recomandă măsuri adecvate de remediere.

Implementarea CMS necesită implicarea tuturor angajaților și managerilor, precum și o organizare adecvată a activității de conformitate. Departamentul Conformitate revizuieste periodic CMS în ceea ce privește caracterul adecvat, eficacitatea și potențialul de îmbunătățire.

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, despre care puteți citi mai multe la <https://corporate.lidl.ro/despre-lidl/compliance>

În conformitate cu mecanismele de soluționare a plângerilor și cu protocoalele de conduită etică, organizația a întreprins mai multe investigații interne cu privire la cazuri de conduită necorespunzătoare a angajaților – inclusiv potențiale însușiri de produse și încălcări ale procedurilor interne.

Aceste investigații au fost efectuate în conformitate cu reglementările noastre interne privind asigurarea imparțialității și a confidențialității. Concluziile sunt comunicate exclusiv stakeholderilor interni desemnați, în conformitate cu politicile noastre de guvernanță, care separă procesele disciplinare operaționale de supravegherea strategică.

Prin această abordare, organizația își demonstrează angajamentul de a oferi acces la căi de atac, respectând în același timp confidențialitatea, menținând integritatea procedurală și îndeplinindu-și obligațiile în temeiul standardelor etice și de sustenabilitate recunoscute.

Pentru a evita încălcări ale conformității, pe lângă identificarea continuă a riscurilor de conformitate, punem accentul pe sensibilizarea angajaților și a managerilor, prin sesiuni de training. Prin urmare, programele de conștientizare și formare profesională sunt obligatorii pentru toți angajații în termen de 3 luni de la începerea activității în companie și sunt reluate apoi periodic. Potențialele riscuri de conformitate specifice activității lor sunt identificate, iar angajații își însușesc un comportament adecvat și corect în cazul apariției acestora. Angajații beneficiază de formare orientată spre risc cu privire la subiectele de conformitate relevante pentru sarcinile lor.

Lidl organizează cursuri de formare obligatorii atât fizic, cât și online. În general, partenerii de afaceri și furnizorii sunt, la rândul lor, obligați să respecte reglementările legale, printr-o clauză contractuală adecvată.

Dacă, în ciuda măsurilor luate, apare o încălcare a conformității sau există un risc în acest sens, oferim atât angajaților, cât și terților externi posibilitatea de a ne notifica

posibile încălcări sau riscuri de conformitate, prin intermediul sistemului nostru de raportare.

În ceea ce privește protecția datelor cu caracter personal, în perioada de raportare compania nu a identificat nicio reclamație justificată în acest sens.

Informațiile despre posibilele încălcări ale conformității pot fi raportate dacă au fost comise de către angajații Lidl sau dacă sunt iminente în cursul activităților noastre operaționale ori dacă au fost comise de terți în legătură cu activitățile comerciale ale Lidl.

Principalele constatări ale rapoartelor sunt utilizate pentru a identifica riscurile și pentru a elabora în continuare măsuri de diminuare sau eliminare a riscurilor. În cazul în care sunt identificate efecte negative care sunt legate direct sau indirect de activitățile comerciale ale Lidl, compania se străduiește să ia măsurile adecvate pentru a remedia situația și își folosește influența pentru a se asigura că celor afectați li se acordă măsuri de remediere adecvate.

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 noastre 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.

Procesul de petiționare la Lidl este guvernat de Codul nostru de conduită, care poate fi consultat pe site-ul nostru, la: <https://www.lidl.ro/l/ro/catalogue/codul-de-conduita-conformitate/view/flyer/page/1>

Abordarea fiscală

Comaniile Grupului Schwarz respectă toate legile, regulamentele și reglementările fiscale aplicabile în țările și comunitățile în care își desfășoară activitatea. Politicile fiscale comune ale companiilor din Grupul Schwarz prevăd nu doar respectarea deplină a tuturor legilor fiscale aplicabile, ci și achitarea la timp a tuturor obligațiilor fiscale și depunerea declarațiilor financiare corecte.

Comaniile Grupului Schwarz sunt conștiente de faptul că impozitele pe care le achită reprezintă o sursă semnificativă de venit pentru țările și comunitățile în care operează și, prin urmare, sunt o condiție prealabilă pentru funcționarea oricărei societăți. În spiritul responsabilității corporative, companiile din Grupul Schwarz își desfășoară planificarea fiscală în mod legal și pe baza unor considerente economice. Acestea resping planificarea fiscală agresivă, bazată pe structuri artificiale, cu unicul scop de a reduce la minimum impozitele. Același lucru este valabil și pentru tranzacțiile lipsite de fundament economic, al căror unic scop este obținerea de avantaje fiscale ilicite.

Comaniile Grupului Schwarz încearcă să promoveze o relație de lucru cooperantă și deschisă, bazată pe încredere reciprocă, cu toate autoritățile fiscale și încearcă să evite ambiguitățile sau litigiile. Companiile din Grupul Schwarz se angajează într-un dialog cu autoritățile fiscale, pentru a-și proteja interesele și pentru a-și exprima pozițiile juridice în conformitate cu opinia predominantă în jurisprudență și literatura de profil, cu condiția ca aceste poziții să fie considerate adecvate.

Departamentul fiscal al Schwarz Corporate Solutions KG este principalul furnizor de servicii și punct de contact pentru societățile Grupului Schwarz în materie fiscală. Entitățile străine ale societăților individuale, printre care Lidl România, au, în general, departamente financiare independente, care asigură legătura cu departamentul financiar al Schwarz Corporate Solutions KG pentru aspecte-cheie.

Dacă este necesar, departamentele financiare stabilesc politici și procese care definesc responsabilitățile și implicarea timpurie a departamentelor financiare în procesele operaționale. Departamentul financiar din cadrul Schwarz Corporate Solutions KG informează angajații în cauză cu privire la orice modificări fiscale relevante și oferă cursuri de formare, după caz. Pentru a asigura procese fiscale conforme din punct de vedere legal, în Lidl România, am făcut din conformitatea fiscală un punct central în cadrul sistemelor lor de management al conformității.





Facilitare

Rata de participare¹³ a adulților din România în procesul de învățare continuă variază de la un grup de populație la altul. Participarea adulților cu vârsta între 25 și 64 de ani la astfel de activități a crescut la 19,1% în 2022 (față de 5,8% în 2016), depășind obiectivul național în materie de competențe pentru 2030 (de 17,4%).

Totuși, România se află mult sub media UE (39,5%), diferențele între mediul urban (29,7%) și cel rural (11,2%) fiind semnificative. CEFEDOP¹⁴, agenția europeană responsabilă de politicile europene în domeniul educației și formării profesionale, atrage atenția că măsurile de activare a competențelor trebuie intensificate, pentru a se evita deficitul de forță de muncă.

Ca angajatori, companiile sunt responsabile pentru oamenii 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.

Avem încredere în potențialul tuturor angajaților noștri, de la cei încadrați pe poziții de entry-level, până la angajații cu mulți ani de experiență. Prin urmare, considerăm că responsabilitatea noastră față de ei include și să le oferim posibilități de instruire specifice. De aceea, creăm un mediu în care ei pot continua să se dezvolte și implementăm 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.

Angajații Lidl România au acces la o gamă largă de instruire, de la cele privind procesele și procedurile la locul de muncă sau instruire legale și obligatorii privind sănătatea și siguranța în muncă, la cursuri și programe de dezvoltare care abordează dezvoltarea competențelor soft (comunicare, colaborare, proces decizional, eficiență personală) sau programe de leadership. Aceste programe se desfășoară atât în format e-learning, cât și în format fizic, cu instructor în sală.



Prin intermediul platformei Success Factors Learning, angajații au vizibilitate asupra acestor programe și le pot accesa în funcție de nivelul profesional. Totodată, platforma ajută la alocarea automată a instruirilor recurente și a planurilor de onboarding și școlarizare. În 2024 a fost implementată o nouă platformă de e-Learning: Good Habitz. Aici, colegii noștri pot accesa o multitudine de cursuri online și alte materiale educaționale proiectate pe modelul de competențe Lidl.

¹³ Sursa: Comisia Europeană, Monitorul educației și formării 2024, România <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/8891e09d-ac74-11ef-acb1-01aa75ed71a1/language-ro>

¹⁴ Sursa: Website-ul CEFEDOP <https://www.cedefop.europa.eu/ro/about-cefedop?etransnolve=1>

**Media¹⁵ de ore de instruire și educație
continuă** ✓

	2023	2024
Media de ore de instruire per angajat	104,0	68,9
Media de ore de instruire per angajat în magazine	114,0	68,9

Indicatorii pentru anul financiar 2024 marcați cu ✓ au fost verificați de un auditor extern în acest proces de raportare.

În perioada de raportare am înregistrat o reducere a mediei de ore de instruire per angajat. Diferența rezultă ca urmare a unei rate de fluctuație mai mici în 2024 față de anul anterior, precum și a unei rate mai mici de angajare pe poziții noi în magazine. În plus, începând cu anul financiar 2024, metoda de calcul a fost ușor modificată, pentru a lua în considerare doar numărul de ore petrecut în modulele de învățare, nu și orele de practică la fața locului.

**Media¹⁶ de ore de instruire înregistrate în
platforma Success Factors Learning, după
categoria de angajați, în 2024**

Categoria de angajați	Femei	Bărbați	Medie
Management (toate categoriile)	47,4	55,6	51,1
Angajați fără funcție de conducere	46,5	45,9	46,3
Medie	46,5	46,7	46,6

În 2024, am continuat inițiativele de dezvoltare pe subiecte ce țin de sustenabilitate, cu scopul de a crește nivelul de conștientizare și pregătire a angajaților noștri în acest domeniu. Colegii din magazine și cei din depozite au parcurs de-a lungul anului diverse module de dezvoltare pe teme cum ar fi: Mod de acționare prin conștientizarea energiei, Instrucțiuni de utilizare a aparatului de reciclare, Trasabilitatea deșeurilor (doar depozite) etc. Cursurile sunt alocate în mod automat și colegilor noi, cu o recurență

anuală. Multe dintre module au ca scop combaterea risipei alimentare – de exemplu, pentru gestionarea produselor din zona Brutăria Lidl, a produselor din categoria legume și fructe sau flori și plante, dar și pentru gestionarea ultimelor bucăți din stoc. Aceste module sunt dedicate angajaților noi sau promovați de curând, fiind materiale de școlarizare specifice proceselor din magazine.

Pentru anul următor ne propunem să extindem populația de angajați care au acces la informații despre temele importante din zona de sustenabilitate, astfel încât atât colegii din magazine, depozite, cât și cei din birouri să beneficieze de educație privind importanța colectării separate, într-un mod susținut și uniform.

Integrare

De la prima lor zi în companie, ne dorim ca angajații noștri să fie bine pregătiți pentru responsabilitățile ce le revin. Pe lângă sprijinul oferit de manageri și colegi, toți noii angajați primesc un plan de integrare și școlarizare. Acesta conține informații și proceduri de integrare individualizate pentru fiecare persoană în parte.

În perioada de raportare am continuat programele de Onboarding pentru toate categoriile de angajați, cu plan de școlarizare personalizat și trainer/mentor alocat. Am continuat implementarea și monitorizarea criteriilor pentru bonusarea trainerilor/mentorilor, astfel încât să se poată oferi ajutorul necesar în timp util. Am avut în vedere și confirmarea modulelor de instruire din platforma Success Factors Learning, pas care confirmă parcurgerea modulelor de instruire de către noul angajat.

O altă măsură de monitorizare a fost feedbackul angajatului după prima săptămână de la angajare, care ne permite să aflăm în timp util cât de facilă este integrarea acestuia în colectiv și dacă sunt măsuri pe care le putem lua pentru a îmbunătăți experiența de lucru și a reduce fluctuația timpurie. În 2024, am finalizat testarea alocării automate a planurilor de școlarizare pentru depozite în format digital în Success Factors Learning.

Programul Școala de carte și meserii a continuat și în anul financiar 2024. Ca partener economic în cadrul programului educațional profesional în sistem dual, coordonat de AHK România (Camera de Comerț și Industrie Româno-Germană), alături de alți agenți economici din industria de retail, Lidl a susținut studenții în etapa practică, organizată în magazine. Programul se desfășoară anual și va continua și în anii următori.

“
**Programul Școala de carte și meserii
a continuat și în anul financiar 2024.**



¹⁵ Media de ore de training/angajat este calculată raportat la media angajaților activi și inactivi din anul financiar 2024.
¹⁶ Media de ore pe categorii este raportată la numărul de angajați activi la finalul anului financiar 2024 (luna februarie 2025). Așa se explică diferențele între cei doi indicatori.

Dezvoltarea nivelului executiv

Începând din anul 2020, pentru a dezvolta angajații potriviți pentru a deveni lideri de echipă, șefi de departamente sau directori regionali, implementăm un proces național de dezvoltare executivă la toate nivelurile. În perioada acoperită de acest raport, am continuat desfășurarea academiilor LidlShip dedicate rolurilor de manager și director, pentru colegii nou-promovați în aceste funcții. Am păstrat modulele care adresează competențele de leadership situațional, delegare, inteligență emoțională și comunicare, pentru că acestea s-au dovedit a fi esențiale pentru aceste roluri. Am acordat o atenție specială sesiunilor de follow-up, cu accent pe rezolvarea unor situații concrete din realitatea participanților, în care au aplicat noțiunile învățate în cadrul modulelor parcurse. Aceste sesiuni se bucură de un feedback foarte bun, participanții apreciind aplicabilitatea și aspectul practic al acestora, precum și faptul că sunt facilitate de consultanții de learning și development din

echipa internă, care sunt ancorați în realitatea Lidl și care îi pot ghida pe colegii manageri în aplicarea cunoștințelor și rezolvarea unor situații specifice.

Pentru funcțiile de director executiv au fost organizate programe de dezvoltare specifice, în care au fost abordate teme precum: gândire strategică, medierea conflictelor cu diplomație, storytelling, leadership și cultura organizațională.

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. Colegii noștri au astfel șansa să se dezvolte profesional 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. Programul de rotație internațională a funcționat și în anul financiar 2024. În această perioadă, 3 colegi din România au participat la programul de rotație a joburilor.

Tot în anul financiar 2024 am organizat programe de leadership pentru echipele de management ale departamentelor din Sediul Central (de ex.: Achiziții, IT, Contabilitate). Acestea au fost adaptate nevoilor fiecărei echipe, răspunzând personalizat nevoilor specifice prin cursuri, workshopuri sau sesiuni de coaching individual și de echipă. Temele abordate au variat, după cum urmează: de la siguranța psihologică în cadrul echipei la gestionarea schimbării, comunicare asertivă, eficiență și productivitate individuală.

Managementul talentelor și formarea continuă

Un număr de **10.994** de angajați ai Lidl România (echivalentul a aproximativ 100%¹⁷ din forța de muncă eligibilă) au fost incluși în anul financiar 2024 în procesul de Talent management.

Dincolo de integrarea lor, Lidl România valorifică potențialul angajaților în cea mai mare măsură posibilă, prezentându-le perspectivele de dezvoltare individuală. Am stabilit un proces de management al talentelor care este uniform și echitabil pentru toți angajații. În cadrul procesului există două întâlniri formale pe parcursul anului între manager și angajat: dialogul de dezvoltare, în cadrul căruia se oferă feedback cu privire la performanță și abilități, se discută potențialul și se evidențiază oportunitățile de dezvoltare, precum și o discuție ulterioară, la jumătatea anului, în care se revizuieste performanța și se discută statusul măsurilor de dezvoltare alocate.

Procentul de angajați implicați în evaluarea performanței, pe categorii de angajați

	2023	2024
Procentul de angajați care au fost evaluați cu privire la performanța în muncă și dezvoltarea în carieră	98,0%	100,0%
Femei	68,0%	68,7%
Bărbați	30,0%	31,3%
Categoria de angajați		
Management (toate categoriile)	6,0%	5,9%
Angajați fără funcție de conducere	92,0%	94,1%

Cu excepția Chestionarului angajatului, procesul de colectare a feedbackului a fost menținut în perioada la care ne referim. Mai mult, în cadrul unor workshopuri dedicate, colegii din toată organizația au stabilit împreună un angajament referitor la fiecare dintre valorile companiei, tradus în comportamente specifice de adoptat în perioada următoare.

¹⁷ Procentul este calculat raportat la populația eligibilă pentru evaluarea performanței. Colegii care la data începerii procesului de evaluare au o vechime mai mică de 6 luni nu sunt eligibili pentru evaluare, întrucât ei sunt considerați încă în etapa de integrare și adaptare.

Împreună pentru un viitor mai bun: inițiativa de sustenabilitate YOU pentru #teamLidl

Inițiativa noastră de sustenabilitate YOU¹⁸ se adresează tuturor angajaților Lidl din întreaga lume.

YOU are un rol dublu: comunicarea demersurilor și obiectivelor noastre de sustenabilitate și a impactului pe care acestea le au în societate către publicul intern, precum și 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.

În anul financiar 2024, ca parte din pilonul care vizează parcursul profesional al angajatului, am derulat următoarele:

- o instruire online dedicată, care a presupus parcurgerea a șase module în format video, corespunzătoare fiecărui domeniu de acțiune din strategia de sustenabilitate Lidl. Parcurgând toate domeniile de acțiune, angajații din birouri au descoperit strategia de sustenabilitate din cadrul Lidl și au aflat cum integrăm sustenabilitatea în toate procesele noastre de business – de la materiile prime până la produsele de pe rafturile noastre. În 2025, un astfel de curs va fi lansat și pentru colegii din magazine;
- o inițiativă internă, „Ascultă-ți corpul, cunoaște-i nevoile”, constând într-o campanie de comunicare și responsabilizare, care a pus angajații în centrul atenției.

În aplicația internă We are Lidl am lansat canalul „Ascultă-ți corpul, cunoaște-i nevoile”, o campanie de informare pentru toată echipa Lidl despre importanța prevenției în sănătate, cu sfaturi de la experți și conținut educativ, adaptat nevoilor angajaților. Ne-am dorit ca, prin seria de articole din această

secțiune, să încurajăm accesarea unuia dintre beneficiile pe care Lidl le oferă angajaților: un set anual de prevenție (accesibil doar în rețeaua medicală parteneră Lidl), pentru care nu este necesară recomandare medicală.

Obiectivele campaniei, care va continua și în 2025, sunt:

- Prevenirea afecțiunilor de sănătate fizică și psihoemoțională ale angajaților prin cunoaștere și acces la servicii de sănătate preventivă
- Îmbunătățirea sănătății angajaților, cu accent pe cele mai frecvente probleme de sănătate
- Poziționarea Lidl ca o companie care investește în sănătatea și bunăstarea angajaților, ca parte a strategiei sale de sustenabilitate
- Asigurarea unei comunicări consistente, pentru a permite asimilarea mesajelor de către angajați.

Transparentă în relația cu clienții și furnizorii noștri

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 despre obiectivele Lidl cu privire la materiile prime și despre strategiile noastre în domeniu, în special despre politicile¹⁹ noastre de achiziții sustenabile, care fac parte din contractul-cadru de achiziție, împreună cu Codul de conduită elaborat în comun de companiile Grupului Schwarz pentru partenerii de afaceri.

În 2024, departamentul Asigurarea Calității din Lidl România a trecut prin procesul de monitorizare pe standardul de calitate ISO 9001:2015. Documentația sistemului de management a demonstrat conformitate cu cerințele de audit și a oferit o structură completă pentru a sprijini implementarea și continuitatea. Suntem deja în proces de pregătire a auditului de recertificare din anul 2026, revizuiind procedurile/procesele, asigurându-ne că respectăm principiile calității și că atingem obiectivele setate.

Conform procedurilor Lidl România, în etichetarea produselor ținem cont de următoarele aspecte:

- sursa de proveniență a ingredientelor (prime) utilizate în produs
- conținut, în special referitor la substanțe care pot produce efecte asupra mediului sau sociale
- utilizarea în siguranță a produsului
- eliminarea produsului și consecințe asupra mediului sau sociale.

