

TRAJNO DELAMO SIJAJNO!

TRAJNOSTNO POROČILO LIDLA SLOVENIJA
ZA POSLOVNI LETI 2022 IN 2023

USTVARIMO
BOLJŠI SVET

KAZALO

UVOD	3	ANEKSI	119
Naši ključni dosežki	7	Aneks 1: Močno vpeti v globalno poslovno okolje	120
Nagovor generalnega direktorja	10	Aneks 2: Sodelujemo v domačih in mednarodnih organizacijah ter pobudah	121
Zagotavljamo najboljše razmerje med kakovostjo in ceno	11	Aneks 3: Z nami že prek 2.000 Lidlovk in Lidlovcev	122
Trajnost v osrčju poslovanja	12	Aneks 4: Ohranjamo učinkovito upravljavsko strukturo	124
Naše trajnostno delovanje vodijo jasni cilji	16	Aneks 5: Z odprtim dialogom uresničujemo trajnostne cilje	125
Teme za pripravo trajnostnega poročila	22	Aneks 6: Z vključevanjem deležnikov v postopek bistvenosti do ključnih tem trajnostnega poročanja	127
BISTVENE TEME	24	Aneks 7: Pri poslovanju dosledno upoštevamo veljavno zakonodajo in notranje smernice	129
Podnebje (1,5 °C)	24	Aneks 8: Korporativna dolžnost skrbnega ravnanja	131
Surovine	34	Aneks 9: Kodeks ravnanja za poslovne partnerje	132
Krožno gospodarstvo	41	Aneks 10: O trajnostnem poročilu	133
Odpadna hrana	52	KAZALO GRI	134
Delavske in človekove pravice	61	REVIZORJEVO POROČILO	143
Plačilo	69		
Aktivno državljanstvo in lokalni razvoj	74		
Ozaveščeno prehranjevanje	86		
Varnost in zdravje pri delu	98		
Opolnomočenje	105		

KER SO SIJAJNI, NAJ BODO TUDI TRAJNI!

Ljudje ustvarjamo boljši svet. In ustvarjamo ga s srcem. Tudi v Lidlu Slovenija. Zato smo vizualni pečat tokratnega trajnostnega poročila soustvarjali zaposleni. Pred vami so spontani utrinki iz našega zakulisja, našega vsakdana in tega, kar smo.

Tudi tretje trajnostno poročilo Lidla Slovenija *Trajno delamo sijajno* prinaša celosten vsebinski prerez našega trajnostnega delovanja, kar odražata tako koncept kot umetniška smer, ki smo ju izbrali.

Kot nepogrešljiv del trajnostne preobrazbe smo tokrat želeli še posebej poudariti sodelovanje in opolnomočenje zaposlenih, zato smo za del vizualne opreme trajnostnega poročila poskrbeli kar sami.

Opremljeni s polaroidnimi fotoaparati smo ovekovečili najrazličnejše utrinke iz našega vsakdanjika v Lidlu Slovenija, med katerimi še posebej izstopajo tisti, ki so povezani s trajnostnimi aktivnostmi.

Nastalo je več kot 350 raznolikih polaroidnih fotografij, ki avtentično, osebno in spontano prikazujejo raznotere trenutke iz Lidlovega zakulisja. Trenutke, ko *trajno delamo sijajno*.