Raportul de față include informații despre politicile care vizează obiective pentru Materii prime (vezi pag. 51) și Produse responsabile (vezi pag. 36), care îi ajută pe clienții noștri să descopere măsurile luate de Lidl România pentru a contribui semnificativ la aprovizionarea locală. Cu o rețea de peste 370 de magazine în România, avem obligația de a susține comportamentul consumatorilor noștri interesați de sănătate și sustenabilitate – atât prin produsele pe care le punem la raft, cât și prin campanii de informare.

De altfel, Lidl și-a stabilit ca obiectiv să ofere 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.

În perioada care urmează ne propunem să organizăm o serie de campanii referitoare la Sistemul Garanție-Returnare (SGR), în care să explicăm:

- cum funcționează acest sistem
- unde și cum trebuie depusă o componentă din ambalajul achiziționat, astfel încât să contribuim cu toții la o colectare corectă și responsabilă
- cum îi încurajăm pe clienți să folosească rețeaua noastră de magazine și de RVM-uri (Reverse Vending Machines/ automate de preluare a ambalajelor care fac parte din Sistemul de Garanție Returnare - SGR) pentru a-și recupera garanția plătită.

Astfel de mesaje vor fi prezente în revista noastră, în aplicația Lidl Plus și pe website-ul nostru, www.lidl.ro

¹⁸ Află mai multe informații despre campanie din raportul nostru de sustenabilitate pentru anul financiar 2023, pag. 57. <https://www.lidl.ro/ro/cataloge/raport-sustenabilitate-an-financiar-2023/view/flyer/page/1>

¹⁹ Sursa: Website-ul Lidl, <https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/politici-sortiment>

Dialog și cooperare cu stakeholderii

Lidl România se consideră un partener activ în dezbateră problemelor sociopolitice. Prin urmare, monitorizarea legislației, dezvoltarea unor puncte de vedere, schimbul de idei cu părțile interesate din domeniul politic și activitatea de asociere privind procesele de formare a opiniei în industrie reprezintă o parte importantă a activității noastre. Dorim să punem cunoștințele noastre de specialitate la dispoziția factorilor de decizie guvernamentali și politici și să fim implicați în discuții și procese decizionale, pentru a aborda împreună provocările viitorului. Întotdeauna avem în vedere încurajarea dezvoltării sustenabile și practice atunci când reprezentăm mediul de afaceri al industriei de retail, atât la nivel național, cât și la nivel internațional. Aceste activități se desfășoară în coordonare cu furnizorul nostru de servicii Schwarz Corporate Affairs GmbH & Co. KG, entitate al cărei birou din Bruxelles este înregistrat în Registrul de transparență al Uniunii Europene și face obiectul unui cod de conduită corespunzător. Obiectivul primordial al acestor activități este de a transfera rapid și fără probleme cerințele legale în practica operațională și de a pune la dispoziția factorilor decidenți opinia mediului de afaceri încă dintr-un stadiu incipient al inițiativelor legislative care pot avea impact în industria în care activăm.

La intervale regulate, reevaluăm care stakeholderi sunt relevanți pentru companie. Această analiză se bazează pe verificări continue și pe o monitorizare extinsă a subiectelor care fac obiectul agendei sociale. În același timp, luăm în considerare orice schimbare a responsabilităților în ceea ce privește politicile publice sau preocupările organizațiilor guvernamentale. Facem, totodată, o comparație cu rezultatele analizei de materialitate și cu subiectele asociate. Vezi multe detalii despre această analiză în secțiunea dedicată, de la pag. 10.

Parteneriatul Lidl și WWF: împreună pentru alegeri mai sustenabile

În 2024, am lansat un parteneriat²⁰ internațional pe termen lung cu WWF (World Wide Fund for Nature), una dintre cele mai mari și mai experimentate organizații de conservare a naturii din lume. Acest parteneriat strategic include toate cele 31 de țări în care există magazine Lidl. Parteneriatul abordează provocările globale actuale în materie de mediu²¹, cum ar fi pierderea biodiversității, schimbările climatice și epuizarea resurselor naturale.

WWF consiliază Lidl în aprovizionarea responsabilă cu materii prime, reducerea risipei alimentare și promovarea practicilor de afaceri sustenabile în cadrul și în afara lanțului nostru de valoare. Cu sprijinul WWF, dorim să le permitem clienților noștri din întreaga lume să facă alegeri mai sustenabile. De aceea, mottoul parteneriatului este: Lucrăm împreună pentru a oferi alegeri mai sustenabile.

Clienții noștri pot lua legătura cu noi prin următoarele canale: telefon, e-mail, social media, recenzii Google, chatul Messenger, Whatsapp, live chat, formularul de contact de pe website-ul lidl.ro și formularul **Păreră ta contează**. Pentru aplicația Lidl Plus există opțiunile de App Store reviews și Google Play reviews, iar varianta de formular web este disponibilă atât pe website, cât și în aplicația Lidl Plus. **Păreră ta contează** este un instrument prin care clienții pot evalua magazinul în care și-au făcut cumpărăturile și 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 2024, am primit 856.207 răspunsuri #PărerăTa, dintre care 7.609 au reprezentat solicitări pentru a intra în legătură cu un operator. Dintre persoanele care au intrat în legătură cu departamentul nostru de Call Center, 5.202 au exprimat nemulțumiri.

²⁰ Sursa: Website-ul Lidl România, <https://corporate.lidl.ro/pentru-media/comunicate-de-presa/2024/lidl-si-wwf-lanseaza-un-parteneriat-international-ambitos>

²¹ Sursă: 2023 Sustainability Leaders // Global Scan-Sustainability Survey (<https://globescan.wpenginpowered.com/wp-content/uploads/2023/06/2023-Sustainability-Leaders-Survey-Report.pdf>)

Peste **13.400** de colegi au conturi active pe aplicația We are Lidl

Aproximativ **300** de producători locali prezenți la Supplier Day



Aplicația We are Lidl este mereu la dispoziția angajaților care vor să ne ofere feedback. În perioada de raportare, 13.421 de colegi aveau conturi active pe această aplicație, unde monitorizăm zilnic comentariile, postările și mesajele private primite de la ei. Împreună cu echipa de management, dar și cu departamentele-cheie ale companiei (Vânzări, Logistică, HR), prin intermediul aplicației menținem comunicarea deschisă și răspundem întrebărilor colegilor legate de activitatea noastră și locul sau locurile unde pot găsi informații utile pentru ei, în calitate de angajați.

Nu în ultimul rând, în aplicația We are Lidl avem o secțiune denumită „Pentru un viitor mai bun”, unde publicăm toate informațiile despre YOU (vezi detalii la pag. 27), proiectele de sustenabilitate și colaborarea cu societatea civilă, pentru a facilita accesul tuturor colegilor la aceste informații. Folosim în continuare diverse instrumente de comunicare cu echipa Lidl, precum materiale scrise, materiale video și sondaje.

Ne încurajăm constant colegii să ofere feedback utilizând acest canal de comunicare, prin intermediul chestionarelor și formularelor de feedback, inclusiv pentru feedbackul postevenimente interne. Echipa de comunicare internă întocmește rapoarte lunare recurente, după caz, referitoare

la cel mai des întâlnite subiecte abordate de către colegi, pe care le 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. 24, capitolul Relații de afaceri și integritate, la pag. 22, iar mențiuni despre sistemul BKMS de raportare a încălcărilor de conformitate pus la dispoziție atât angajaților, cât și terților se găsesc în capitolul Muncă și drepturile omului, la pag. 12.

În raportul anterior, la pag. 58²², aminteam de Supplier Day, un eveniment organizat de Lidl România pentru prima dată. În plus, pe parcursul anului 2024, a mai fost organizată încă o astfel de întâlnire între colegii din echipa de Achiziții Fructe-Legume și producătorii români de profil. Au fost prezenți aproximativ 300 de reprezentanți ai producătorilor locali. Împreună cu aceștia, am descoperit ce soluții practice putem găsi împotriva principalelor riscuri din agricultură și am subliniat importanța investițiilor în cercetare și inovare pentru dezvoltarea sortimentului Piața Lidl. În anul financiar 2025 planificăm alte astfel de evenimente, care ne dorim să devină recurente. Primul este cu furnizorii locali de fructe și legume, la începutul sezonului agricol din România, pentru a discuta

despre producția agricolă optimă, despre planurile din 2025 și despre cerințele calitative și standardele de conformitate impuse de Lidl România. Al doilea eveniment va fi cu furnizorii români de marcă proprie și va avea loc spre finalul anului 2025.

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. Mai mult, în anul financiar 2024, am participat pentru prima dată la Indagra, cel mai mare și cel mai important eveniment agroalimentar din România.

Pentru anul care urmează, ne propunem să transmitem în continuare mesajele noastre cheie într-un mod etic și transparent, printr-un proces consistent și relevant de gestionare a stakeholderilor. Planurile noastre vizează realizarea celui de-al doilea studiu de impact socioeconomic.

²² Sursa: Raportul de sustenabilitate pentru anul financiar 2023, pag. 58. <https://www.lidl.ro/l/ro/catalogue/raport-sustenabilitate-an-financiar-2023/view/flyer/page/1>

Promovarea sănătății

- Alimentație conștientă
- Securitate și sănătate în muncă
- Produse responsabile



Promovarea
sănătății

“**În calitate de retailer, suntem și noi parțial responsabili pentru impactul alimentației asupra oamenilor, climei și biodiversității. De aceea, în acord cu Modelul PHD (Planetary Health Diet), luăm măsuri pentru a opera ținând cont de aceste limite și, totodată, ne extindem gama de alimente sănătoase.**



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-Lancet a oferit o bază științifică pentru o schimbare globală în materie de nutriție. Dieta planetară pentru sănătate (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. Acesta oferă pentru prima dată un cadru nutrițional amplu și concret, care ține cont de limitele planetei.

În calitate de retailer, avem și noi o parte de responsabilitate pentru impactul alimentației asupra oamenilor, climei și biodiversității. De aceea, în acord cu modelul științific, luăm măsuri 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.

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 Politica²³ noastră cu privire la o alimentație conștientă. Aceasta a fost actualizată în ianuarie 2025 și este disponibilă 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.

Departamentul responsabil pentru urmărirea obiectivelor și pentru respectarea politicilor și procedurilor pentru acest domeniu material este CSR Achiziții. Pentru a urmări strategia Lidl, acesta colaborează cu departamentul Asigurarea Calității, astfel încât să se asigure că toate produsele alimentare oferite de Lidl România respectă standardele de calitate și sustenabilitate. Colaborarea dintre cele două departamente este esențială pentru a transpune în practică o strategie care să răspundă nevoilor consumatorilor, dar și să respecte cerințele de mediu. De asemenea, cele două departamente colaborează cu achizitorul de marfă, care poartă discuțiile mai departe cu furnizorul de produse.

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 regionale 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 oameni, fibrele sunt nedigerabile, dar formează substratul nutritiv al bacteriilor intestinale.

Obiectiv		Termen	
	Leguminoase, nuci și semințe, precum și alternative vegane la produsele din carne, ouă și pește	Creșterea ponderii surselor de proteine vegetale în raport cu sursele de proteine animale la 15%	2030
	Alternative la lactate	Creșterea proporției de produse lactate alternative în raport cu produsele lactate la 4%	2030
	Cereale integrale	Creșterea proporției de cereale integrale din sortimentul de produse la 20% (anul de referință 2023)*	2030
	Sare și zahăr	Reducerea cu 20% a cantităților de sare și zahăr adăugate	2025

*Până în 2030, ne propunem să oferim cel puțin o alternativă care să conțină cereale integrale pentru toate categoriile relevante de produse din sortimentul nostru.

Începând din 2023, nu mai facem publicitate adresată copiilor pentru produse alimentare nesănătoase marcă proprie. Aici sunt incluse activități publicitare pentru TV, radio, rețele social media și pliantele noastre. Totodată, începând cu 2026, vom vinde produse alimentare de marcă proprie cu ambalaje concepute pentru a fi atractive pentru copii doar dacă acestea îndeplinesc criteriile OMS pentru alimente sănătoase și criteriile suplimentare ale Lidl (cu excepția articolelor promoționale pentru Crăciun, Paște și Halloween). În ceea ce privește comunicările comerciale, în perioada 1 martie 2024 – 28 februarie 2025, Lidl Discount nu a făcut obiectul niciunei sesizări²⁴.

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. 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 ISO9001:2015. Certificarea atestă conformitatea cu standardul menționat pentru mai multe procese din cadrul departamentului Achiziții. 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. Mai mult, procesele sunt verificate de o firmă de avocatură specializată în legislație alimentară și sunt supuse unui audit intern anual.

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 toate categoriile de produse. Mai mult, atât angajații noi, cât și cei cu experiență din departamentul de Achiziții Marfă și Marketing beneficiază de o instruire anuală cu privire la cum punem în aplicare strategia de sustenabilitate în domeniul achizițiilor și la obiectivele privind materiile prime considerate cu risc. Această instruire a avut loc și în anul financiar 2024.

²³ Sursa: Website-ul Lidl România, <https://corporate.lidl.ro/pentru-media/comunicate-de-presa/2025/lidl-isi-consolideaza-angajamentul-la-nivel-international-in- ceea-ce-priveste-alimentatia-constienta-impreuna-cu-wwf>

²⁴ Conform adresei 183/20.05.2025 a RAC (Consiliul Român Pentru Publicitate/Romanian Advertising Council).

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

- certificarea în conformitate cu International Featured Standard (IFS) sau British Retail Consortium (BRC) 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.

Pentru a se putea informa cu privire la ingredientele și cantitățile folosite în rețetă, dar și la alte caracteristici (de ex. produs vegan, vegetarian sau alergen), consumatorul are informații pe etichetele produselor, etichete care respectă prevederile legale în vigoare. Pentru legume și fructe, consumatorul are la dispoziție eticheta de trasabilitate și astfel poate identifica țara de origine.

Colaborăm îndeaproape cu furnizorii noștri pentru a garanta siguranța produselor. Efectuăm periodic teste în laboratoare independente acreditate pentru a verifica conformitatea cu propriile noastre standarde de calitate și cu cerințele legale. Proportia unităților de producție care sunt certificate în conformitate cu standardele de siguranță alimentară IFS sau BRC este de 95%.

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 2024, au existat 9 retrageri de produse de pe rafturile magazinelor

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

În anul financiar 2024, Lidl România a efectuat 2.096 de analize pentru produsele alimentare marcă proprie. Totodată, în perioada de raportare au fost efectuate și 46 de audituri în fabrici pentru produsele alimentare marcă proprie.

Îmbunătățirea rețetelor din gama noastră marcă proprie, în special în ceea ce privește zahărul și sarea, este o preocupare continuă. La fel de importante pentru noi sunt acuratețea și verificarea constantă a bazei de raportare. Obiectivul nostru este să ne dezvoltăm activitatea de monitorizare pe baza unor sisteme de referință valide, pentru a putea urmări cu cea mai mare acuratețe cât de mult progresăm în îndeplinirea Țintelor noastre.

noastre. 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 instruire specifice, după o procedură bine stabilită.

În 2024 a devenit operațională platforma PRIA, care înlocuiește informările de retragere și distrugere a produselor impropriei consumului sau returnarea acestora către furnizori. Responsabilitatea pentru monitorizarea acestei platforme aparține administratorului bazei de date, care poartă discuții atât cu echipa de achizitori, cât și cu furnizorii.

În perioada următoare, ne propunem să derulăm un proiect destinat reducerii, pe cât posibil, a aditivilor din produsele noastre. Acest proiect este inițiat la nivel internațional și se bazează pe o selecție de aditivi care, deși sunt conformi din punct de vedere legislativ, au fost identificați ca oportuni

În anul 2024 am lucrat la regândirea rețetelor unor produse pentru a reduce cantitatea de sare și zahăr. Acest lucru ne-a permis să reducem zahărul și sarea din 92 de produse la nivelul Lidl România. Cu toate acestea, implementarea consecventă a strategiei pentru o alimentație conștientă necesită o viziune holistică asupra diferitelor dimensiuni ale calității alimentelor. Prin urmare, în ultimii ani, ne-am extins atenția de la reducerea zahărului și a sării și dorim să ne dedicăm unor criterii de evaluare mai cuprinzătoare. În prezent, ne concentrăm asupra sistemelor și obiectivelor de evaluare care, pe lângă conținutul de zahăr și sare, iau în considerare și alte componente, cum ar fi conținutul de grăsimi și uleiuri, conținutul de cereale integrale sau conținutul de fructe și legume și, prin urmare, reprezintă o completare rezonabilă la nivel de produs individual, ca parte a strategiei noastre. Ne revizuim continuu produsele în mod holistic și luăm în considerare toate valorile nutriționale, pentru a ne îndeplini obiectivele privind o alimentație conștientă și sustenabilă.

pentru eliminare. O primă listă de astfel de produse a fost deja identificată. Cu sprijinul furnizorilor noștri, dorim să punem în aplicare, treptat, acest obiectiv, iar rezultatul să fie reformularea produselor într-o variantă cât mai sănătoasă, menținând în același timp proprietățile esențiale.

2.096
de analize pentru produsele alimentare

46
de audituri în fabrici pentru produsele alimentare marcă proprie



Securitate și sănătate în muncă

Într-o lume modernă și dinamică, ne confruntăm zilnic cu situații neașteptate și provocări. Pentru a le face față cu succes, 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 susținem în mod activ sănătatea.

În România, sănătatea și siguranța la locul de muncă sunt reglementate²⁵ printr-o serie de acte normative, cum ar fi Legea nr. 319/2006 și Codul muncii. Acestea includ prevederi legate de drepturile, dar și de obligațiile angajaților și ale angajatorului, precum și principiile generale pentru prevenirea riscurilor profesionale, protejarea sănătății și securității lucrătorilor, informarea, instruirea și consultarea acestora.

Conform ultimelor date Eurostat²⁶ (2022), în România numărul total de accidente de muncă nefatale, pentru care au fost necesare minimum 4 zile de concediu medical, a fost de 3.173, dintre care 2.185 au fost înregistrate în rândul bărbaților și 988 în rândul femeilor. Cele mai recente date ale Ministerului Muncii²⁷ din România arată că, în sectoarele economiei naționale cu activitate declarată, cele mai multe accidente de muncă s-au înregistrat în următoarele sectoare:

- comerțul cu amănuntul, cu excepția autovehiculelor și motocicletelor,
- industria alimentară
- construcția de clădiri.

În calitate de retailer de top, depunem toate eforturile pentru a ne asigura că nevoile de bază ale colegilor noștri sunt îndeplinite în fiecare zi. Pentru a face acest lucru, angajații noștri lucrează într-o serie de profesii care necesită diferite niveluri de efort. De exemplu, angajații noștri din magazine și centre logistice aleg, transportă și depozitează o gamă de bunuri pentru a le oferi clienților noștri un portofoliu optim de produse. Pentru a ne asigura că această activitate fizică nu are impact negativ asupra sănătății

lor, inițiem măsuri pentru a preveni accidentele la locul de muncă și bolile profesionale. Conceptul de prevenție este folosit și în alte domenii de activitate, deoarece, în Lidl România, 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 privind situațiile de urgență (SU) este asigurată de coordonatorul securitate și sănătate în muncă, împreună cu partenerul nostru extern, unul dintre cei mai importanți furnizori de servicii de prevenire și protecție la nivel național.

Coordonatorul de securitate și sănătate în muncă din Lidl România raportează direct directorului Facility Management. La nivelul companiei, conform normelor în vigoare, își desfășoară activitatea Comitetul de Sănătate și Securitate în Muncă (CSSM), al cărui scop este de a asigura implicarea salariaților în elaborarea și implementarea deciziilor și 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.

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 larg, în care securitatea și sănătatea în muncă, medicina muncii, sănătatea fizică, mentală și socială sunt abordate ca un tot unitar. Sistemul de management urmărește cerințele legale aplicabile, fiind aliniat prevederilor de la nivel internațional și completat de standardele interne dezvoltate de Lidl. Scopul este de a preveni în mod eficace accidentele rezultate din comportamentul neadecvat.

Atât toți angajații Lidl, cât și toți lucrătorii care nu sunt angajați, dar desfășoară muncă pentru Lidl, sunt acoperiți de sistemul de management SSM, care a fost auditat intern.

Numărul de lucrători care nu sunt angajați, dar care au desfășurat muncă pentru Lidl România în anul financiar 2024 a fost de 11*.

²⁵ Sursa: Legea 319/2006, actualizată în 2025, <https://lege5.ro/gratuit/ha3tgob/contraventii-lege-319-2006?dp=gi4tiojzq3tm>

²⁶ Sursa: Eurostat, Numărul accidentelor de muncă fatale sau cu vătămare, <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20250428-1#:text=In%202022%2C%202.97%20million%20non,2021%2C%20with%20384%20721%20accidents>

²⁷ Sursa: website-ul Ministerului Muncii, Familiei, Tineretului și Solidarității Sociale, https://www.mmuncii.ro/j33/images/buletin_statistic/Conditii1_I_2024.pdf

* Cu excepția celor 11 persoane, în calculul numărului și procentului de 100% nu sunt incluse alte categorii de lucrători.

Acordăm o atenție deosebită sensibilizării managerilor, astfel încât aceștia să se implice în promovarea unui comportament sigur în rândul angajaților și solicitarea activă de feedback. În privința evaluării riscurilor, avem un proces care ne permite să identificăm din timp situațiile potențial dăunătoare angajaților și să elaborăm măsuri de protecție adecvate. Ierarhia de măsuri urmărește prevederile sistemului nostru de management al securității și sănătății în muncă și optăm pentru măsura cu cel mai înalt nivel de protecție. Toate accidentele sunt analizate cu ajutorul listelor de verificare, iar măsurile existente sunt revizuite constant, pentru a se verifica eficacitatea lor.

Procesul de evaluare a riscurilor cuprinde următoarele etape obligatorii:

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

Echipa de evaluare a riscurilor este compusă din specialiști acreditați (care au absolvit cursul de „Evaluator al riscurilor de accidentare și îmbolnăvire profesională”, cu durată minimă de 180 de ore) și angajați Lidl, care dețin funcții în magazine/depozite și medicul de medicina muncii. În timpul procesului de evaluare, aceștia însoțesc specialiștii acreditați și le furnizează informații despre modul de funcționare a echipamentelor, frecvența cu care sunt utilizate acestea, precum și posibilele riscuri. Procedura de evaluare a riscurilor de accidentare și îmbolnăvire profesională este revizuită la introducerea tehnologiilor noi în cadrul companiei sau ori de câte ori este necesar.

Conform celei mai recente verificări (martie 2025), toate punctele de lucru evaluate se înscriu în categoria celor cu nivel de risc mic.

Am explicat pe larg ce metodologie folosim pentru a evalua riscurile de accidentare și îmbolnăvire profesională, dar și modul în care identificăm pericolele, evaluăm riscurile și

investigăm accidentele în Lidl România la pag. 40 și 41 ale raportului nostru de sustenabilitate 2022²⁸.

În anul financiar 2024, activitățile de instruire a angajaților pe teme SSM s-au derulat urmărind toate etapele de instruire în acest domeniu, după cum urmează:

Tematica	Durata	Grupul profesional
Instruire introductivă generală	2h	Noii angajați cu funcții de execuție
	1h	Noii angajați cu funcții de conducere
Instruire la locul de muncă	4h	Noii angajați cu funcții de execuție
	1h	Noii angajați cu funcții de conducere
Instruire periodică prin platforma de e-Learning	1h	Toți angajații (de 2 ori pe an pentru personalul cu funcții de conducere și de 3 ori pe an pentru personalul cu funcții de execuție)
Instruire de prim ajutor	1h	Minimum 4 angajați per punct de lucru
Instruire privind utilizarea lizelor electrice	1h	Tot personalul din magazine (cu excepția personalului de serviciu) și lucrătorii din depozit

În plus, au fost derulate și alte campanii și activități de informare și formare:

- 1. Instruirea suplimentară a angajaților din magazine prin trei campanii de Toolbox Talk realizate în timpul inspecțiilor anuale.** Subiectele acoperite au fost: Manipularea manuală a maselor/ridicarea greutăților (modulul de e-learning pentru campania „Manipularea manuală a maselor”), Căderi și alunecări de la același nivel, Utilizarea transpaletelor electrice și transpaletelor manuale (campania de modificare a parametrilor pentru lizele electrice din magazine (nivelurile de accelerație și de viteză de mers înapoi), Prim ajutor și Mod de comportare în cazul situațiilor de urgență.

- 2. Instruirea suplimentară a angajaților din depozite prin 5 campanii de Toolbox Talk realizate de către conducătorii locurilor de muncă.** Subiectele acoperite au fost: Conducerea defensivă, Cauze ale accidentelor de muncă, Substanțe chimice periculoase, Ergonomia la locul de muncă, temperaturi scăzute. Instruire suplimentară: „On the floor”, pe tema „riscuri de accidentare la locul de muncă”.

- 3. 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.

- 4. Suplimentar, au loc instruirii și activități de informare și în cadrul ședințelor Deluxe (dedicate șefilor de vânzări, directorilor de vânzări și managerilor de magazin) în cadrul cărora sunt prezentate și aspecte ce țin de SSM&SU, sau ședințelor pe Teams.**

- 5. Prezentarea indicatorilor de securitate și sănătate în muncă în cadrul ședințelor anuale de Facility Management, organizate la nivelul sediilor regionale.**

Pentru angajații firmelor contractoare care colaborează cu magazinele Lidl, sunt utilizate în continuare registrele de instruire colectivă autocopiative.

Depunem toate eforturile pentru a crește continuu siguranța angajaților și a îmbunătăți în permanență condițiile de lucru. Serviciile de medicina muncii sunt asigurate în conformitate cu cerințele legale naționale. Angajații primesc toate informațiile relevante în timpul perioadei de inițiere. 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, de asemenea, instruiți ca asistenți de

²⁸ Sursa: Website Lidl România, Raport de sustenabilitate pentru anul financiar 2022. <https://object.storage.eu01.onstackit.cloud/leaflets/pdfs/d903f502-9a60-11ee-9c92-fa163f185506/Raport-de-sustenabilitate-2022-Raport-de-sustenabilitate-2022-02.pdf>

securitate în caz de incendiu, responsabili pentru securitate în caz de incendiu, responsabili pentru siguranță, agenți de prim ajutor, asistenți de evacuare și specialiști în domeniul SSM, care le permite să contribuie și mai mult în crearea unui loc de muncă mai sigur.

Accidente de muncă	2023	2024
Pentru toți angajații:		
Numărul de decese ca urmare a accidentelor de muncă	0	0
Rata* de decese ca urmare a accidentelor de muncă	0	0
Numărul rănilor legate de muncă cu consecințe grave , cu excepția cazurilor de deces (răniri cu consecințe grave = acele răniri care rezultă în deces sau într-o vătămare din care lucrătorul nu se poate recupera în totalitate – la nivelul dinainte de rănire –, într-o perioadă de 6 luni)	0	0
Rata* rănilor legate de muncă cu consecințe grave , cu excepția cazurilor de deces (răniri cu consecințe grave = acele răniri care rezultă în deces sau într-o vătămare din care lucrătorul nu se poate recupera în totalitate – la nivelul dinainte de rănire –, într-o perioadă de 6 luni)	0	0
Numărul accidentelor de muncă înregistrabile	79	77
Rata* accidentelor de muncă înregistrabile*	3,71	3,6
Numărul de ore lucrate ✓	21.292.074	21.336.025

*Ratele din acest capitol au fost calculate per 1.000.000 de ore lucrate.

Indicatorul pentru anul financiar 2024 marcat cu ✓ a fost verificat de un auditor extern în acest proces de raportare.

Principalele tipuri de accidente legate de muncă sunt ca urmare a utilizării necorespunzătoare a lizelor și electrostivuitoarelor, alunecării sau împiedicării și căderii de la același nivel și nerespectării instrucțiunilor proprii de securitate și sănătate în muncă.

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

În anul 2024, în cadrul inspecțiilor realizate de partenerul nostru Seatbelt în magazinele Lidl, au fost organizate diferite sesiuni de tipul Toolbox Talks, la care au participat angajații magazinelor prezenți pe tura pe care avea loc inspecția Seatbelt. Sesiunile de instruire au avut diferite teme, cum ar fi căderea de la același nivel sau intervenția de tip primului ajutor.

În anul 2025, vom introduce platforma digitală POSH, dedicată securității și sănătății în muncă.

Aceasta va înregistra informații legate de accidente de muncă, aspecte de siguranță (monitorizarea indicatorilor de SSM) etc. – practic, un instrument în plus de identificare a punctelor de îmbunătățit. De asemenea, vom continua instruirea angajaților din magazine și depozite prin trei campanii de Toolbox Talk realizate în timpul inspecțiilor anuale și vom continua să prezentăm indicatorii de securitate și sănătate în muncă în cadrul ședințelor anuale de FM, organizate la nivelul SR (sediu regional).

Pentru că România înregistrează una dintre cele mai mari rate de mortalitate pentru boli care ar putea fi prevenite sau tratate din Uniunea Europeană, am creat o campanie de conștientizare dedicată tuturor angajaților Lidl, pentru a putea transmite informații despre prevenirea celor mai întâlnite afecțiuni de care suferă românii, care ar putea fi evitate prin analize sau investigații de prevenție. Pe platforma We are Lidl a fost creată o nouă secțiune, „Ascultă-ți corpul, cunoaște-i nevoile”, în care am inclus mesaje despre prevenirea afecțiunilor de natură fizică și psihoemoțională, prin cunoașterea și accesarea serviciilor medicale de prevenție. În paralel, mesajele au fost diseminate și prin intermediul unor afișe amplasate în toate locațiile Lidl, cu recomandări specifice pentru diferite situații, menite să le reamintească angajaților ce servicii de prevenție pot accesa pentru sănătatea lor.

Produse responsabile



În calitatea noastră de retailer 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, este obligația noastră să monitorizăm constant calitatea produselor. Pe lângă siguranța acestora, originea și practicile de sustenabilitate folosite în producție sunt criterii de calitate decisive.

Ca parte a strategiei globale de sustenabilitate, avem obiective pentru promovarea produselor cu etichete sau certificări de sustenabilitate, așa cum sunt detaliate la pag. 52 din raport. În procesul de achiziție a materiilor prime critice, operăm pe baza unor criterii și standarde stricte. Atunci când iau decizii privind gama noastră de produse, achizitorii noștri acționează în conformitate cu standardele și politicile noastre de achiziție.

Responsabilitatea organizațională pentru tema „Produse responsabile” revine Lidl Stiftung & Co. KG, prin departamentul de Calitate și Sustenabilitate, iar în Lidl România departamentelor de Asigurarea Calității și CSR Achiziții.

Toți colegii noștri din departamentul Achiziții urmează anual un curs intitulat CSR Strategy in Buying (Strategia de CSR în Achiziții). Parcurgerea acestuia este obligatorie atât la angajare, pentru nou-veniți, cât și anual, pentru restul responsabililor din departament.

Din anul 2020, departamentul nostru intern de Asigurarea Calității operează în baza unui sistem de management al calității în conformitate cu ISO 9001:2015. Pentru a garanta în permanență promisiunea calității, produsele noastre marcă proprie sunt supuse unor controale interne și externe stricte.

Colaborăm cu furnizorii noștri și luăm 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. 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, de exemplu International Featured Standard Food (IFS Food) sau British Retail Consortium (BRC).

Având în vedere modelul nostru de business, bazat pe un portofoliu preponderent de produse marcă proprie în sortimentul nostru permanent, căutăm în mod activ furnizori noi pentru întreg sortimentul nostru. Colaborăm cu un număr din ce în ce mai mare de furnizori din România, iar cu mulți dintre aceștia avem parteneriate pe termen lung, de peste 10 ani.



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

Tip de produse etichetate cu certificări de sustenabilitate ²⁹	2023	2024
Produse EU Organic (marcă și marcă proprie)	374	384
Produse FSC (marcă proprie)	36	40
Produse MSC (marcă proprie)	75	86
Produse Rainforest Alliance (marcă proprie)	507	494
Total	992	1.004

În perioada de raportare, valoarea aferentă exportului produselor furnizorilor români către magazinele Lidl din Europa a crescut, iar produsele românești au ajuns pe rafturile magazinelor Lidl din țări precum Germania, Polonia, Ungaria, Grecia și Croația.

²⁹ Află mai multe despre produsele certificate și obiectivele noastre în acest domeniu din secțiunea Materii prime (pag. 52).

La nivel european, se constată o creștere a interesului pentru reducerea lanțurilor de aprovizionare, inclusiv în ceea ce privește fructele și legumele. Consumatorii din România ne-au semnalat și ei dorința lor de a găsi la raft produse cultivate în România. În funcție de condițiile climatice și de disponibilitatea acestor produse, colegii noștri din departamentele de profil caută permanent soluții pentru a crește ponderea de fructe și legume achiziționate de la furnizori locali din cantitatea totală de fructe și legume.

	2023	2024
Numărul furnizorilor din România – sortimentul permanent	373	418
Numărul furnizorilor din România – întregul sortiment	470	541
Numărul de articole de la furnizori din România – sortimentul permanent	1.475	1.669
Numărul de articole de la furnizori din România – întregul sortimentul	3.629	4.366
Numărul total de articole Cămara noastră	150	176
Creșterea valorii mărfii achiziționate de la furnizori români – sortimentul permanent	14%	10%
Valoarea mărfii achiziționate de la furnizori români pentru tot sortimentul (% din total)	49%	50%
Creșterea valorii mărfii achiziționate de la furnizori români pentru tot sortimentul	14%	14%
Facilitarea vânzării de produse ale furnizorilor români în alte țări EU (mil. euro)	33	44
Cantitatea de fructe și legume românești achiziționată de la furnizori locali (tone)	118.544	144.784

Fiecare categorie de fructe și legume este supusă unor teste și analize, care vizează atât aspectul vizual sau gustativ al produselor, cât și aspecte tehnice, cum ar fi conținutul de pesticide și utilizarea responsabilă a acestora. Continuăm acest proces pentru toate categoriile de produse (fructe și legume) pe care clienții noștri le găsesc în Piața Lidl, ținând cont de criteriile noastre principale în ceea ce privește legumele și fructele: analizăm valoarea reziduului de pesticide, numărul de substanțe și cât de responsabil au fost folosite.

	2023	2024
Numărul de audituri în fabrici	62	46
Procentul fabricilor care au obținut oricare dintre certificările pe care le solicităm (IFS Food sau BRC)	94%	95%
Numărul de analize ale produselor Lidl (alimentare și near-food)	2.090	2.096
Procentul de produse care au necesitat îmbunătățiri după analize	7%	7%



Auditarea furnizorilor locali este un proces continuu, organizat în funcție de rezultatul obținut de fiecare furnizor la auditul anterior. Acest proces va continua și în perioada următoare, chiar dacă frecvența sau recurența sunt determinate de situația din teren.

În anul 2025 avem în vedere revizuirea aditivilor și ingredientelor din rețetele mai multor categorii de produse, astfel încât să îmbunătățim calitatea acestora, luând în calcul promovarea unei diete conștiente.

Ca parte din procesul de management al calității, Lidl România urmărește o serie de indicatori de calitate atât în cadrul companiei, cât și la furnizorii cu care colaborează. Valoarea reziduului de pesticide trebuie să fie sub o treime din media admisă la nivel european, reglementată de Regulamentul nr. 396/2005. De asemenea, nu trebuie să fie mai mult de 5 substanțe active per produs la momentul analizelor, iar acestea trebuie să fie folosite cât mai responsabil și să respecte lista strategică a substanțelor active după care se ghidează Lidl la nivel internațional.

În ceea ce privește Proiectul Legume românești, ce are ca scop creșterea cantității de legume românești prin dezvoltarea semințelor acestora, pe parcursul anului financiar 2024 am colaborat cu 4 cooperative din județele Olt, Giurgiu, Dâmbovița și Timișoara, care au cultivat semințele și au furnizat în magazinele Lidl soiuri românești de ardei capia, ardei gras verde și vinete.

Protejarea mediului

- 1,5 grade Celsius – Limitarea efectelor schimbărilor climatice



Protejarea
mediului



1,5 grade Celsius – Limitarea efectelor schimbărilor climatice

Potrivit Raportului privind riscurile globale pe 2025³⁰ al Forumului Economic Mondial (WEF), evenimentele meteorologice extreme se numără printre cele mai mari riscuri globale. Schimbările critice la nivelul sistemelor terestre se numără și acestea printre primele principalele 10 riscuri. Fiind unul dintre cei mai mari comercianți cu amănuntul de produse alimentare din Europa, ne asumăm responsabilitatea pentru protecția mediului și suntem conștienți de importanța acesteia pentru succesul viitor al modelului nostru de afaceri.

Schimbările climatice accelerează pierderea biodiversității, alterând ecosistemele și conducând la fenomene meteorologice extreme. Acest lucru are consecințe sociale și de mediu semnificative, inclusiv pentru modelul de afaceri și obiectul nostru de activitate: lipsa disponibilității materiilor prime duce, de exemplu, la creșterea prețurilor produselor de bază pentru cacao, cafea, portocale și ulei de măsline.

³⁰ Sursa: Website-ul WEF, Global Risks Report 2025, https://reports.weforum.org/docs/WEF_Global_Risks_Report_2025.pdf

“Până în 2034, Lidl își propune să reducă cu 42,4% emisiile de gaze cu efect de seră din agricultură, silvicultură și alte utilizări ale terenurilor, și cu 35% emisiile provenite din energie și industrie.”



Evenimentele meteorologice extreme (cum ar fi precipitațiile devastatoare și inundațiile din Slovenia în 2023, din sud-vestul Germaniei și sudul Spaniei în 2024) pot afecta, de asemenea, în mod direct locațiile, depozitele și magazinele noastre. Inclusiv creșterea nivelului mării și eroziunea costieră ne afectează, deoarece ambele duc la dispariția habitatelor. În același timp, încălzirea și acidificarea oceanelor amenință viața marină. Toate acestea au impact asupra lanțurilor alimentare și lanțurilor de aprovizionare ale Lidl și, în cele din urmă, asupra securității noastre alimentare globale.

Un raport³¹ al oamenilor de știință din România arată că valurile de căldură, seceta moderată, severă și extremă, dar și furtunile severe au efecte devastatoare asupra agriculturii și securității alimentare din țara noastră. Evoluția în timp a acestor fenomene va influența profund atât producția agricolă, cât și ecosistemele. De altfel, oamenii de știință care au elaborat acest raport avertizează că „proiecțiile pentru 2025-2050 și sfârșitul secolului indică o intensificare a acestor fenomene, cu impact negativ asupra agriculturii și infrastructurii.”

Inegalitățile sociale sunt în creștere; mai ales țările în curs de dezvoltare sunt grav afectate de consecințele schimbărilor climatice și dispun de mai puține resurse pentru a se adapta. Schimbările climatice forțează milioane de persoane să își părăsească locuințele, ceea ce duce la tensiuni sociale și crize umanitare. Justiția intergenerațională este, de asemenea, subminată. Copiii și tinerii de astăzi trebuie să trăiască cu consecințele schimbărilor climatice, chiar dacă au contribuit prea puțin la acestea în timpul vieții lor.

Până în 2050, grupul Schwarz va ajunge la zero emisii (Net-Zero), ca parte a strategiei internaționale de sustenabilitate.

În septembrie 2024, companiile din Grupul Schwarz au prezentat împreună angajamentul oficial privind obiectivul zero emisii nete, conform criteriilor SBTi. Net Zero este o viziune pe termen lung pentru Lidl și necesită o direcție strategică clară. Ca parte a obiectivelor climatice noi și actualizate ale Grupului Schwarz, noi, Lidl România, ne-am stabilit obiectivul de a reduce cu 80% emisiile operaționale

de gaze cu efect de seră (Scope 1 și 2) până în anul 2030. Totodată, la nivel internațional, Lidl își propune să reducă emisiile sale operaționale (Scope 1 și 2) cu 70% până în 2030, comparativ cu 2019.

De asemenea, am definit noi obiective pentru lanțul valoric din amonte și din aval (Scope 3): până în 2034, Lidl dorește să reducă cu 42,4% emisiile de gaze cu efect de seră din agricultură, silvicultură și alte utilizări ale terenurilor și cu 35% emisiile provenite din energie și industrie.