Katarina Rojc, pravo



Špela Čupeljič Perc, logistika



Matjaž Žižek, varnost in zdravje pri delu



Metka Šilar Sturm, korporativne zadeve



Soša Vidmar, CSR



Maja Smontkar, gradnja



Alen Alibašić, IT



Aljaž Nečimer, davki



Katja Petač, marketing



Klara Ranne, CSR



Damijan Marott, kontroling



Barbara Lendvaj, razvoj organizacije



Alona Robec, akcijski management



Nejc Justin, termična nabava



Samo Pergar, CSR nabava

EKIPA ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ



Galper Kozjan, objektni management



Žna Kalisnik, kadri



Maja Šibal, kadri



Anže Šimnovec, CSR nabava

ŽE 15 LET USTVARJAMO BOLJŠI SVET



2007

PRVIH 15 LIDLOVIH TRGOVIN V SLOVENIJI

2011

1.000 ZAPOSLENIH

2012

UVEDBA PROMOCIJE ZDRAVJA
 MASKOTA ZDRAVKO LIDL

2013

TRAJNOSTNA POBUDA USTVARIMO BOLJŠI SVET
 PRVA DONACIJA DELUXE

2015

PRVA LIDLOVA TRGOVINA S TRAJNOSTNO ZASNOVANO GRADNJO IN OPREMO
 PRVA SEZONA PROJEKTA HRANA NI ZA TJAVENDAN

2014

OSNOVNI CERTIFIKAT DRUŽINI PRIJAZNO PODJETJE
 SISTEM UPRAVLJANJA SKLADNOSTI POSLOVANJA (CMS)

2016

ZAČETEK SPONZORSTVA ZVEZE ZA ŠPORT INVALIDOV SLOVENIJE - PARALIMPIJSKEGA KOMITEJA
 PRVI NATEČAJ LOJTR'CE DOMAČIH
 PRVA SONČNA ELEKTRARNA
 ZAVEZA ZA CERTIFICIRANJE KLJUČNIH SUROVIN (JAJCA, KAKAV, KAVA, ČAJ, PALMINO OLJE, CELULOZA)

2017

POLNI CERTIFIKAT DRUŽINI PRIJAZNO PODJETJE
 ZAVEZA ZA ZMANJŠANJE VSEBNOSTI SOLI IN SLADKORJA
 LIDL SLOVENIJA JE PRVIČ TOP EMPLOYER SLOVENIJA IN TOP EMPLOYER EUROPE

UMIK JAJC IZ BATERIJSKE REJE (PRVI TRGOVEC V SLOVENIJI)
 PROJEKT DONIRANA HRANA
 UVEDBA TALENT MANAGEMENTA

2018

NOVA LASTNA BLAGOVNA ZNAMKA NAŠE NAM PAŠE
 STRATEGIJA RESET PLASTIC
 UMIK PLAČLJIVIH PLASTIČNIH VREČK IN IZDELKOV ZA ENKRATNO UPORABO (PRVI TRGOVEC V SLOVENIJI)
 UVEDBA PRILAGODLJIVIH DELOVNIH MODELOV ZA LAŽJE USKLAJEVANJE POKLICNEGA IN ZASEBNEGA ŽIVLJENJA (HOME OFFICE)

2019



**NAKUP PRVIH ODDELČNIH
ELEKTRIČNIH VOZIL**



**LEED GOLD CERTIFIKAT
ZA TRAJNOSTNO GRADNJO
LOGISTIČNEGA CENTRA
ARJA VAS (PRVI V SLOVENIJI)**



**PRIDRUŽITEV POBUDI
SCIENCE BASED TARGETS
V OKVIRU PODJETIJ
SKUPINE SCHWARZ**



**ZDRAVKO LIDL
PRIPOROČA**



**CERTIFIKAT
ISO 50001**



**NACIONALNA
TRAJNOSTNA
STRATEGIJA
LIDLA SLOVENIJA**



**ZAVEZA ZA
OZAVEŠČENO
PREHRANJEVANJE**



**UMIK PIROTEHNIKE
(PRVI TRGOVEC V SLOVENIJI)**



**UMIK PLASTIČNIH IZDELKOV
ZA ENKRATNO UPORABO**



**SISTEMSKO IZBOLJŠEVANJE
RECEPTUR IZDELKOV LASTNIH
BLAGOVNIH ZNAMK
(NPR. IZOGIBANJE UPORABI
BARVIL IN UMETNIH AROM)**

2020

2021

2022

2023

20



**OBJAVA PRVEGA
TRAJNOSTNEGA POROČILA**



**AVTOMATIZIRANO CENTRALNO
NAROČANJE V TRGOVINE IZ
LOGISTIČNEGA CENTRA ARJA VAS**



**SKUPNI TRAJNOSTNA
IN PODNEBNA STRATEGIJA
PODJETIJ SKUPINE SCHWARZ**



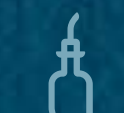
**PROJEKT PREDOBRO ZA SMETI
(DALJŠA PRODAJA POSAMEZNIH IZDELKOV
OB UPOŠTEVANJU ROKA UPORABE)**