Lidl încurajează furnizorii care sunt responsabili pentru 75% din emisiile legate de produse să își stabilească până în 2026 propriile obiective climatice în conformitate cu criteriile SBTi. Vezi pag. 45 a secțiunii Reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră.

De asemenea, Lidl lucrează la extinderea sortimentului, pentru a include produse vegane și vegetariene, și ne propunem să creștem până în 2030 proporția surselor de proteine pe bază de plante la 20%. Vezi pag. 31, domeniul Alimentație conștientă.

Protecția globală a mediului este o sarcină complexă, care necesită cooperarea între diferite departamente ale companiei. În Lidl România, responsabilitatea pentru domeniul 1,5 grade 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 este responsabil pentru coordonarea construcțiilor de magazine și depozite, iar departamentul de Facility Management este responsabil pentru gestionarea și mentenanța magazinelor și depozitelor după finalizarea construcției.

³¹ Sursa: Website-ul infoclima.ro, raportul Starea climei 2024, https://static1.squarespace.com/static/60b5d21e4796a564a563c771/t/6722504d024790327172d799/1730302041386/Starea_Climei-Raport_2024.pdf

Managementul energetic operațional

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. 42.

Pe lângă înregistrarea consumului și analiza energiei consumate, organizăm pentru angajați cursuri de formare privind conștientizarea consumului de energie. Cu ajutorul sistemului de management, deficiențele și potențialul de optimizare pot fi identificate din timp.

În anul financiar 2024, consumul de energie electrică a crescut, din cauza deschiderilor de noi magazine și a creșterii numărului de echipamente frigorifice din magazine.

Printre măsurile luate în vederea reducerii consumului, se numără:

- revenirea la iluminatul complet al suprafeței de vânzare, însă intensitatea becurilor a fost diminuată la toate corpurile de iluminat, în marea majoritate a magazinelor
- înlocuirea echipamentelor ineficiente sau care și-au pierdut eficacitatea în timp, spre exemplu înlocuirea schimbatoarelor de căldură la vitrine mopro
- măsuri de eficientizare a consumurilor în centrele logistice, cum ar fi înlocuirea ușilor ineficiente din punctul de vedere al transferului termic
- montarea instalațiilor fotovoltaice în mai multe magazine și depozite.

În perioada de raportare, Lidl România a încheiat contracte de energie care au oferit 80%* energie verde din totalul cantității consumate. Pentru restul de 20% din cantitate, au fost achiziționate garanții de origine care nu sunt recunoscute conform legislației din domeniu în România, însă sunt recunoscute la nivel european.

*cu excepția contractelor de furnizare pe care nu le putem controla, cum ar fi pentru proprietățile închiriate individual cu contracte de achiziție de energie electrică.

În România, garanțiile de origine în ceea ce privește cantitatea de energie electrică utilizată au fost achiziționate și validate prin intermediul furnizorilor de servicii din UE. Pe lângă extinderea producției proprii de energie regenerabilă prin sisteme fotovoltaice și achiziționarea garanțiilor de origine, încheierea contractelor de furnizare a energiei electrice pe termen lung este o altă modalitate de a asigura energie din surse regenerabile pe care Lidl România intenționează să o utilizeze mai mult în viitor.



Așa cum reiese din datele alăturate, consumul total de energie al Lidl România a crescut în perioada de raportare la aproximativ 275,8 GWh. În aceeași perioadă de timp, intensitatea energetică a crescut la 625,7 kWh/mp. Această creștere se datorează renunțării la măsurile de eficiență energetică luate în 2023, și anume: diminuarea iluminatului din 3 corpuri la 2 corpuri lăsate pornite, reducerea programului de lucru în magazin, precum și reducerea iluminatului publicitar.

Consum direct de energie, în funcție de energie primară, în kWh	FY 2023 (în kWh)	FY 2024 (în kWh)
Consum direct de energie	45.282.636	51.526.294
Energia electrică autogenerată din surse regenerabile (sisteme de panouri fotovoltaice) consumată	3.529.031	4.904.474
Energie consumată din gaz natural	22.563.034	25.826.763
Energie consumată pentru flota de autovehicule*	18.691.007	20.295.492
Energie consumată din păcură	0	0
Alte surse primare din care s-a obținut energie (GPL, motorină de urgență)	499.565	499.565
Consum indirect de energie	213.398.091	224.274.543
Energie electrică achiziționată din surse mixte	187.593.091	49.960.543
Energie electrică achiziționată din surse regenerabile	25.805.000	174.314.000
Consum total de energie	258.680.727	275.800.837
Vânzarea de energie regenerabilă (injecția în rețeaua publică)	13.657	17.727
Vânzarea de energie neregenerabilă	0	0

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

Pentru a ne reduce consumul de energie, dar și pentru a ne asigura un procent cât mai mare din energia electrică din surse regenerabile, au fost continuate proiectele privind montarea sistemelor de panouri fotovoltaice și, în conformitate cu prevederile legale, instalarea stațiilor de încărcare a mașinilor electrice, atât în centrele logistice, cât și la magazine. În anul financiar 2024, au fost puse în funcțiune sisteme de panouri fotovoltaice pe 28 de magazine, rezultând un total de 108 de magazine care aveau sisteme de panouri fotovoltaice funcționale la finalul perioadei de raportare. De asemenea, au fost montate și pe un centru logistic, având acum operaționale două depozite cu sisteme de panouri fotovoltaice montate.

Magazinele standard Lidl nou-construite care au sisteme de panouri fotovoltaice instalate și funcționale respectă cerința standardului nZEB (Nearly-Zero Energy Buildings). Procesul de instalare a sistemelor de panouri fotovoltaice

va continua și în anii care urmează, la magazinele nou-deschise. Măsura se aplică și centrelor logistice – depozitul ce urmează a fi deschis în cursul anului financiar 2025, unde vor fi puse în funcțiune sisteme de panouri fotovoltaice.

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 (în magazine și depozite);

- reducerea amprenteii 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 ani (până în 2028), atât în magazine, cât și în depozitele noastre.



Clădiri sustenabile

În Lidl România, ne dorim să creștem nivelul de sustenabilitate a proprietăților noastre existente și care urmează a fi construite. În acest sens, dezvoltăm concepte de construire adecvate unui nivel sporit de protejare a mediului, a biodiversității și de conservare a resurselor. 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.

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, cum sunt: contorizarea completă a consumului din magazine și depozite, utilizarea surselor cu tehnologie LED în sistemul de iluminat din magazine și depozite, ceea ce duce la un consum mai mic de energie electrică. În plus, utilizarea sistemelor de panouri fotovoltaice promovează creșterea consumului de energie din surse regenerabile.

În anul de raportare a existat un audit intern pentru sistemul de management ISO 50001, fiind planificat și în anul 2025.

Totodată, toate magazinele nou-construite de către Lidl România vor fi certificate EDGE (magazinele construite de către alți dezvoltatori sau închiriate nu vor avea această certificare). Certificarea 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.

Există și situații în care Lidl România operează în spații închiriate. Într-un astfel de caz, proprietarul are obligația de a se asigura că spațiul închiriat este construit conform cerințelor și standardelor Lidl România, inclusiv de a adopta soluții care să asigure respectarea standardelor de mediu.

Număr de magazine (total)

345	377
2023	2024

Număr de magazine nou-deschise

8	23
2023	2024

Număr de magazine cu certificare EDGE

313	346
2023	2024

Număr de centre logistice cu certificare EDGE

5	6
2023	2024

Conform planului de expansiune, Lidl România are planificate 16 deschideri de magazin în anul financiar 2025, din care 13 vor fi locații noi, 2 vor reprezenta relocări (în imediata apropiere a magazinului vechi, acesta rămânând deschis până la finalizarea și deschiderea celui nou) și 1 magazin înlocuit (reconstruit pe același teren, demolându-se magazinul vechi și reconstruindu-se unul nou în loc).



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 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 obțin o mare parte din energie din mediu – de exemplu, sub formă de căldură ambientală din aer sau din sol – și, prin urmare, reprezintă o modalitate de economisire a energiei pentru încălzirea clădirilor. În prezent, un magazin și sediul central au instalate pompe de căldură, însă nu mai este planificată în viitor montarea altor pompe de căldură.

Stații de încărcare pentru mașinile electrice și plug-in hybrid

Ca parte a priorităților noastre strategice, în anul financiar 2024 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.

Suntem pregătiți să oferim o infrastructură de încărcare pentru mobilitate electrică și să extindem opțiunile de încărcare existente prin rețeaua noastră de magazine 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.

Extindem constant infrastructura de încărcare pentru mașini electrice; ne propunem să instalăm câte o stație (prevăzută cu cel puțin două puncte de încărcare) în parcarei fiecărui magazin nou-construit aflat în proprietatea Lidl România. Suplimentar, mai există 30 de astfel de puncte de încărcare în parcarile din sediile noastre regionale Fundeni, Lugoj și Roman.

Număr de puncte de încărcare a mașinilor electrice puse la dispoziția clienților în cadrul parcarilor magazinelor

326 2023

381 2024

Transport și logistică. Lanțuri de aprovizionare prietenoase cu mediul

De-a lungul timpului, am dezvoltat colaborarea cu furnizorii de servicii pentru transportul de mărfuri mai puțin poluant cu ajutorul camioanelor electrice și CNG, care au găsit în Lidl România un partener de încredere. De asemenea, am lucrat la utilizarea mai eficientă a capacităților de transport și la evitarea curselor cu un grad mic de încărcare. Am verificat constant modul în care planificarea rutelor poate fi optimizată în funcție de volumul de comenzi al magazinelor din rețeaua noastră, care se schimbă zilnic.

În vederea diminuării impacturilor negative, în perioada de raportare am crescut numărul camioanelor cu motorizare Euro 6, diminuând astfel numărul camioanelor Euro 5, și am redus distanța medie depozit-magazin. În 2024 s-a stabilit stoparea creșterii numărului de camioane CNG din flotă, ca urmare a lipsei de infrastructură pentru alimentarea acestora și a suprataxe introduse pentru vânzarea de carburant, ce a dus la închiderea stației CNG montate de Lidl la Sediul Regional Fundeni; astfel, numărul de camioane alimentate CNG a rămas neschimbat, în flota numărându-se 15 camioane CNG. De asemenea, în 2024 au fost testate mai multe tipuri de camioane electrice pentru determinarea

autonomiei și a fiabilității acestora (2 camioane arondate Sediului Regional Fundeni și 2 camioane Sediului Regional Nedelea), pe lângă cele 3 camioane electrice deja existente în flotă.

În anul financiar 2025 ne propunem creșterea numărului de camioane electrice de la 3 la 5 unități și testarea unui camion electric ce are o autonomie superioară față de tehnologia utilizată în prezent, pentru acoperirea unui număr cât mai mare de km. De asemenea ne concentrăm pe creșterea procentului de camioane cu normă de poluare Euro 6 utilizate în flota Lidl România. Pe lângă aceste măsuri, încurajăm stilul de condus economic.

Optimizarea rutelor, centre logistice noi, flotă de camioane cu emisii reduse, permiterea companiilor de logistică să opereze rutele și încurajarea stilului de condus economic rămân în continuare o prioritate pentru noi și sunt integrate în strategia pentru următoarea perioadă.

	2023	2024
Număr de furnizori de servicii de transport	25	27
Număr total de camioane utilizate	242	243
Motor Euro6	65,3%	71,6%
Motor Euro5	27,3%	21%
Alte tipuri de motor (3 electric, 15 CNG)	7,4%	7,4%
Distanța medie depozit-magazin (km)	109	103,8

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. Obiectivul Net Zero include și emisiile încadrate în Scope 3, de pe tot lanțul de aprovizionare Lidl, în aval și în amonte, unde sunt generate mai mult de 90% din emisiile totale ale companiei.

Pentru a atinge obiectivul Net Zero, Lidl și-a extins strategia în ceea ce privește protejarea mediului și include noi obiective pentru emisiile Scope 3. Astfel:

- până în 2034, Lidl își propune să reducă cu până la 42,4% emisiile de gaze cu efect de seră provenite din agricultură, silvicultură și din folosirea altor tipuri de terenuri;
- Lidl s-a angajat să reducă cu 35% emisiile sale din sectorul energetic și industrial în aceeași perioadă.

În acest scop, la nivel internațional, Lidl va colabora și mai îndeaproape cu partenerii și furnizorii săi. Compania și-a mobilizat cei mai mari furnizori, care sunt responsabili pentru 75% din emisiile legate de produse din Scope 3, să își seteze obiective de reducere a emisiilor de gaze cu efect de seră până în 2026, în conformitate cu inițiativa SBTi. 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.

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 al produselor noastre. Din acest motiv, la nivel internațional, Lidl a renunțat la transportul aerian de mărfuri din categoriile fructe și legume.

Amprenta de carbon detaliată mai jos 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/GHG). Emisiile operaționale de GES includ emisiile directe (Scope 1) și emisiile indirecte provenite din achiziționarea de energie (electricitate, căldură, abur și răcire) (Scope 2), precum și emisiile indirecte de GES din amonte și din avalul lanțului nostru valoric (Scope 3).

Numărul de autoturisme din parcul auto destinat angajaților

În ceea ce privește flota de serviciu (destinată angajaților noștri), în urmă cu doi ani ne-am stabilit ca 55% din aceasta să fie compusă din mașini Mild Hybrid. În anul financiar 2024, 54% dintre mașinile din flota Lidl România au fost cu motorizare Mild Hybrid. Ținta stabilită pentru anul următor este ca 65% din totalul mașinilor din flota Lidl România să fie cu motorizare Mild Hybrid, de aceea toate autoturismele achiziționate de Lidl România în acest moment sunt din această categorie.

	Autoturisme		% din total	
	FY2023	FY2024	FY2023	FY2024
Benzină	494	459	55,44%	44,43%
Motorină	63	6	7,07 %	0,58%
Mild Hybrid	332	566	37,26%	54,79%
Plug-in Hybrid	2	2	0,22%	0,20%

	Consum carburant	
	FY2023	FY2024
Benzină	886.973,86 l	893.070,84 l
Motorină	964.810,35 l	1.111.202,35 l
Electric		983,63 kWh

Reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră

Lidl România și-a setat ca obiectiv reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră Scope 1 și 2 cu până la 80% până în 2030, pornind de la anul de referință 2019. Măsurile pe care le luăm în acest sens sunt detaliate atât pe tot parcursul acestui document, cât și câteva paragrafe mai jos.

Bilanțul³² emisiilor de carbon arată emisiile de gaze cu efect de seră (GES) pentru Lidl România, exprimate în tone metrice echivalent CO₂ și se referă la magazinele operaționale, centrele logistice și clădirile sediilor naționale.

Calculul a fost efectuat pe baza cerințelor Protocolului privind emisiile de GES.

Emisiile noastre operaționale de GES includ emisiile directe (Scope 1) și emisiile indirecte provenite din achiziționarea de energie (energie electrică, încălzire) (Scope 2), dar și emisiile indirecte de GES din amonte și din avalul lanțului nostru valoric (Scope 3). Colectăm toate datele necesare pentru emisiile operaționale (de exemplu, cantitatea de motorină pentru realimentarea mașinilor de serviciu), factorii de emisie fiind puși la dispoziția noastră de un furnizor extern de servicii, care calculează și amprenta de carbon pentru noi.

Pentru a raporta emisiile noastre Scope 2, utilizăm o abordare bazată pe locație și pe piață. Conversia are la bază factorii de emisie, pe care îi obținem direct de la furnizorul nostru de energie electrică (mixul de energie electrică al Lidl România). În abordarea bazată pe locație, în conversie sunt utilizați factorii de emisie pentru o regiune geografică, în cazul nostru pentru România. Am calculat³³ emisiile totale pentru categoriile Scope 1, 2 și 3 utilizând abordarea bazată pe piață.

În ceea ce privește emisiile Scope 3, colectarea datelor este mai complexă. Solicităm datele necesare de la furnizorii externi de servicii (de exemplu, numărul de kilometri parcurși cu camionul pentru logistica magazinului), le colectăm noi înșine pentru categorii individuale (de exemplu, produse achiziționate, cantitatea de hârtie utilizată pentru materiale promoționale) sau facem estimări împreună cu consultanții noștri externi (de exemplu, pentru naveta angajaților). Factorii de emisie pentru calcularea datelor sunt preluați din bazele de date comune privind ECV (de exemplu, Ecoinvent). Lucrăm an de an la îmbunătățirea calității datelor și la creșterea volumului de date primare, astfel încât să putem lua deciziile corecte. De exemplu, pentru planificarea și optimizarea rutelor, Lidl România folosește o soluție software care este extinsă continuu și implementată treptat în centrele noastre logistice.

Trecerea de la energia electrică din combustibili fosili la energia electrică din surse regenerabile joacă un rol esențial în reducerea emisiilor de GES. Așa cum am precizat în secțiunea Managementul energetic operațional, de la pag. 40, Lidl România achiziționează energie din surse

³² Abaterile în calculul bilanțului amprentei de carbon față de raportul de sustenabilitate anterior (pentru anul financiar 2023) se datorează modificării metodologiei de colectare a datelor și corecțiilor ulterioare rezultate din disponibilitatea suplimentară a datelor.

³³ Diferențele dintre amprenta de carbon din raportul de sustenabilitate anterior (pentru anul financiar 2023) și cel de față rezultă din trecerea la metodologia de colectare și din corecțiile ulterioare rezultate din disponibilitatea suplimentară a datelor.

regenerabile din rețea și își produce propria energie electrică din surse regenerabile.

Pentru cererea de energie regenerabilă pe care în prezent nu o putem acoperi din propria producție, se utilizează garanții de origine. Garanțiile de origine sunt certificate care atestă producerea de energie electrică din surse regenerabile. Ele precizează cum, când și unde a fost generată energia. Garanțiile de origine pot fi tranzacționate independent de energia electrică produsă și achiziționată.

Așa cum aminteam la începutul acestei secțiuni, scopul acestor eforturi este acela de a ne atinge obiectivul de reducere eficientă a emisiilor de GES Scope 1 și Scope 2 cu până la 80% până în 2030, folosind datele de referință din anul 2019.

Refrigeranți naturali

Lidl România respectă standardul intern de construcție, îmbinând atât agenți frigorifici naturali, cum ar fi propanul (C₃H₈), dioxidul de carbon (CO₂) sau amoniacul (NH₃), 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 acolo unde sunt depozitate produse perisabile. În cazul unui accident care presupune o pierdere de agent frigorific, emisiile de GES eliberate sunt neglijabile.

Lidl și-a stabilit obiectivul de a utiliza agenți frigorifici naturali pentru răcirea produselor în 100% din centrele sale logistice și la 40% din magazine până la sfârșitul anului financiar 2030. Lidl România a atins deja acest obiectiv. 100% din toate centrele logistice și 81,7% din toate magazinele utilizau agenți frigorifici naturali pentru răcirea produselor. În plus, în anul de raportare 2024, aveau instalate sisteme active de generare a căldurii/răcirii pentru climatizarea clădirilor 0% din toate centrele logistice și 2,91% din toate magazinele.

Lidl România folosește substanțe speciale, numite agenți frigorifici, pentru a răci echipamentele frigorifice, cum ar fi congelatoare, camere de depozitare, vitrine de expunere, din magazinele sale. Uneori, aceste substanțe trebuie reumplute, deoarece ele se pot evapora sau se pot pierde în timp. În anul financiar 2024, 9,1% din totalul acestor substanțe reumplute au reprezentat agenți frigorifici naturali – adică substanțe mai prietenoase cu mediul, cum ar fi dioxidul de carbon (CO₂), amoniacul sau hidrocarburile naturale.

Emisiile Scope 1, 2 și 3

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 2023	Emisii de GES (în t CO ₂ e) în anul financiar 2024
Scope 1	14.448	15.501	16.847
Emisii fugitive	5.281	6.575	6.914
Ardere în mers	3.775	4.684	5.096
Ardere staționară	5.392	4.242	4.837
Scope 2	31.558	27.739	12.142³⁴
Încălzire centrală (sistem public)	0	0	0
Electricitate: Abordare în funcție de piață	31.558	27.739	12.142
Electricitate: Abordare în funcție de locație	46.872	58.108	62.630
Scope 3 – Amonte	2.999.410	4.601.199	5.051.727
3.1 Bunuri și servicii achiziționate	2.923.681	4.237.312	4.701.625
3.2 Bunuri de capital	-	64.092	39.713
3.3 Emisii derivate din consumul de combustibil și energie	14.770	19.023	20.756
3.4 Transport în amonte	28.704	233.002	235.620
3.5 Deșeuri operaționale	21.129	31.141	35.796
3.6 Deplasări în interesul serviciului	1.754	1.193	2.085
3.7 Transportul local al angajaților	9.372	15.436	16.132
Scope 3 – Aval	129.423	420.985	465.320
3.11 Produsele comercializate aflate în faza de consum	125.550	238.180	266.378
3.12 Recuperarea produselor comercializate	3.873	182.805	198.943
Total emisii*	3.174.839	5.065.424	5.546.036

³⁴ Pentru consumul de energie pentru care nu s-au obținut garanții de origine, a fost folosit coeficientul pus la dispoziție de furnizorul de energie electrică cu care avem contract direct. Pentru magazinele aflate în chirie, a fost folosit coeficientul mediu la nivel național (România).

* Explicații privind modul de calcul al emisiilor de gaze cu efect de seră (Scope 1,2,3) au fost incluse la pag. 72 a raportului nostru anterior: <https://shorturl.at/g8Ivq>

Respectarea biodiversității

• Ecosisteme



Respectarea
biodiversității

Ecosisteme

Banca Centrală Europeană³⁵ a avertizat în iunie 2023 că 75% dintre toate împrumuturile bancare din Europa sunt acordate unor societăți comerciale care depind în mare măsură de cel puțin un serviciu ecosistemic (de ex. controlul eroziunii, furnizarea de apă, protecție față de inundații și furtuni, absorbția și stocarea carbonului, polenizare) pentru a putea continua să își producă bunurile sau să își furnizeze serviciile.

La nivel global, starea biodiversității este una gravă, înregistrând un declin al ecosistemelor de apă dulce de 85%, urmate de cele terestre (-69%) și marine (-56%), conform raportului Planeta vie 2024 al WWF³⁶. Delta Dunării, pădurile din Carpați și pajiștile tradiționale sunt cele mai vulnerabile

regiuni, afectate de tăieri ilegale, poluare, agricultură intensivă și proiecte de infrastructură. În prezent, peste 43 de specii de păsări sunt amenințate cu dispariția, inclusiv pelicanul comun și gâsca cu gât roșu. Aridizarea și seceta accentuată afectează sudul și estul țării, punând presiune suplimentară pe biodiversitate.

În studiul³⁷ Starea climei 2024, oamenii de știință români arată că, pe lângă producția de energie și alimentarea cu apă, seceta influențează și agricultura. Combinația dintre temperaturile ridicate și secetă agravează deficitul de apă, punând în pericol ecosistemele și producția agricolă.

O altă analiză³⁸, Starea agriculturii 2025, ne arată că peste 11 milioane de hectare riscă aridizarea și circa 7,5 milioane riscă deșertificarea în Dobrogea, sudul Câmpiei Române și Moldova.

“

În prezent, peste 43 de specii de păsări sunt amenințate cu dispariția, inclusiv pelicanul comun și gâsca cu gât roșu.

³⁵ Sursa: Banca Centrală Europeană, website-ul oficial: <https://greencentralbanking.com/2023/06/14/bank-loans-highly-dependent-nature-ecb/>

³⁶ Sursa: WWF, raportul Planeta vie 2024. <https://wwf.ro/wp-content/uploads/2024/10/Raportul-Planeta-Vie-2024-Un-sistem-in-pericol.pdf>

³⁷ Sursa: studiul Starea climei România 2024. https://cdn.prod.website-files.com/68234a4dbe762abda65bdc83/685addeef221276c7d5453e9_Starea_Climei-Raport_2024.pdf

³⁸ Studiul Starea agriculturii România 2025. <https://static1.squarespace.com/static/60b5d21e4796a564a563c771/t/67fca22caf89a5e6014b00e/1744632356266/SC25-SpringIssue.pdf>



Soluțiile propuse de oamenii de știință, dar și de organizația WWF, cu care Lidl colaborează, sunt următoarele:

- adoptarea unor măsuri proactive care să protejeze ecosistemele;
- extinderea producției regenerative;
- reducerea pierderilor și a risipei alimentare; și
- accesul fiecărei persoane la o dietă sănătoasă și nutritivă, produsă fără a genera puncte critice.



**Lucrăm
împreună pentru
a oferi alegeri
mai sustenabile**



Lidl are obiectivul de a face ca lanțurile de aprovizionare cu materii prime să fie compatibile din punct de vedere social și ecologic. Prin urmare, ne angajăm să reducem cât mai mult posibil impactul ecologic și social negativ al produselor noastre primare – de la agricultură la recoltare și prelucrare

ulterioară și până la transportul către magazinele noastre. În mod specific, ne angajăm să facem achizițiile de materii prime definite ca fiind critice mai sustenabile până în 2025. În plus, Lidl este, de asemenea, implicat în conservarea naturii la nivel mondial, în afara propriilor lanțuri de aprovizionare, în proiecte selectate cu parteneri precum WWF.

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.

Prin utilizarea materiilor prime și comercializarea produselor, avem o influență asupra biodiversității, în special în ceea ce privește pierderea pădurilor din cauza utilizării terenurilor pentru produse agricole, cum ar fi soia, ulei de palmier, cafea și cacao. Această pierdere are un impact negativ asupra ecosistemelor naturale și, prin urmare, asupra biodiversității. Din acest motiv, avem obiective stricte de certificare și trasabilitate pentru principalele materii prime cu risc major legat de defrișări și reconversia pădurilor³⁹. Acestea fac parte din politicile noastre de diligență care respectă prevederile Regulamentului UE privind defrișările și excedează cerințelor legale în multe dintre domenii.

Ca parte a strategiei noastre privind materiile prime, în lanțurile noastre de aprovizionare care prezintă riscuri am stabilit sisteme de certificare fiabile care, printre altele, contribuie la protejarea și regenerarea ecosistemelor și a habitatelor. Printre acestea se numără, de exemplu, FSC⁴⁰ pentru lemn și hârtie, Rainforest Alliance⁴¹ pentru defrișări și standardul MSC⁴² pentru pescuit.

Totodată, fructele și legumele din magazinele noastre sunt certificate GLOBALG.A.P., standard care integrează principii de management durabil al resurselor și de protejare a biodiversității.

Metodologia de evaluare și îmbunătățire a practicilor agricole⁴³, destinată producătorilor noștri locali de legume și fructe, continuă să fie folosită. În acest sens, ne propunem ca numărul furnizorilor locali care vor fi astfel evaluați să crească până la 100 în anul financiar 2025.

Operăm în continuare cu sisteme de certificare recunoscute pentru a proteja speciile amenințate și protejate. În acest context, ne asumăm responsabilitatea pentru speciile aflate pe lista roșie a Uniunii Internaționale pentru Conservarea Naturii (IUCN)⁴⁴ și pe listele naționale, care își au habitatul în zonele afectate de activitățile noastre.

La nivel internațional, Lidl colaborează cu furnizorii pentru a elimina din sortimentul nostru produsele provenite de la animale aflate pe lista IUCN. Ne concentrăm asupra speciilor de pești și a fructelor de mare care nu sunt amenințate și nu oferim specii de pești care provin din stocuri pe cale de dispariție sau supraexploatare, cu stocuri și practici de pescuit care nu pot fi monitorizate sau care sunt incluse pe listele naționale și internaționale de specii protejate.

³⁹ Sursa: website-ul Lidl România: <https://www.lidl.ro/l/ro/cataloge/politica-de-achizi-ii-defrisari-i-conversia-padurilor/view/flyer/page/1>

⁴⁰ Sursa: website-ul Forest Stewardship Council: <https://fsc.org/en/fsc-standards>

⁴¹ Sursa: website-ul Rainforest Alliance: <https://www.rainforest-alliance.org>

⁴² Sursa: website-ul Marine Stewardship Council: <https://www.msc.org>

⁴³ Vezi pag. 76-77 ale raportului de sustenabilitate Lidl România pentru anul 2023, disponibil la: <https://www.lidl.ro/l/ro/cataloge/raport-sustenabilitate-an-financiar-2023/view/flyer/page/1>

⁴⁴ Sursa: website-ul IUCN: <https://www.iucnredlist.org>

Conservarea resurselor

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



Conservarea
resurselor

“

Din cauza precipitațiilor tot mai reduse sau a perioadelor de secetă, necesarul de apă pentru uzul uman crește anual cu aproape 1%.

Apă dulce

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

Conform datelor din 2024, prezentate într-un raport UNESCO⁴⁵, peste 70% din captările de apă dulce din lume sunt destinate agriculturii, fiind urmate de cele utilizate în industrie (puțin sub 20%), respectiv uzul casnic sau municipal (aproximativ 12%).

Organizația WWF arată de asemenea, într-un raport⁴⁶ recent, că producția de hrană folosește 70% din resursele de apă și este responsabilă pentru aproape un sfert din emisiile de gaze cu efect de seră.

Apele subterane sunt sursa pentru 25% din toată apa utilizată la irigații și 50% din apa dulce extrasă în scopuri casnice.

Presiunea asupra acestei resurse vitale este în creștere. Din cauza precipitațiilor tot mai reduse sau a perioadelor de secetă, necesarul de apă pentru uzul uman crește anual cu aproape 1%. Aceste tendințe vor continua în următoarele decenii, efectele fiind resimțite deja în lanțurile noastre de aprovizionare.

Pentru a asigura disponibilitatea pe termen lung a apei dulci, toți actorii din lanțul de aprovizionare au un rol bine definit. În regiunile cu risc hidric ridicat, accentul se pune pe măsuri-cheie, cum ar fi utilizarea responsabilă a apei, reducerea poluării apei, protejarea ecosistemelor din apropierea apelor și cooperarea cu stakeholderii din bazinele hidrografice.

⁴⁵ Sursa: UNESCO, raportul UN World Water Development: Water for Prosperity and Peace, <https://www.unesco.org/reports/wwdr/en/2024/s>

⁴⁶ Sursa: WWF, raportul Planeta vie 2024, <https://wwf.ro/campanii/raportul-planeta-vie-2024/>

Strategia Lidl privind apa dulce

Succesul pe termen lung poate fi asigurat doar printr-o dezvoltare sustenabilă. „Pentru un viitor mai bun” este modul în care Lidl își manifestă responsabilitatea corporativă. Abordarea noastră este holistică și integrează toate departamentele de la nivelul întregii companii.

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

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:

Înțelegerea efectelor

Înțelegerea mai bună a impactului nostru cu ajutorul analizelor de risc.

Primul pas către o strategie sustenabilă în domeniul apei este înțelegerea propriilor noastre impacturi și dependențe și identificarea grupurilor de produse critice. Cu ajutorul analizelor de risc realizate în mod regulat, examinăm oportunitățile și riscurile activităților noastre de afaceri - iar apa nu face excepție. Rezultatele stau la baza prioritizării și a abordării noastre în ceea ce privește stabilirea obiectivelor și atenuarea riscurilor.

Stabilirea standardelor

Reducerea riscurilor legate de apă în anumite grupe de produse prin standardizare.

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 (de ex. Rainforest Alliance) și cerințele lor în ceea ce privește apa și ne-am stabilit propriile cerințe, cum ar fi obiective stabilite pentru producătorii noștri. De exemplu, toți producătorii de fructe și legume sunt certificați conform GLOBALG.A.P. sau unui standard echivalent.

Toate produsele textile marcă proprie care conțin bumbac trebuie să fie certificate în conformitate cu un standard recunoscut de sustenabilitate, cum ar fi Cotton Made in Africa sau Organic Content Standard. În plus, ne bazăm pe certificarea

obligatorie în conformitate cu standardul OEKO-TEX® StEP pentru gestionarea responsabilă a substanțelor chimice și a mediului (inclusiv gestionarea apelor reziduale) pentru toate textilele noastre, inclusiv cele de uz casnic.

Promovarea alternativelor

Promovăm inovarea în materie de produse sustenabile.

Plasticul

Resursele de apă sunt tot mai amenințate de plasticul care nu poate fi descompus în natură. Eliminăm treptat microplasticele solide și lichide din produsele cosmetice și de îngrijire personală marcă proprie Lidl. Informații suplimentare în acest sens pot fi găsite în documentul Politica Lidl privind consumul responsabil al apei în achiziția de mărfuri (<https://www.lidl.ro/l/ro/catalogue/politica-lidl-consum-responsabil-apa-2021/view/flyer/page/1>).

Reducerea risipei

Pentru a produce alimentele noastre marcă proprie se consumă cantități mari de apă. Pentru a reduce risipa de resurse și a limita impactul asupra mediului, căutăm soluții de produse adaptabile la condițiile climatice tot mai secetoase. În acest sens, promovăm creșterea proporției de produse pe bază de plante, care necesită mai puține resurse decât cele de origine animală.

Produsele de origine animală, cum ar fi carnea, implică în procesul de producție un consum mult mare de apă și resurse⁴⁷.

Prin urmare, creștem proporția surselor de proteine pe bază de plante din gama noastră la 20% până în 2030, raportat la anul de referință 2023. Mai multe informații despre acest lucru pot fi găsite în Politica⁴⁸ Lidl cu privire la o alimentație conștientă.

Promovarea schimbării

Așa cum am arătat la începutul acestui document (vezi pag. 8, secțiunea Afiliari), colaborăm cu actori diferiți din sectorul nostru de activitate, autorități, ONG-uri, organisme de standardizare, mediul academic și comunitățile locale.

În calitate de membru al Grupului de lucru pentru piele (LWG), al Alianței pentru textile durabile și al CmiA în sectorul nealimentar, Lidl are definite trei obiective principale în sectorul textil pe tema apei:

- Promovarea manipulării în condiții de siguranță a substanțelor chimice
- Reducerea utilizării energiei, a apei și a substanțelor chimice
- Eliminarea ecologică a deșeurilor și gestionarea adecvată a apelor reziduale.

Am susținut pentru al cincelea an consecutiv programul Patrula Zero Plastic, prin care WWF-România își propune să contribuie la reducerea cantității de plastic din mediul natural. Patrula Zero Plastic este activă încă din 2020 și a desfășurat până în prezent activități de informare și educare adresate tinerilor, turiștilor și membrilor comunităților locale, activități de advocacy adresate autorităților locale și responsabililor cu colectarea deșeurilor, precum și activități de ecologizare prin prezența voluntarilor patrului în zona Deltei Dunării și a Brașovului.

⁴⁷ Sursa: World Food Programme, <https://www.wfp.org/stories/5-facts-about-food-waste-and-hunger>

⁴⁸ Sursa: website-ul Lidl România, <https://www.lidl.ro/l/ro/catalogue/politica-lidl-cu-privire-la-o-alimentatie-constienta/view/flyer/page/1>

În 2024, peste 1.000 de elevi din Brașov și Tulcea au participat la lecții interactive de educație de mediu în cadrul școlii, iar voluntarii programului au colectat 1,5 tone de deșeuri din natură. Mai mult, această ediție a inclus și o componentă de monitorizare a biodiversității, prin care tinerii din Delta Dunării au colectat date despre starea apei prin activități de știință cetățenească, contribuind astfel la o mai bună înțelegere a impactului plasticului asupra ecosistemului acvatic. Această experiență educativă implică tinerii în studierea fluviului lângă care trăiesc, iar rezultatele fac parte din programul internațional de știință cetățenească Drinkable Rivers, care permite oamenilor să afle mai multe despre sănătatea râurilor din comunitatea lor.

Programul „Cu apele curate” (<https://cuapelecurate.ro/>), lansat împreună cu asociația MaiMultVerde, a continuat și în 2024. Acesta urmărește implicarea comunităților locale din orașele situate pe malurile Dunării și ale afluenților săi în acțiuni de sensibilizare, prin punerea în practică a unor modele de bune practici pentru prevenirea și reducerea poluării apelor cu plastic.

În urma celor 75 de activități de curățare a malurilor și a apelor, au fost colectate 34,5 tone de deșeuri, dintre care 24 de tone de plastic. Au fost montate 10 bariere plutitoare, cu ajutorul cărora au fost oprite 12 tone de deșeuri. Au fost organizate și două tabere ecoeducative, iar numărul total de voluntari implicați în program a fost de 3.118.

Consumul de apă în cadrul operațiunilor noastre este responsabilitatea departamentului Facility Management, iar obiectivul nostru este de a reduce în mod continuu consumul de apă. În același timp, ne instruim angajații cu privire la utilizarea responsabilă a apei ca resursă.



**Alătură-te și tu proiectului
România Limpede!**



75

de activități de
curățare a malurilor
și a apelor

34,5

tone de
deșeuri
colectate

24

de tone de
plastic

10

bariere
plutitoare
montate

12

tone de
deșeuri
oprite

3.118

voluntari



Din totalul magazinelor, 58% au fost monitorizate de la distanță, pentru a urmări consumul de apă. Pentru a reduce sau limita cât de mult posibil consumul de apă în sediile noastre, am luat următoarele măsuri:

- am transmis lunar informări către responsabilul regional de Facility Management cu privire la efectuarea citirilor și verificărilor în vederea reducerii consumurilor;
- am urmărit constant consumul de apă la fiecare sediu regional;
- am transmis lunar informări către furnizorii de rețele de apă în vederea recitirii indexului facturat versus indexul consumului înregistrat de noi;
- am schimbat contoarele de apă defecte și am efectuat inspecții tehnice pe teren în vederea depistării imediate a defecțiunilor la instalațiile de apă;
- am instalat perlatoare cu debit scăzut de apă (1,9 l/min) în toate magazinele noi, acestea reducând consumul de apă cu 55% față de alte soluții similare.

Consumul de apă la nivelul întregii organizații

Consumul de apă din anul financiar 2024 a fost mai mare decât în anul anterior din cauza creșterii, pe de o parte, a numărului de magazine din rețeaua noastră și, implicit, a numărului de clienți, iar pe de altă parte, a numărului de angajați. În același timp, cantitatea de apă pluvială colectată și canalizată a scăzut, în urma înregistrării unui deficit de precipitații.

Consum total de apă (mc)

705.038⁴⁹ 2023 **772.090** 2024

Apă pluvială canalizată conform normelor în vigoare (mc)

781.914 2023 **658.735** 2024

Pentru perioada care urmează, ne propunem să implementăm un sistem inteligent de monitorizare de la distanță, prin montarea unor senzori de date cu transmitere prin NB-IoT/Lora, pentru transmiterea în timp real de date către responsabilul regional de Facility Management, dar și pentru identificarea și remedierea rapidă a eventualelor pierderi de apă sau deviațiilor de consum. De asemenea, avem în vedere stabilirea unor indicatori de performanță specifici consumurilor lunare de apă.

Materii prime

Lidl oferă o gamă largă de produse, care utilizează o multitudine de materii prime. Acestea 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, materiile prime pot fi asociate cu impacturi negative, de natură și gravitate diferite. Prin urmare, considerăm că avem responsabilitatea de a contribui la conservarea resurselor naturale și de a reduce impactul negativ asociat 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 asupra materiilor prime critice, acele resurse care sunt esențiale pentru activitatea noastră, dar care pot avea un impact semnificativ asupra mediului și oamenilor. Împreună cu experți din domeniu, am analizat în detaliu riscurile asociate acestor materii prime. Rezultatele au demonstrat că aceste resurse nu doar că afectează în mod considerabil oamenii și natura, dar sunt și fundamentale pentru sortimentul nostru de produse. De aceea, până în 2025 continuăm să integrăm principiile de sustenabilitate în achizițiile de materii prime critice. Analizele de risc ne permit să identificăm soluții concrete prin care să reducem în mod sustenabil efectele negative ale activităților noastre, îmbunătățind totodată modul în care gestionăm aceste resurse importante.