**PREKLOP LASTNIH
NEPREMIČNIN
NA 100-ODSTOTNO
ZELENO ELEKTRIKO**



**RAZŠIRITEV PRILAGODLJIVIH
DELOVNIH MODELOV
IN UVEDBA LIDLOVE 36-KE**



**POSTAVITEV PRVIH
ZABOJNIKOV ZA ZBIRANJE
ODPADNEGA OLJA**



**CERTIFIKAT
GREEN STAR**



**NOVA STRATEGIJA
DOBREGA POČUTJA
DOBER LAJF**



**PRVA NACIONALNA
PODNEBNA STRATEGIJA
LIDLA SLOVENIJA**



**PRVI DAN
Z DOBAVITELJI**



**ELEKTRONSKI
CENOVNI IZKAZI
V TRGOVINAH**



**NA POBUDO LIDLA SLOVENIJA
IN PARTNERJEV RAZGLASITEV
24. APRILA ZA SLOVENSKI DAN
BREZ ZAVRŽENE HRANE**



**AKCIJA ZBIRANJA PLASTENK ZA
JUNAKE 3. NADSTROPJA IN JAVNA
PODPORA VZPOSTAVITVI KAVCIJSKEGA
SISTEMA V SLOVENIJI**



**LASTNA BLAGOVNA ZNAMKA
NAŠE NAM PAŠE PREMIUM**



**SMERNICE ZA
OGLAŠEVANJE IZDELKOV,
NAMENJENIH OTROKOM**



**TRAJNOSTNA
INICIATIVA YOU**



**TRAJNOSTNA
NABAVNA
POLITIKA**

NAŠI KLJUČNI DOSEŽKI

ZELENA ENERGIJA

1. marca 2022 smo vse lastne nepremičnine priklopili na zeleno električno energijo in s tem zmanjšali ogljični odtis pri poslovanju za 76,8 %. Tako smo odločno stopili na pot udejanjanja ciljev podnebne strategije Lidla Slovenija.

Gašper Kozjan,
strokovni sodelavec
na področju
objektnega
managementa



DOBER LAJF

V Lidlu živimo Dober lajf! Tako smo poimenovali našo novo strategijo za spodbujanje zdravja, zadovoljstva in dobrega počutja zaposlenih, ki smo jo lansirali spomladi 2023 in bo naša smer razvoja na področju »well-beinga« tudi v prihodnjih letih.

Živa Kališnik,
strokovna sodelavka za zavzetost
in dobro počutje zaposlenih



SLOVENSKI DAN BREZ ZAVRŽENE HRANE

Ponosni smo, da je na pobudo Lidla Slovenija in partnerjev Vlada Republike Slovenije 24. april razglasila za slovenski dan brez zavržene hrane. To je pomemben korak pri ozaveščanju široke javnosti o problematiki presežkov hrane in spodbujanju spreminjanja potrošniških navad.

Metka Šilar Šturm,
vodja področja
Korporativne zadeve



POBUDA YOU

Jeseni 2023 smo zagnali novo trajnostno pobudo YOU, ki povezuje okrog 375.000 zaposlenih v Lidlu po vsem svetu. S sistematičnim informiranjem in usposabljanjem Lidlovk in Lidlovcev našo trajnostno strategijo in širše področje trajnosti še močnejše vpletamo v kulturo podjetja in naš delovni vsakdan.