Astfel, în contextul strategiei noastre de sustenabilitate, ne-am stabilit obiective specifice privind materiile prime critice, în cadrul departamentului Achiziții Marfă. De exemplu, până în 2025, ne-am propus să avem în sortimentul nostru produse care conțin materii prime provenite din lanțuri de aprovizionare ce nu implică defrișări și reîmpăduriri și ne-am asumat angajamente în favoarea unor certificări și a transparenței în lanțurile noastre de aprovizionare cu ulei de palmier, cacao, cafea și celuloză. Prin programe targetate și prin implicarea în parteneriate și grupuri de lucru cu mai mulți stakeholderi, ne-am asumat această responsabilitate, aspect documentat în detaliu în Politica noastră de achiziție a materiilor prime⁵⁰.

Ca parte a Codului de conduită elaborat în comun de companiile Grupului Schwarz, solicităm partenerilor noștri să respecte legislația privind drepturile omului și protecția mediului de-a lungul lanțului de aprovizionare. Totodată, aceștia trebuie să evite sau să reducă pe cât de mult posibil epuizarea resurselor și poluarea mediului. În cazul în care partenerii de afaceri nu sunt dispuși să coopereze, luăm măsuri adecvate, inclusiv, ca ultimă soluție, încetarea relației de afaceri. O colaborare permanentă cu organizațiile care oferă etichete pentru certificări de sustenabilitate ne permite să revizuim eficacitatea acțiunilor noastre. Progresele înregistrate în atingerea obiectivelor noastre sunt monitorizate și evaluate anual în întreaga companie de către Comitetul Director pentru Sustenabilitate.

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



⁴⁹ Această valoare reprezintă volumul total de apă (utilizată din rețea și captată din foraj).

⁵⁰ Sursa: website-ul Lidl România: <https://www.lidl.ro/l/ro/cataloge/politica-de-achizitii-privind-materiile-prime/view/flyer/page/1>

Obiective privind materiile prime în curs de implementare la Lidl România

Materia primă	Obiectiv	Termen	Status anul financiar 2024
Pește și crustacee capturate din natură	100% pește și crustacee de captură (cu excepția tonului) pentru sortimentul permanent certificate MSC	Până la finalul anului financiar 2025	Obiectivul urmează să fie evaluat în anul financiar următor
Pește și crustacee provenite din acvacultură	100% pește și crustacee de acvacultură (cu excepția tonului) pentru sortimentul permanent certificate ASC, GLOBALG.A.P. sau BIO		Obiectivul urmează să fie evaluat în anul financiar următor
Nuci și fructe cu coajă lemnoasă	Cel puțin 1 articol certificat Rainforest Alliance, Fairtrade sau BIO în gama de produse din sortimentul permanent și articolele aflate la promoție		Obiectivul urmează să fie evaluat în anul financiar următor
Orez	Cel puțin 1 articol certificat Fairtrade, BIO sau Sustainable Rice Platform în sortimentul permanent		În anul financiar 2024 avem un articol certificat BIO

În ceea ce privește politicile noastre, în perioada de raportare au fost actualizate Politica⁵¹ de achiziții privind materiile prime și Politica⁵² de achiziții pentru lanțurile de aprovizionare fără defrișări. În perioada următoare vom revizui și Politica de achiziții pentru fructe, legume, flori și plante.

Economie circulară

Fiecare european⁵³ utilizează aproximativ 14 tone de materiale și generează anual 5 tone de deșeuri – printre cele mai ridicate niveluri la nivel mondial și dincolo de limitele durabile, ceea ce ridică obstacole în calea reducerii ciclurilor de materiale în Europa. Totuși, țările din Uniunea Europeană au reușit să își dezvolte economia în paralel cu menținerea unui consum constant de resurse și cu generarea unei cantități stabile de deșeuri, ceea ce arată că au început să separe creșterea economică de impactul asupra mediului.

Cu o rată de circularitate de 11,8% în 2023, datele Agenției Europene de Mediu⁵⁴ arată că, în comparație cu alte regiuni ale lumii, Europa folosește în mai mare măsură materiale reciclate, dar în ultimii ani progresele au fost limitate.

Europa este foarte eficientă în ceea ce privește extragerea valorii din resurse, productivitatea resurselor depășind 2 euro/kg începând din 2015, de peste 2,5 ori mai mult decât media mondială. În mod similar, Europa reciclează aproape jumătate din deșeurile pe care le generează și beneficiază de pe urma reciclării de înaltă calitate și a sprijinirii funcționării eficiente a piețelor materialelor secundare (fermoare, șireturi, căptușeli, capace, garnituri de cauciuc pentru borcane etc).

Tranziția de la o economie liniară la una circulară va contribui la creșterea gradului de sustenabilitate în Europa, inclusiv prin reducerea poluării, atenuarea schimbărilor climatice și contribuția la prevenirea pierderii biodiversității.

Circularitatea necesită următoarele acțiuni⁵⁵:

- reducerea utilizării resurselor și orientarea către o economie europeană mai puțin intensivă privind materialele;
- maximizarea utilității produselor, prin promovarea intensității utilizării acestora și a duratei de viață mult mai lungi;
- utilizarea deșeurilor generate prin sisteme de reciclare de înaltă calitate și returnarea materialelor secundare de înaltă calitate înapoi la fabricarea produselor.

La nivelul Uniunii Europene⁵⁶, în 2023 s-au generat, în medie, 511 kg de deșeuri municipale de persoană, din care 48% au fost reciclate. România a avut cea mai mică medie din UE, cu doar 303 kg/persoană. În total, România generează anual circa 22 milioane de tone de deșeuri, însă rata de reciclare a plasticului este mult sub media UE, situându-se la aproximativ 30%. Gestionarea deșeurilor se face prin colectare separată, reciclare, incinerare și depozitare, dar infrastructura și gradul de conștientizare publică rămân provocări majore pentru România.

În România, legislația și inițiativele guvernamentale privind economia circulară sunt ancorate în Strategia națională pentru economia circulară (SNEC), aprobată de Guvern în anul 2022 și aliniată la planul de acțiune⁵⁷ al Comisiei Europene privind economia circulară. Scopul strategiei îl reprezintă prioritizarea producției locale, creșterea competitivității, aprovizionarea cu materii prime, inovarea, conservarea resurselor, prevenirea și gestionarea sustenabilă a deșeurilor, consumul responsabil și protecția ecosistemelor. Indicatorii de performanță vizează rata de reciclare, productivitatea resurselor și utilizarea materialelor reciclate.

În 2023⁵⁷, Guvernul României a adoptat și Planul național de acțiune privind economia circulară, în care sunt stipulate obiective, acțiuni transversale și acțiuni specifice fiecărui sector de activitate, astfel încât să fie încurajată tranziția de la un model liniar în care sunt utilizate și gestionate resursele la unul circular. Printre sectoarele de activitate se numără: agricultura și silvicultura; construcțiile; alimentele și băuturile; ambalajele; textilele; echipamentele electrice și electronice, bateriile și acumulatorii; deșeurile; apa și apele uzate.

⁵¹ Sursa: website-ul Lidl România, <https://www.lidl.ro/ro/catalogue/politica-de-achizitii-privind-materiile-prime/view/flyer/page/1>

⁵² Sursa: website-ul Lidl România, <https://corporate.lidl.ro/pdf/show/124625>

⁵³ Sursa: European Environment Agency, <https://shorturl.at/XlTiF>

⁵⁴ Sursa: European Environment Agency, <https://www.eea.europa.eu/en/analysis/publications/accelerating-the-circular-economy>

⁵⁵ Sursa: Eurostat, date statistice privind deșeurile municipale, <https://www.eea.europa.eu/en/topics/in-depth/circular-economy>

⁵⁶ Sursa: website-ul Comisiei Europene, https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/product/page/sdg_11_60

⁵⁷ Sursa: portalul legislativ al Ministerului Justiției, <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliuDocumentAfis/276965>



În contextul amintit, operăm pe baza unui sistem eficient de gestionare a resurselor și a deșeurilor, pentru a ne asigura că utilizăm resursele în mod responsabil. Înregistrăm fluxurile de resurse în procesele noastre operaționale, pentru a urma idealul economiei circulare. Separarea eficientă și valorificarea corespunzătoare a materialelor rezultate permit reutilizarea sau reciclarea materialelor utilizate și reduc la minimum cantitatea de deșeuri nereciclabile.

În cadrul Lidl România, responsabilitatea pentru fluxul de materiale reciclabile îi revine **departamentului de Managementul Reciclării – Logistică**.

REset Plastic – strategia holistică în domeniul plasticului a companiilor Grupului Schwarz

Plasticul este un material omniprezent⁵⁸, utilizarea lui în ambalaje reprezentând 36,5% din consumul global, urmând bunurile de consum (12%) și textilele (11%). Consumul global de plastic a crescut de patru ori în ultimele trei decenii, producția dublându-se între 2000 și 2019, ajungând la 460 de milioane de tone anual.

Deși avantajele principale ale plasticului sunt costurile reduse și proprietățile mecanice superioare, dezavantajele¹⁶ utilizării lui sunt severe: doar 9% din deșeurile de plastic sunt reciclate, 50% ajung în depozite și 22% dispar din sistemele de management. Poluarea cu plastic afectează toate cele nouă limite planetare și duce la pierderea biodiversității.

Drept urmare, companiile Grupului Schwarz și-au luat împreună angajamentul să colecteze, să sorteze și să reutilizeze materialele plastice – centralizându-și inițiativele începând din 2018 prin REset Plastic, strategia comună internațională, holistică prin care acestea iau măsuri nu doar să reducă utilizarea plasticului și să promoveze reciclarea, ci și să schimbe fundamental modul în care gestionează plasticul. În 2018, companiile Grupului Schwarz au semnat Angajamentul global al noii economii a plasticului al Fundației Ellen MacArthur⁵⁹.

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;
- să reducă proporția de plastic virgin din ambalajele produselor marcă proprie cu 10% comparativ cu anul de referință 2018;
- să ia măsuri astfel încât ambalajele tuturor produselor marcă proprie să fie într-o proporție cât mai mare reciclabile;
- să utilizeze în medie 25% material reciclat în ambalajele din plastic ale articolelor sale marcă proprie.

Viziune comună: mai puțin plastic



Astfel, în cursul anului financiar 2024, am eliminat ambalajul de plastic din jurul odorizantelor auto (la sticlă și fiolă) marcă proprie din sortimentul permanent. Ca urmare a acestei modificări, am utilizat cu 3,6 tone de plastic mai puțin decât dacă am fi păstrat ambalajul anterior.

De asemenea, pentru produsele șervețele umede pentru copii Cien și șervețele umede diverse sortimente Cien a fost modificat materialul ambalajului, acesta devenind reciclabil.

Iar referitor la ambalajele produselor aleze pentru copii, folosim încă de la crearea acestora un minim de 30% plastic reciclat.

Ca urmare a expansiunii rețelei de magazine și a volumelor mai mari de ambalaje puse pe piață odată cu deschiderea magazinelor noi, nu am reușit să ne îndeplinim toate obiectivele legale. Având în vedere dorința de a găsi soluții, am format o echipă din reprezentanți ai mai multor departamente, inclusiv Logistică, Achiziții Administrative, Design Ambalaje, CSR Achiziții și Juridic. Aceștia, în colaborare cu consultanți specializați, au elaborat un ghid intern, care abordează toate categoriile noastre de produse. În plus, având în vedere obiceiurile de consum la nivel european, am dezvoltat o clasificare a ambalajelor conformă cu Directiva SUP (Single use Plastics)⁶⁰.

⁵⁸ Sursa: website-ul Science History Institute, <https://www.sciencehistory.org/education/classroom-activities/role-playing-games/case-of-plastics/history-and-future-of-plastics/>

⁵⁹ Sursa: website-ul OCDE, <https://www.oecd.org/en/about/news/press-releases/2022/02/plastic-pollution-is-growing-relentlessly-as-waste-management-and-recycling-fall-short.html>

⁶⁰ Sursa: website-ul Fundației Ellen MacArthur, The Global Commitment. A New Vision for a Circular Economy for Plastics, <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/global-commitment/overview>

¹⁶ SUP este Directiva Europeană SUP transpusă în legislația din România prin Ordonanța nr. 6/2021. Categoriile de produse care fac obiectul acestei directive includ, printre altele, paharele pentru băuturi (inclusiv capacele acestora), recipientele pentru alimente gata de consum, sticlele și alte recipiente pentru băuturi cu volumul de până la 3 l etc.

Road to Zero Waste

Cu ajutorul sistemului de management al deșeurilor operaționale (în centre logistice, magazine și clădiri administrative), promovăm metode proactive de valorificare (reutilizare, fermentare și compostare) și reducere a deșeurilor nereciclabile, cum ar fi cele reziduale. Implementarea conceptelor noi de valorificare și optimizarea celor existente se îmbină cu promovarea noilor concepte de evitare a generării deșeurilor operaționale și de separare eficientă a acestora. Sistemul de gestionare a deșeurilor este certificat de un furnizor independent de audit în conformitate cu DIN SPEC 91436. Până la sfârșitul anului 2030, vom valorifica⁶¹ cel puțin 95% din deșeurile generate în companie în toate țările în care Lidl este prezent. Certificarea este efectuată de o organizație independentă.

Road to Zero Waste este proiectul nostru cu durata de 2 ani în care deșeurile sunt văzute ca materialele reciclabile ale viitorului. La finalul acestui proiect, odată ce ne vom fi îndeplinit obiectivele, vom obține și certificarea Road to Zero Waste. Practic, până la finele anului 2027, vom reutiliza, recicla sau recupera o parte semnificativă din deșeurile operaționale generate, astfel încât să limităm cantitatea de deșeuri nereciclabile operaționale la maximum 5%.

Tratarea deșeurilor se clasifică astfel:

- tratare pozitivă: prevenție, reutilizare, reciclare, compostare și fermentare;
- tratare neutră: valorificare energetică;
- tratare negativă: valorificare energetică fără recuperare de energie și depozitare la groapa de gunoi.

Până la obținerea certificării, avem ca obligație reducerea cantității reziduale și a altor tipuri de deșeuri operaționale care nu se pot valorifica și care trebuie să treacă printr-un proces de eliminare: fie depozitare la groapa de gunoi, fie incinerare (în cazul produselor de origine animală), fie valorificare prin recuperare energetică (uniformele uzate). Totodată, este necesară, în aceeași măsură, și identificarea de soluții noi de valorificare și reciclare.

Măsurile care vor fi implementate sunt:

1. Luarea de măsuri de prevenire a generării de deșeuri.
2. Înlocuirea coșurilor de gunoi pentru sortarea și reciclarea pe categorii de deșeuri cu unele care au simboluri ce ilustrează simplificat utilizarea corectă a acestora de către colegii noștri.
3. Instruirea periodică a angajaților. Pentru a ne asigura că fiecare coleg înțelege cât de importantă este colectarea separată, în anul financiar 2023 am introdus modulul de e-learning „Managementul materialelor reciclabile”. Modulul este disponibil în depozitele noastre, urmând ca din vara lui 2025 să fie extins și pentru colegii din magazine, sedii administrative și sediul central.

Dacă în trecut totalitatea produselor de origine animală improprii pentru consumul uman era eliminată prin incinerare, în perioada la care ne referim a fost inițiat proiectul de predare parțială a acestora către stația de biogaz, spre valorificare, cu obiectivul ca întreaga cantitate de acest tip să ajungă către stațiile de biogaz. De asemenea, produsele alimentare de origine nonanimală provenite din magazine (fructe, legume, produse de panificație) care nu mai sunt bune de consum sunt sortate, colectate în depozitele regionale și redirecționate tot spre stații de biogaz.

Inițiativa este implementată în toate depozitele noastre regionale, iar în perioada de raportare 19.152 de tone de produse au fost redirecționate astfel.

“

Până la sfârșitul anului 2030, vom valorifica cel puțin 95% din deșeurile generate în companie în toate țările în care Lidl este prezent.

Colegii noștri s-au deplasat în depozite și magazine pentru a analiza tipurile de ambalaje și a le clasifica în funcție de cerințele legislative.

Pentru că ne dorim să atingem obiectivele stabilite, integrăm în mod constant în acțiunile noastre diferite măsuri în acest scop. Acest lucru este posibil doar cu implicarea furnizorilor și colaborarea acestora cu echipa noastră sus-amintită.

⁶¹ Conform standardului DIN SPEC 91436, reciclarea reprezintă un set de măsuri pentru valorificare materială: reutilizarea, reciclarea, fermentarea și compostarea. Condiția necesară prealabilă este existența și disponibilitatea infrastructurii în țara respectivă.

Cantități de deșeuri generate de operațiunile proprii, în funcție de tipul de material (în tone)

	Material		2023	2024
	HCC (hârtie, cutii de carton, carton)	HCC reciclabile	51.475	56.124
		Procentul de materiale HCC reciclabile (calculat în %)	50,06%	32,79%
	Deșeuri organice	Deșeuri organice reciclabile	17.435	26.783
		Procentul de deșeuri organice reciclabile (calculat în %)	16,95%	15,65%
	PET	PET reciclabil	197	21.996
		Procentul de PET reciclabil (calculat în %)	0,19%	12,85%
	Plastic	Plastic reciclabil	3.021	3.794
		Procentul de PPC reciclabil (calculat în %)	2,94%	2,22%
	Lemn	Lemn reciclabil	5.590	5.751
		Procentul de lemn reciclabil (calculat în %)	5,44%	3,36%
	Textile	Textile reciclabile	2	0
		Procentul de textile reciclabile (calculat în %)	0,49%	0,00%
	Sticlă	Sticlă recicabilă	508	24.980
		Procentul de sticlă recicabilă (calculat în %)	0,49%	14,59%
	Metal	Resturi de metal reciclabil	433	3.998
		Procentul de resturi de metal reciclabile (calculat în %)	0,42%	2,34%
	Deșeuri menajere	Deșeuri menajere	23.933	27.502
		Deșeuri menajere ca procent din reciclabile (calculat în %)	23,27%	16,00%
	Alte deșeuri valorificabile nepericuloase	Deșeuri nepericuloase	160	168
		Procentul de deșeuri nepericuloase valorificabile (calculat în %)	0,16%	0,10%
	Alte deșeuri valorificabile periculoase	Deșeuri periculoase reciclabile	76	68
		Procentul de deșeuri periculoase valorificabile (calculat în %)	0,07%	0,04%
Total		Deșeuri valorificabile și menajere (în tone)	102.830	171.164

Hârtia și plasticul, în special, sunt utilizate ca materiale-sursă în Lidl România. Hârtia este utilizată mai ales sub formă de cataloage de oferte în magazine, care fac parte integrantă din comunicarea noastră cu clienții, dar și sub forma bonurilor de casă. Economisim resurse prin utilizarea etichetelor electronice de preț. Plasticul este utilizat în principal pentru pungile noastre de plastic, saci de gunoi și folie stretch.

Pe lângă materialele utilizate de Lidl România, magazinele generează și materiale care rezultă din livrări, cum ar fi ambalajele exterioare pentru produsele primite de la furnizori.

Utilizarea hârtiei și a plasticului, în tone

Material		2023	2024
		Cantitatea (în tone)	
Materiale regenerabile Hârtie	Materiale promoționale și reviste/broșuri pentru clienți	3.405	2.828
	Cantitatea de hârtie de imprimantă	169	297
	Cantitatea de hârtie pentru pungile de pâine/patiserie	789	1.034
Din care material reciclat ⁶²	Materiale promoționale și reviste/broșuri pentru clienți	2.995	2.419
	Cantitatea de hârtie de imprimantă	0	0
	Cantitatea de hârtie pentru pungile de pâine	0	0
Materiale neregenerabile Plastic	Cantitatea de saci de gunoi	214	290
	Cantitatea de folie de plastic (material de ambalaj)	371	447

⁶² Cantitățile de material reciclat acoperă Reciclare doar pentru tipurile de hârtie incluse în tabel, acești indicatori fiind de interes pentru compania noastră (total reciclat din total material folosit: 58%).

Folosim din ce în ce mai mult materiale reciclate ca materiale de start. Broșurile și pliantele din magazine sunt deja produse parțial din hârtie reciclată, la fel ca pungile de pâine și hârtia de imprimantă. Lucrăm în mod constant pentru a crește cantitatea de materiale reciclate pe care le folosim.

În conformitate cu reglementările aplicabile, Lidl România transmite bunurile care sunt încă comestibile, dar nu mai sunt potrivite pentru vânzare, organizațiilor nonprofit care distribuie aceste alimente celor care au nevoie. Din 2016, acest lucru s-a întâmplat în colaborare cu Banca pentru Alimente.

Gestionarea deșeurilor și impacturile semnificative legate de deșeuri

Creșterea consumului și utilizarea asociată a materialelor de ambalare generează cantități tot mai mari de deșeuri. Acest lucru este valabil în special pentru ambalajele de unică folosință. Mai presus de toate, deșeurile de plastic din natură și din ape reprezintă o problemă globală, pentru care trebuie găsite soluții. Aceasta nu include doar deșeurile vizibile, ci și microplasticele, care sunt conținute în multe produse sau sunt generate de granulara materialului plastic. Chiar și eliminarea deșeurilor la gropile de gunoi poate duce la pătrunderea deșeurilor în mediu sau la generarea de metan în gropile de gunoi.

Deșeurile generate de Lidl România sunt valorificate în conformitate cu cerințele legale. În același timp, colaborăm cu furnizorii noștri pentru a reduce cantitatea de ambalaje de unică folosință și de deșeuri de ambalaje generale. Oricâte eforturi am depune în gestionarea

proceselor interne, evitarea completă a generării deșeurilor (de exemplu, cutii de carton, folie stretch, lemn etc.) nu este posibilă, astfel că acestea sunt trimise către reciclare

Obiectivele naționale de reciclare și valorificare, respectiv reciclare a deșeurilor de ambalaje din 2024 au fost următoarele:

- obiectiv global de valorificare – 65%;
- obiectiv global de reciclare – 60%;
- obiectiv de reciclare hârtie-carton – 70%;
- obiectiv de reciclare materiale plastice – 40%;
- obiectiv de reciclare sticlă – 65%;
- obiectiv de reciclare metale feroase – 65%;
- obiectiv de reciclare aluminiu – 40%;
- obiectiv de reciclare lemn – 20%.

Obiectivele de mai sus au fost atinse și îndeplinite de către Lidl România, în calitate de producător, prin intermediul organizațiilor care implementează obligațiile privind răspunderea extinsă a producătorului în ceea ce privește reciclarea și valorificarea deșeurilor de ambalaje și cu care are contracte încheiate și în vigoare. 72% dintre materialele valorificabile (inclusiv menajere) au fost reciclate.

De asemenea, la obiectivele de mai sus se adaugă următoarele obiective minime anuale de returnare a ambalajelor din Sistemul Garanție-Returnare (SGR), pe care Lidl (în calitate de Producător), prin intermediul RetuRO (administratorul SGR), a fost obligat să le realizeze în anul 2024: 65% sticlă, 65% plastic, 65% metal. Având în vedere că RetuRO nu a reușit să își îndeplinească obiectivele stabilite pentru anul 2024, tariful pentru 2025 a fost majorat, pentru a acoperi penalitățile impuse de Administrația Fondului pentru Mediu.

Cantități de deșeuri generate de operațiunile proprii, în funcție de tipul de material (în tone)

	Material	Destinația finală	2023	2024
	HCC (hârtie, cutii de carton, carton)	Reciclare	51.475	56.124
		Fermentare	12.211	19.152
	Deșeuri organice	Incinerare	5.223	1.592
		Reciclare	-	6.040
	PET	Reciclare ⁶³	197	21.996
	Plastic	Plastic reciclabil	3.021	3.794
	Lemn	Reciclare	5.590	5.751
	Textile	Incinerare	2	0
	Sticlă	Reciclare	508	24.980
	Metal	Reciclare	433	3.998
	Deșeuri menajere	Transfer la groapa de gunoi	23.933	27.502
	Alte deșeuri valorificabile nepericuloase	Incinerare	11	0,2
		Reciclare	149	167,6
	Total deșeuri valorificabile nepericuloase	Reciclare	61.374	122.850
		Incinerare	5.237	1.592
	Alte deșeuri valorificabile periculoase	Incinerare	34	2,4
		Reciclare	41	65,5

⁶³ Metodologia de calcul a Lidl presupune comasarea cantităților de deșeuri organice reciclabile cu deșeurile organice reutilizabile.

Material	Destinația finală	2023	2024
Total	Total deșeuri	102.830	171.164
	Reciclare	61.415	122.916
	Incinerare	5.271	1.594
	Fermentare	12.211	19.152
	Transfer la groapa de gunoi	23.933	27.502

Volumul total de deșeuri a crescut față de perioada anterioară de raportare ca urmare a implementării Sistemului Garanție-Returnare (SGR). Astfel, odată cu volumele de ambalaje SGR predate de clienții noștri au crescut și volumele de ambalaje non-SGR (PET, sticlă, aluminiu).

Pentru o mai bună colectare a ambalajelor returnabile, în anul 2024 am suplimentat numărul de RVM-uri (automate de preluare a ambalajelor care fac parte din Sitemul de Garantie Returnare - SGR) din 102 magazine.

Totodată, pentru a extinde capacitatea de colectare, am suplimentat numărul de containere din o parte dintre magazinele dotate cu aparate de colectare a deșeurilor de tip StandAlone (amplasate în afara magazinelor), precum și din unele dintre magazinele noastre cu activitate sezonieră intensă.

De asemenea, toate containerele existente au fost echipate cu sisteme de aer condiționat.

Din punctul de vedere al provocărilor aparute în perioada de raportare, menționăm că volumele colectate au fost considerabil mai mari decât cele planificate. În acest sens, am colaborat îndeaproape cu RetuRO pentru gestionarea fluxului și asigurarea colectării ambalajelor pentru toți clienții.

Pentru a rezolva rapid situațiile reclamate de clienții noștri, departamentul de Achiziții – Procese și Organizare procese discută intern și identifică soluții pentru toate situațiile în interacțiunea acestora cu aparatele RVM. Lucrăm permanent împreună cu colegii de la RetuRO pentru verificarea modificării datelor articolelor, astfel încât în sistem să fie actualizate toate detaliile (de exemplu, dacă codul EAN este corect, greutatea ambalajelor, forma acestora etc.).

Atunci când luăm măsuri pentru reducerea cantității de plastic din ambalaje, avem în vedere și modificarea formei ambalajului astfel încât să fie facilă returnarea acestuia la RVM-uri.

În acest sens, facem monitorizări regulate pentru ambalajele marcă proprie atât în magazine, cât și în depozite. Atunci când sunt identificate diferențe, acestea sunt discutate fie în cadrul echipei extinse la nivel internațional, fie cu furnizorii, pentru a interveni rapid și a putea

facilita returnarea ambalajelor.

Pentru anul 2025 ne propunem să instalăm alte 5 aparate de colectare performante de tip vrac, ajungând astfel la un total de 6 astfel de unități de colectare automatizate pentru ambalajele reciclabile. Vom contribui implicit și la reducerea emisiilor provenite din transportul deșeurilor, prin instalarea de prese în unele dintre depozitele noastre regionale, care vor contribui la reducerea semnificativă a numărului de camioane folosite de RetuRO pentru ridicarea ambalajelor.

În perioada de raportare au crescut și cantitățile de deșeu organic, odată cu deschiderea de noi magazine, dar și datorită unui management mai bun al deșeurilor (în trecut, unele deșeuri organice ajungeau în deșeu menajer). Având în vedere procesul de expansiune prin care trecem, cantitatea de deșeu menajer a crescut în anul financiar 2024, însă a scăzut ca procent din totalitatea deșeurilor generate. În acest sens, colegii noștri analizează permanent situația acestor cantități și identifică măsuri de optimizare și îmbunătățire. În fiecare lună, colegii noștri fac analize și oferă feedback privind cantitățile de deșeuri menajere generate, concomitent cu propuneri de măsuri de îmbunătățire.

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:

- 137 de tone echivalent CO₂ evitate⁶⁴ în comparație cu sistemul de management de schimb de paleți prin colaborarea cu LPR50;
- 3.906 tone echivalent CO₂ evitate⁶⁵ datorită folosirii paleților reutilizabili CHEP.

Suplimentar, sunt utilizați paleți HHP (DD) de la partenerul PreTurn.



⁶⁴ Sursa: certificatul privind amprenta de carbon eliberat 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).

⁶⁵ Sursa: certificatul privind amprenta de carbon eliberat de CHEP. Metodologia de calcul este conformă cu ISO14044 și analizează ciclul de viață al paleților CHEP versus paletul alb echivalent.



Risipa alimentară

Conform celor mai recente date⁶⁶ ale Comisiei Europene, peste jumătate din cantitatea de alimente care se risipesc provine din activitățile de procesare primară (10%), producția de alimente (aproximativ 18%), comerț și distribuție (aproximativ 8%), respectiv restaurante și unități de alimentație publică (aproximativ 12%). De altfel, Comisia Europeană a și deschis un „ghișeu unic”⁶⁷ dedicat părților interesate active în domeniul prevenirii și reducerii pierderilor și risipei alimentare.

În comerț și distribuție, risipa apare deoarece alimentele perisabile sunt sortate și eliminate după închiderea magazinelor sau pentru că valabilitatea⁶⁸ acestora a expirat. De asemenea, diferența dintre data-limită de consum și data de expirare nu este întotdeauna ușor de înțeles pentru consumatori, ceea ce înseamnă că unele dintre alimentele care sunt încă comestibile ajung la gunoi. Acesta este motivul pentru care luăm numeroase măsuri pentru a reduce pierderile.

Companiile Grupului Schwarz urmăresc împreună obiectivul de a reduce risipa de alimente cu 50% până în 2030. Există un schimb strâns între companiile Grupului Schwarz pe această temă, pentru a dezvolta în comun măsuri și obiective strategice globale. În prezent, lucrăm la o colectare îmbunătățită a indicatorilor, pentru a măsura și a prezenta cu mai multă precizie progresele înregistrate în ceea ce privește problema risipei alimentare.

Pentru a combate risipa alimentară și pentru a preveni, pe cât posibil, aruncarea alimentelor cu termen de valabilitate limitat, Lidl România și-a stabilit obiectivul de a-și reduce risipa alimentară în cadrul propriilor operațiuni cu 15% până în 2030. Prin urmare, în Lidl România folosim un sistem de planificare bazat pe cerere, avem un lanț de aprovizionare eficient, cu rute scurte de transport, care ține cont de respectarea integrală a lanțurilor frigorifice, monitorizarea stocurilor și reducerile de prețuri. În același timp, dorim, de asemenea, să îi ajutăm pe clienții noștri să valorizeze

alimentele și, prin urmare, să reducă deșeurile din locuințele proprii.

În ciuda planificării cantitative anticipate, produsele alimentare trebuie să fie amortizate în diviziile de vânzare cu amănuntul. În conformitate cu reglementările aplicabile, Lidl România transmite produsele care sunt încă comestibile, dar nu mai sunt potrivite pentru vânzare, organizațiilor nonprofit care distribuie produsele alimentare celor care au nevoie.

La Lidl România, de risipa alimentară este responsabil departamentul de Gestiune Stocuri, în colaborare cu departamentul de Achiziții Marfă.

Două dintre provocările cu care ne confruntăm în România sunt:

1. infrastructura deficitară pentru colectarea și distribuția alimentelor: zonele rurale sau orașele mici nu au centre logistice pentru preluarea alimentelor din supermarketuri, piețe sau restaurante, respectiv
2. consumerism excesiv

Pentru a contribui activ la reducerea risipei alimentare și a ajuta grupurile vulnerabile din țară, Lidl România a sprijinit înființarea primei rețele de bănci pentru alimente din România, care funcționează după modelul Federației Europene a Băncilor pentru Alimente (FEBA).

Banco pentru alimente



⁶⁶ Sursa: Eurostat, Risipa alimentară și prevenirea risipei alimentare în funcție de codul CAEN, statele membre UE, https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/env_wasfw__custom_12951734/bookmark/table?lang=en&bookmarkId=26d7f4d0-e780-4ee4-8a0d-17e5943acb91

⁶⁷ Sursa: website-ul Comisiei Europene, hubul de prevenire a pierderilor alimentare și a producerii de deșeuri, https://ec.europa.eu/food/safety/food_waste/eu-food-loss-waste-prevention-hub/

⁶⁸ Etichetarea datei de consum a alimentelor este o preocupare la nivelul Uniunii Europene, care a dezvoltat inițiativa Safe2Eat. Vezi mai multe pe platforma dedicată: <https://www.efsa.europa.eu/ro/safe2eat/food-date-labelling>

În prezent, la nivel național activează o rețea compusă din 9 bănci regionale pentru alimente (București, Cluj, Roman, Brașov, Oradea, Timișoara, Constanța, Craiova și Galați), acestea formând o infrastructură eficientă la nivel național, cu acțiune imediată în problema risipei alimentare și cu impact social, economic și de mediu.

În calitate de partener fondator, ne-am asumat susținerea financiară pentru costurile de înființare ale fiecărei bănci regionale și o parte din costurile de funcționare, dar și să contribuim la dezvoltarea infrastructurii pentru această rețea.



Cantitatea de produse alimentare redistribuite (tone)

380 **239**

2023

2024

Cantitatea de produse nealimentare redistribuite (tone)

225 **165**

2023

2024

Cantitatea de hrană pentru animale redistribuită (tone)

542 **367**

2023

2024

În anul 2024 au fost continuate inițiativele de combatere a risipei alimentare prin vânzarea la preț promoțional a articolelor care se apropie de expirarea termenului de valabilitate. Reducerile sunt aplicate tuturor categoriilor de produse alimentare, în funcție de termenul de valabilitate și în funcție de deciziile comerciale propuse de departamentul Achiziții Marfă, Vânzări.

Practicăm reduceri de preț de 25% până la 50% pentru o serie de produse (de exemplu, 50% reducere pentru carne proaspătă și alte produse refrigerate).

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.	Diligența corporativă (pag. 8) https://corporate.lidl.ro/despre-lidl/principiilecompaniei Relații de afaceri și integritate (pag. 22) Muncă și drepturile omului (pag. 12) https://www.lidl.ro/l/ro/cataloge/politica-de-achizitiidrepturile-omului-pe-lantul-de-aprovizionare/view/flyer/page/1 Remunerare echitabilă (pag. 17)
	Principiul 2	Companiile private trebuie să se asigure că nu sunt complice la abuzurile împotriva drepturilor omului.	idem
	Principiul 3	Companiile private trebuie să respecte libertatea de asociere și să recunoască dreptul la negocierile colective.	Codul de conduită https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/codul-de-conduita
Muncă	Principiul 4	Companiile private trebuie să elimine munca forțată și obligatorie sub orice formă.	Diligența corporativă (pag. 8) Relații de afaceri și integritate (pag. 22) Muncă și drepturile omului (pag. 12) 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.	Diligența corporativă (pag. 8) 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. 19) https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/bine-pentru-oameni/comportament-corect/principiile-de-capacitare-a-femeilor-women-s-empowerment-principles-weps Remunerare echitabilă (pag. 17)

Principiile Pactului global al ONU			Pagina din document
Mediu	Principiul 7	Companiile private trebuie să sprijine o abordare precaută a problemelor legate de mediul înconjurător.	1,5 grade Celsius (pag. 38) https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/bine-pentru-planeta/Ecosisteme (pag. 46)
	Principiul 8	Companiile private trebuie să lanseze inițiative pentru a promova o mai mare responsabilitate față de mediu.	Afilieri (pag. 8) Strategia de sustenabilitate (pag. 9) 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 nepoluante.	1,5 grade (pag. 38) 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.	Relații de afaceri și integritate (pag. 22)



Anexa 2 – Tabel de conținut GRI

Lidl România – Raport de sustenabilitate 2024

Standardul GRI	Expunerea	Pagina, linkul URL sau alte surse	Omisiune			Obiectivul de Dezvoltare Durabilă (ODD) ODD1-ODD17
			Expunerea omisă	Motivul omisiunii	Explicație	
GRI 1: Fundament 2021						
EXPUNERI GENERALE						
GRI 2: Expuneri generale 2021	2-1 Informații despre companie	pag. 4				
GRI 2: Expuneri generale 2021	2-2 Entitățile incluse în procesul de raportare de sustenabilitate	pag. 4				
GRI 2: Expuneri generale 2021	2-3 Perioada de raportare, frecvența cu care se raportează, adresa de contact	pag. 4, 11 Pot exista variații semnificative privind modul în care calculăm numărul de produse din ofertele speciale. Acesta se datorează schimbării strategiei privind achizițiile de la furnizorii din România.				
GRI 2: Expuneri generale 2021	2-4 Erate sau reformulări	A se vedea explicațiile de mai sus (GRI2-3), respectiv mai jos (GRI2-6).				
GRI 2: Expuneri generale 2021	2-5 Verificare externă	Un număr de indicatori-cheie incluși în acest raport au fost deja auditați extern, în cadrul procesului de audit limitat al raportului anual elaborat de companiile Grupului Schwarz. Detalii despre indicatorii de performanță auditați sunt disponibile în Raportul de sustenabilitate elaborat în comun de către companiile Grupului Schwarz (https://gruppe.schwarz/en/how-we-act#Sustainability%20Report) Raportul de verificare externă pentru indicatorii auditați local este disponibil pe https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/rapoarte-csr				
GRI 2: Expuneri generale 2021	2-6 Activități, lanțul de valoare și alte relații de afaceri	pag. 5 Atunci când au fost înregistrate variații semnificative privind modul în care calculăm diferiți indicatori (de exemplu, produsele de la furnizori locali sau produsele certificate), am inclus precizări direct în raport.				