Saša Vidmar,
svetovalka za
družbeno odgovornost
in trajnostni razvoj



PODNEBNI CILJI DOBAVITELJEV

V poslovnih letih 2022 in 2023 se je pet slovenskih dobaviteljev na našo pobudo odločilo, da si bodo postavili podnebne cilje v skladu z iniciativo SBTi. Ta podjetjem pomaga z izračuni na znanstveni podlagi ter postavljene podnebne cilje tudi verificira. S tem podpiramo prizadevanja podjetij Skupine Schwarz za zmanjšanje izpustov obsega 3 in prispevamo k doseganju ciljev pariškega sporazuma.

Samo Pergar,
vodja oddelka
za družbeno
odgovornost
v nabavi



JUNAKI 3. NADSTROPJA

V humanitarni zbiralni akciji za Junake 3. nadstropja smo v poslovnem letu 2023 v treh Lidlovih trgovinah zbrali več kot 18 ton oziroma skoraj 622.000 plastenk. S tem smo pokazali, da smo Slovenke in Slovenci dobrodelno naravnani in pripravljeni zbirati odpadno embalažo ter tako prispevati k zmanjševanju onesnaževanja okolja in recikliranju embalaže. V letu 2022 smo tudi javno podprli prizadevanja za uvedbo kavcijskega sistema v Sloveniji.

Maja Ravnak,
vodja oddelka Centralna
in procesno-tehnična logistika



PRIJAZNO DO PIŠČANCEV

V poslovnem letu 2023 smo kupcem predstavili novo linijo izdelkov iz mesa piščancev, ki so bili vzrejeni tako, kot so to včasih delali na kmetijah. Zaradi pogojev reje, ki omogočajo več prostora, izhod piščancev na prosto, možnost gibanja na svežem zraku, več dnevne svetlobe in visokokakovostno krmo, imamo na prodajnih policah meso, ki je bolj čvrsto, sočno in okusno. Kupci izdelke iz nove linije prepoznajo po zeleni embalaži z oznako Premium in napisom Prijazno do piščancev.

Leo Oberžan,
odgovorni nabavnik za mesne izdelke



NAPREDEK LAHKO DOSEŽEMO LE Z ZAVEZANOSTJO TRAJNOSTI

V preteklih letih smo se znašli v različnih naravnih in družbenih okoliščinah, ki so zaznamovale naša življenja, obenem pa so od gospodarstva terjale preišljene odzive in sposobnost prilagajanja poslovanja. Zaostrene geopolitične in makroekonomske razmere so močno ohromile mnoge globalne dobavne verige, ki so bile primorane v prilagoditev na novo realnost. Priča smo bili dvigu cen hrane in življenjskih stroškov. Vse pogostejše naravne katastrofe nepojemljivih razsežnosti, ki so prizadele tudi Slovenijo, so nas vedno znova opominjale, da brezbrizen odnos do planeta in njegovih dragocenih naravnih virov terja svoj dolg.

Trajnost ni več alternativa, temveč nujnost. Gospodarski in družbeni napredek lahko dosežemo le v spregi s popolno zavezanostjo trajnosti, pri čemer mednarodna podjetja s prepoznavnim ekonomskim vplivom na ustvarjanje dodane vrednosti v lokalnem okolju, prav zaradi tega vpliva, nosimo veliko odgovornost pri spodbujanju trajnostnega razvoja. Center poslovne odličnosti Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani je v študiji, ki jo je opravil, prepoznal vlogo Lidla Slovenija

kot spodbujevalca rasti in razvoja slovenskega gospodarstva. Snovalci študije so ugotovili, da vsak evro, ki ga v Lidlu Slovenija namenimo dobaviteljem, skozi celotno dobavno verigo slovenskega gospodarstva ustvari skoraj 80 centov nove dodane vrednosti, obenem pa z dejavnostjo poleg svojih zaposlenih dodatno podpiramo še približno 4.000 delovnih mest.