Standardul GRI	Expunerea	Pagina, linkul URL sau alte surse	Omisiune			Obiectivul de Dezvoltare Durabilă (ODD) ODD1-ODD17
			Expunerea omisă	Motivul omisiunii	Explicație	
GRI 2: Expuneri generale 2021	2-7 Angajați	pag. 13				Ținta 1.1, Ținta 1.2, Ținta 5.1, Ținta 5.4, Ținta 5.5, Ținta 8.5, Ținta 10.3
GRI 2: Expuneri generale 2021	2-8 Lucrători care nu sunt angajați	pag. 14				Ținta 1.1, Ținta 1.2, Ținta 5.1, Ținta 5.4, Ținta 5.5, Ținta 8.5, Ținta 10.3
GRI 2: Expuneri generale 2021	2-9 Structura de conducere și componența celui mai înalt for de conducere	pag. 6				Ținta 5.1, Ținta 5.5, Ținta 5.C, Ținta 10.3
GRI 2: Expuneri generale 2021	2-10 Numirea în funcție și selecția celor care compun cel mai înalt for de conducere	pag. 6				Ținta 5.1, Ținta 5.5, Ținta 5.C, Ținta 10.3, Ținta 16.5
GRI 2: Expuneri generale 2021	2-11 Președinția celui mai înalt for de conducere	pag. 6				
GRI 2: Expuneri generale 2021	2-12 Rolul celui mai înalt for de conducere în supravegherea gestionării impacturilor	pag. 7				Ținta 5.5, Ținta 16.5
GRI 2: Expuneri generale 2021	2-13 Delegarea responsabilității pentru gestionarea impacturilor	pag. 7				
GRI 2: Expuneri generale 2021	2-14 Rolul celui mai înalt for de conducere în procesul de raportare de sustenabilitate	pag. 7				Ținta 8.3
GRI 2: Expuneri generale 2021	2-15 Conflictul de interese	pag. 6, 22				Ținta 16.5
GRI 2: Expuneri generale 2021	2-16 Informarea celui mai înalt for de conducere cu privire la aspectele critice	pag. 6, 22-23				
GRI 2: Expuneri generale 2021	2-17 Competența colectivă a celui mai înalt for de conducere	pag. 26-27				Ținta 5.5, Ținta 8.3, Ținta 16.5
GRI 2: Expuneri generale 2021	2-18 Evaluarea performanței celui mai înalt for de conducere	pag. 6				Ținta 5.5, Ținta 8.3

Standardul GRI	Expunerea	Pagina, linkul URL sau alte surse	Omisiune			Obiectivul de Dezvoltare Durabilă (ODD) ODD1-ODD17
			Expunerea omisă	Motivul omisiunii	Explicație	
GRI 2: Expuneri generale 2021	2-19 Politici de remunerare	pag. 6	GRI2-19 b	Informație confidențială	Politica de remunerare descrisă nu se aplică membrilor boardului. Publicarea unor astfel de informații ar periclita avantajul nostru competitiv.	Ținta 5.1, Ținta 5.5, Ținta 5.C
GRI 2: Expuneri generale 2021	2-20 Procese pentru stabilirea remunerației	pag. 17-18				Ținta 5.1, Ținta 5.5
GRI 2: Expuneri generale 2021	2-21 Rata anuală a remunerației totale	-	GRI2-21	Informație confidențială	Informații cu caracter confidențial prin a căror publicare ne-am putea periclita avantajul competitiv pe care îl avem prin oferta noastră salarială.	Ținta 5.1, Ținta 5.5
GRI 2: Expuneri generale 2021	2-22 Declarație privind strategia de dezvoltare durabilă	pag. 2				ODD1-ODD17
GRI 2: Expuneri generale 2021	2-23 Angajamente la nivel de politici	pag. 7-8				Ținta 17.14
GRI 2: Expuneri generale 2021	2-24 Integrarea angajamentelor la nivel de politici	Modul în care integrăm angajamentele și politicile noastre privind comportamentul responsabil în afaceri este explicat atât pe parcursul întregului document, cât și la domeniul Relații de afaceri și integritate, de la pag. 22.				Ținta 17.14
GRI 2: Expuneri generale 2021	2-25 Procese pentru remedierea impacturilor negative	pag. 8				
GRI 2: Expuneri generale 2021	2-26 Mecanisme pentru solicitarea de îndrumare și petiționare	pag. 22. În plus, fiecare domeniu material include informații privind modul în care asigurăm identificarea, prevenirea, iar, atunci când este cazul, remedierea impacturilor negative.				
GRI 2: Expuneri generale 2021	2-27 Conformitate legislativă	pag. 22-23	GRI2-27 a, GRI 2-27 b	Informație confidențială	Din motive legate de confidențialitate, nu pot fi furnizate detalii.	Ținta 16.5
GRI 2: Expuneri generale 2021	2-28 Afilieri, participarea în asociații	pag. 8				Ținta 17.6, Ținta 17.14
GRI 2: Expuneri generale 2021	2-29 Abordarea privind dialogul cu stakeholderii	pag. 9, 28-29				Ținta 12.8, Ținta 13.3. Ținta 17.6, Ținta 17.14

Standardul GRI	Expunerea	Pagina, linkul URL sau alte surse	Omisiune			Obiectivul de Dezvoltare Durabilă (ODD) ODD1-ODD17
			Expunerea omisă	Motivul omisiunii	Explicație	
GRI 2: Expuneri generale 2021	2-30 Acorduri și negocieri colective	Procentul angajaților care fac obiectul negocierilor colective este 0.				Ținta 5.5, Ținta 8.8, Ținta 10.4

EXPUNERI SPECIFICE DOMENIILOR MATERIALE

GRI 3: Domenii materiale 2021	3-1 Procesul pentru identificarea domeniilor materiale	pag. 9-10				
	3-2 Lista de domenii materiale	pag. 9-10				

Comportamentul corect

Muncă și drepturile omului

ODD5, ODD8

GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material	pag. 12-16				
GRI 401: Muncă 2016	401-1 Angajați noi și fluctuația angajaților	pag. 19-20				Ținta 5.4, Ținta 8.8
GRI 401: Muncă 2016	401-3 Concediu parental	pag. 14-15				
GRI 414: Evaluarea furnizorilor pe criterii sociale 2016	414-2 Impacturi sociale negative în lanțul de aprovizionare și măsurile luate	pag. 16	GRI 414-2 a, b, d și e	Informații indisponibile	Nu au avut loc audituri sociale în lanțul de aprovizionare la nivel local. Auditurile sociale sunt realizate la nivel internațional.	Ținta 8.7, Ținta 8.8

Standardul GRI	Expunerea	Pagina, linkul URL sau alte surse	Omisiune			Obiectivul de Dezvoltare Durabilă (ODD) ODD1-ODD17
			Expunerea omisă	Motivul omisiunii	Explicație	

Remunerare echitabilă

GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material	pag. 17-19				
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	pag. 17				Ținta 1.1, Ținta 1.2, Ținta 5.1, Ținta 5.5, Ținta 8.5, Ținta 10.3, Ținta 10.4
GRI 405: Remunerare echitabilă 2016	405-2 Raportul dintre salariul de bază și remunerația femeilor față de bărbați pentru fiecare categorie de angajați	pag. 18				Ținta 1.1, Ținta 1.2, Ținta 5.1, Ținta 5.5, Ținta 8.5, Ținta 10.3, Ținta 10.4
	Non-GRI: Disparitate salarială între femei și bărbați	pag. 18				Ținta 1.1, Ținta 1.2, Ținta 5.1, Ținta 5.5, Ținta 8.5, Ținta 10.3, Ținta 10.4
	Non-GRI: Disparitate de bonificații între femei și bărbați	pag. 18				Ținta 1.1, Ținta 1.2, Ținta 5.1, Ținta 5.5, Ținta 8.5, Ținta 10.3, Ținta 10.4

Diversitate și incluziune

GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material	pag. 19-21				
GRI 405: Diversitate și șanse egale 2016	405-1 Diversitatea la nivelul structurilor de conducere și a angajaților	pag. 21				Ținta 5.1, Ținta 5.5, Ținta 5.C, Ținta 10.3
GRI 406: Practici nediscriminatorii 2016	406-1 Incidente de discriminare și acțiuni corective întreprinse	pag. 19				Ținta 5.1, Ținta 5.5, Ținta 5.C, Ținta 10.3

Standardul GRI	Expunerea	Pagina, linkul URL sau alte surse	Omisiune			Obiectivul de Dezvoltare Durabilă (ODD) ODD1-ODD17
			Expunerea omisă	Motivul omisiunii	Explicație	
Relații de afaceri și integritate						
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material	pag. 19-21				
GRI205: Anticorupție 2016	205-2 Comunicare și formare cu privire la politicile și procedurile anticorupție	pag. 22				Ținta 16.5
GRI418: Confidențialitatea datelor clienților 2016	418-1 Plângeri întemeiate privind încălcarea confidențialității datelor clienților și pierderi de date	pag. 23				
GRI 207: Taxe 2016	207-1 Abordarea noastră privind fiscalitatea	pag. 23 Toate informațiile cerute de aceste expuneri sunt incluse în raportul nostru financiar anual.				Ținta 16.4
	207-2 Guvernanță, mecanisme de control și managementul riscului					Ținta 16.4
	207-3 Consultarea stakeholderilor și gestionarea preocupărilor legate de fiscalitate					Ținta 16.4
	207-4 Raportare financiară					Ținta 1.1, Ținta 1.5, Ținta 12.2
GRI417: Marketing și etichetare 2016	417-3 Incidente de neconformitate privind comunicările de marketing	pag. 31				

Standardul GRI	Expunerea	Pagina, linkul URL sau alte surse	Omisiune			Obiectivul de Dezvoltare Durabilă (ODD) ODD1-ODD17
			Expunerea omisă	Motivul omisiunii	Explicație	
Facilitare						
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material	pag. 24-27				
GRI 404: Training și educație 2016	404-1 Media de ore de instruire pe an per angajat	pag. 25				Ținta 4.3, Ținta 4.4, Ținta 5.1, Ținta 8.3
	404-2 Programe pentru dezvoltarea abilităților angajaților și programe de sprijin	pag. 25-26				Ținta 4.3, Ținta 4.4, Ținta 5.1, Ținta 8.3, Ținta 13.3
	404-3 Procentul de angajați evaluați periodic din perspectiva performanței și a dezvoltării în carieră	pag. 26				Ținta 8.2
	Non-GRI: Inițiative de comunicare vizând informarea, sensibilizarea și promovarea comportamentelor responsabile de consum	pag. 26				Ținta 4.7, Ținta 12.8, Ținta 13.3
	Non-GRI: Programe de formare și informare a angajaților pe teme de sustenabilitate	pag. 27				Ținta 4.7, Ținta 8.3, Ținta 12.8, Ținta 13.3
Dialog și cooperare cu stakeholderii						
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material	pag. 28-29				
	Non-GRI: Cooperarea cu partenerii locali și internaționali selectați în funcție de activitatea de bază a Lidl	pag. 28-29				Ținta 12.8, Ținta 13.3, Ținta 17.6, Ținta 17.14, Ținta 17.17
	Non-GRI: Dialogul sistematic și constant cu partenerii pe teme de sustenabilitate	pag. 28-29				Ținta 12.8, Ținta 13.3, Ținta 17.6, Ținta 17.14

Standardul GRI	Expunerea	Pagina, linkul URL sau alte surse	Omisiune			Obiectivul de Dezvoltare Durabilă (ODD) ODD1-ODD17
			Expunerea omisă	Motivul omisiunii	Explicație	
Promovarea sănătății						
Alimentație conștientă						ODD2, ODD8, ODD12
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material	pag. 12-16				
GRI 416: Sănătatea și siguranța consumatorului 2016	416-1 Evaluarea impactului categoriilor de produse și servicii asupra sănătății și siguranței	pag. 32	GRI416-1 a	Informații indisponibile	Suntem în etapa dezvoltării unor sisteme de referință valide, care ne vor putea oferi informații corecte și verificabile.	Ținta 2.1, Ținta 8.4, Ținta 12.8
	416-2 Incidente de neconformitate privind impactul produselor și serviciilor asupra sănătății și siguranței	Nu ne-au fost semnalate astfel de incidente.				Ținta 2.1, Ținta 12.8
	Non-GRI: Număr de analize pentru produsele alimentare	pag. 32				Ținta 2.1, Ținta 12.8
Securitate și sănătate în muncă						ODD3, ODD8
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material	pag. 33-35				
GRI 403: Securitate și sănătate în muncă 2018	403-1 Sistem de management pentru sănătate și siguranță ocupațională	pag. 33				Ținta 3.8, Ținta 3.9, Ținta 8.8
	403-2 Identificarea și evaluarea riscului, analiza incidentelor	pag. 34				Ținta 3.8, Ținta 3.9, Ținta 8.8
	403-3 Servicii de sănătate ocupațională	pag. 33				Ținta 3.8, Ținta 3.9, Ținta 8.8
	403-4 Implicarea și consultarea angajaților, precum și comunicarea măsurilor de sănătate și siguranță în muncă	pag. 34				Ținta 3.8, Ținta 3.9, Ținta 8.8

Standardul GRI	Expunerea	Pagina, linkul URL sau alte surse	Omisiune			Obiectivul de Dezvoltare Durabilă (ODD) ODD1-ODD17
			Expunerea omisă	Motivul omisiunii	Explicație	
GRI 403: Securitate și sănătate în muncă 2018	403-5 Pregătirea angajaților în domeniul sănătății și siguranței în muncă	pag. 34				Ținta 3.8, Ținta 3.9, Ținta 8.8
	403-6 Promovarea sănătății în rândul angajaților	pag. 33-35				Ținta 3.8, Ținta 3.9, Ținta 8.8
	403-7 Prevenirea și reducerea impacturilor privind sănătatea și siguranța în muncă legate direct de relațiile de afaceri	pag. 34, 35				Ținta 3.8, Ținta 3.9, Ținta 8.8
	403-8 Lucrătorii acoperiți de sistemul de management de sănătate și siguranță ocupațională	pag. 34				Ținta 3.8, Ținta 3.9, Ținta 8.8
	403-9 Accidente de muncă	pag. 35				Ținta 3.8, Ținta 3.9, Ținta 8.8

Produce responsabile						ODD1, ODD2, ODD12, ODD13, ODD14, ODD15
Produce responsabile	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material	pag. 28-29				
	Non-GRI: Numărul total de articole produse în mod responsabil	pag. 36-37				Ținta 12.2, Ținta 14.1, Ținta 15.A
	Non-GRI: Numărul furnizorilor din România – sortimentul permanent	pag. 37				Ținta 1.1, Ținta 1.5, Ținta 12.2
	Non-GRI: Numărul furnizorilor din România – întregul sortiment	pag. 37				Ținta 1.1, Ținta 1.5, Ținta 12.2
GRI203: Impacturi economice indirecte 2016	203-2 Impacturi economice indirecte semnificative	pag. 36-37				Ținta 12.3, Ținta 13.2
GRI 204: Practici privind achizițiile 2016	204-1 Proportia de buget alocată furnizorilor locali	pag. 37				Ținta 1.1, Ținta 1.5, Ținta 12.2

Standardul GRI	Expunerea	Pagina, linkul URL sau alte surse	Omisiune			Obiectivul de Dezvoltare Durabilă (ODD) ODD1-ODD17
			Expunerea omisă	Motivul omisiunii	Explicație	
Projarea mediului						
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. 38-45				
GRI 201: Performanță economică 2016	201-2 Consecințele financiare și alte riscuri pe care schimbările climatice le au asupra organizației	pag. 38-45 Implicațiile financiare pe care le au schimbările climatice asupra companiei sunt detaliate în declarațiile nefinanciare, secțiunea Taxonomie, disponibile la https://corporate.lidl.ro/sustenabilitate/rapoarte-csr				Ținta 13.1. Ținta 13.2
GRI 302: Energie 2016	302-1 Consumul de energie în cadrul organizației	pag. 41				Ținta 7.3, Ținta 12.2
GRI 305: Emisii 2016	305-1 Emisii directe de GES (Scope 1)	pag. 45 Amprenta de carbon (emisiile de gaze cu efect de seră calculate în funcție de domeniul de aplicare) a fost auditată extern, în cadrul procesului de audit limitat al raportului anual elaborat în comun de companiile Grupului Schwarz. Detalii despre indicatorii de performanță auditați sunt disponibile în Raportul de sustenabilitate elaborat în comun de către companiile Grupului Schwarz (https://gruppe.schwarz/en/how-we-act#Sustainability%20Report).				Ținta 13.2
	305-2 Emisii indirecte de GES derivate din energie (Scope 2)	pag. 45				Ținta 13.2
	305-3 Alte emisii indirecte de GES (Scope 3)	pag. 45				Ținta 13.2
	Non-GRI: Politici și proceduri vizând criteriile de sustenabilitate utilizate în planificarea și modernizarea clădirilor (depozite și magazine)	pag. 42-43				Ținta 7.3, Ținta 12.4, Ținta 13.2
	Non-GRI: Procentul din totalul vehiculelor din flota de transport marfă echipate cu motoare Euro, hibrid, electrice	pag. 44				Ținta 7.3, Ținta 13.2

Standardul GRI	Expunerea	Pagina, linkul URL sau alte surse	Omisiune			Obiectivul de Dezvoltare Durabilă (ODD) ODD1-ODD17
			Expunerea omisă	Motivul omisiunii	Explicație	
Ecosisteme						ODD15
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material	pag. 40-41				
GRI 304: Biodiversitate 2016	304-2 Impacturi semnificative ale activităților, produselor și serviciilor asupra biodiversității	pag. 40-41				Ținta 15.1, Ținta 15.5, Ținta 15.A
	304-3 Habitate protejate sau restaurate	pag. 40-41				Ținta 15.1, Ținta 15.A
Apă dulce						ODD2, ODD6, ODD15
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material	pag. 40-41				
GRI 303: Apă și efluenți 2018	303-1 Apa, o resursă comună	pag. 48-51				Ținta 2.4, Ținta 6.5
	303-2 Gestionarea impacturilor legate de evacuarea apei	pag. 48-51				Ținta 6.3, Ținta 15.1
	303-3 Captarea apei	pag. 51				Ținta 6.4, Ținta 6.B
Materii prime, Economie circulară						ODD12
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material	pag. 51-57				
GRI 301: Materiale 2016	301-1 Materiale utilizate la ambalarea produselor marcă proprie, în funcție de greutate sau volum	pag. 55				Ținta 12.4, Ținta 12.5
	301-2 Materiale reciclabile folosite (inputuri)	pag. 55				Ținta 12.5
	301-3 Produse recuperate și ambalajele acestora	pag. 55	GRI301-3 a.	Informație indisponibilă	Modul de calcul intern diferă de metodologia GRI.	Ținta 12.5
GRI 306: Deșeuri 2020	306-1 Deșeuri generate și impacturi semnificative legate de deșeuri	pag. 53-55				Ținta 12.2, Ținta 12.3, Ținta 12.5
	306-2 Managementul impacturilor semnificative produse de deșeuri	pag. 53-55				Ținta 12.2, Ținta 12.3, Ținta 12.5
	306-3 Deșeuri generate	pag. 55				

Guvernanță corporativă responsabilă	Comportamentul corect	Promovarea sănătății	Protejarea mediului	Respectarea biodiversității	Conservarea resurselor
-------------------------------------	-----------------------	----------------------	---------------------	-----------------------------	------------------------

Standardul GRI	Expunerea	Pagina, linkul URL sau alte surse	Omisiune			Obiectivul de Dezvoltare Durabilă (ODD) ODD1-ODD17
			Expunerea omisă	Motivul omisiunii	Explicație	

Risipa alimentară						ODD12, ODD13
GRI 3: Domenii materiale 2021	3-3 Modul în care este gestionat domeniul material	pag. 58				
GRI 203: Impacturi economice indirecte 2016	203-2 Impacturi economice indirecte semnificative	pag. 58-59				Ținta 12.3, Ținta 13.2
GRI 306: Deșeuri 2020	306-4: Deșeuri deviate de la eliminare	pag. 59				Ținta 12.2, Ținta 12.3, Ținta 12.5
	Non-GRI: Cantitatea de produse alimentare și pentru animale care nu a fost trimisă la groapa de gunoi	pag. 59				Ținta 12.2, Ținta 12.3, Ținta 12.5

Centralizarea indicatorilor asigurați extern, definiții și criterii

Indicator non-financiar selectat	Tema materială	Referință GRI	Definiție	Localizarea în raportul de sustenabilitate
Rata de întoarcere la muncă (%) femei, respectiv bărbați	Muncă și drepturile omului	GRI 401-3	Numărul de angajați întorși la muncă în anul financiar curent după concediu creștere copil în anul financiar precedent/ Numărul total de angajați care erau în concediu creștere copil în anul financiar precedent	Capitolul Comportamentul corect, pag. 15
Rata de retenție (%) femei, respectiv bărbați	Muncă și drepturile omului	GRI 401-3	Numărul angajaților întorși la muncă după concediul pentru creșterea copilului în anul financiar precedent care erau angajați activi în anul financiar curent / Numărul total de angajați întorși la muncă după concediu creștere copil în anul financiar precedent	Capitolul Comportamentul corect, pag. 15
Numarul angajatilor intorsi la munca dupa concediul pentru cresterea copilului care erau inca angajati la 12 luni de la reintoarcere – femei, respectiv bărbați	Muncă și drepturile omului	GRI 401-3	Numarul angajaților întorși la muncă după concediul pentru creșterea copilului în anul financiar precedent care erau angajați activi în anul financiar curent	Capitolul Comportamentul corect, pag. 15
Media de ore de instruire per angajat, respectiv per angajat în magazine	Facilitare	GRI 404-1	Numărul total de ore de instruire / Numărul mediu de angajați activi și inactivi* în perioada de raportare Numărul total de ore de instruire în magazine / Numărul total de angajați activi și inactivi* în magazine în perioada de raportare *Pentru a reflecta întreaga activitate și efort de formare, luăm în considerare și angajații inactivi, deoarece compania le oferă ore de formare pe parcursul anului, chiar dacă la un moment dat în cursul anului aceștia decid să părăsească compania	Capitolul Comportamentul corect, pag. 25
Numărul de ore lucrate în cursul anului	Securitate și sănătate în muncă	GRI 403-9	Numărul total de ore lucrate de angajați	Capitolul Promovarea sănătății, pag. 35



#faptepentruviitor

Raport de sustenabilitate Lidl România

Perioada de raportare: 1 martie 2024 – 28 februarie 2025



Știi că merită.