V Lidlu Slovenija se odgovornosti za ustvarjanje boljšega sveta zavedamo že vse od vstopa na slovenski trg, kar je skladno z ambicioznimi trajnostnimi prizadevanji podjetij Skupine Schwarz. Nemalokrat pionirske trajnostne poteze, po katerih se zgledujejo tudi druga podjetja, smo v preteklih dveh letih z zavzetostjo in predanostjo Lidlovc in Lidlovcov pospešeno razvijali naprej. Ponosen sem, da smo kljub zahtevnim razmeram v obdobju, ki ga predstavljamo v trajnostnem poročilu, oblikovali smelo nacionalno podnebno strategijo, ki je naše vodilo pri ukrepih za omejevanje izpustov toplogrednih plinov, in v tem duhu vse lastne nepremičnine prekopili na 100-odstotno zeleno elektriko. Prizadevamo si, da bi za trajnostni prehod opolnomočili naše dobavitelje, zato smo jih podprli tudi z organizacijo Dneva dobaviteljev in Lidlovo Podnebno akademijo.

Odmevala so naša prizadevanja na področju zmanjševanja količin odpadne hrane, kot enega bolj perečih trajnostnih izzivov našega časa. Med drugim je Vlada Republike Slovenije prisluhnila pobudi Lidla Slovenija in partnerjev ter 24. april razglasila za slovenski dan brez zavržene hrane. Skrb za dobro počutje Lidlovc in Lidlovcov, ki so naš obraz in najdragocenejši kapital, pa smo dodatno okrepili z nagrajeno strategijo Dober lajf.

Naša zavezanost trajnostnemu razvoju je bistvenega pomena pri gradnji odnosa s kupci, ki temelji na zaupanju. Tega upravičujemo tudi z doslednim zagotavljanjem najboljšega razmerja med kakovostjo in ceno. Pri tem se tesno naslanjamo na tvorno sodelovanje z dobavitelji in drugimi deležniki ter na naše zaposlene, ki so ključni snovalci trajnostnega napredka.

V trajnostnem poročilu, ki je pred vami, se oziramo na temelje, ki smo jih ustvarili v preteklih dveh letih. Prav ti nam omogočajo, da bomo trajno delali sijajno tudi jutri.

Želim vam prijetno branje.

Boris Ložič,
generalni direktor Lidla Slovenija



ZAGOTAVLJAMO NAJBOLJŠE RAZMERJE MED KAKOVOSTJO IN CENO

Na slovenski trg smo vstopili leta 2007. Danes naša prodajna mreža šteje **68 trgovin**, ki jih oskrbujemo z **enim logističnim centrom**. Zaposluje **več kot 2.000 ljudi**. Kupci lahko izbirajo iz raznolikega nabora kakovostnih izdelkov v redni ponudbi, ki jih dopolnjujemo z akcijskimi izdelki. **V letu 2023 smo dosegli prek 624 milijonov evrov čistih prihodkov**. Naše poslanstvo je kupcem vsak dan zagotavljati najboljše razmerje med kakovostjo in ceno.

Širitev mreže trgovin

2022

64 trgovin, 1 nova, 1 prenovljena

 77.157 m² prodajnih površin

1 logistični center

2023

68 trgovin, 4 nove, 0 prenovljenih

 81.761 m² prodajnih površin

1 logistični center

Krepitev ponudbe¹

15.811
izdelkov v ponudbi

3.561 izdelkov
v redni ponudbi

12.250 izdelkov
v akcijski ponudbi

100 %
prehrambnih
izdelkov

37 %
prehrambnih
izdelkov, od tega

63 %
neprehramskih
izdelkov, od tega

2.658
izdelkov lastnih
blagovnih znamk

2.919
izdelkov lastnih
blagovnih znamk

6.959
izdelkov lastnih
blagovnih znamk

903
izdelkov drugih
blagovnih znamk

1.674
izdelkov drugih
blagovnih znamk

698
izdelkov drugih
blagovnih znamk

1.144
slovenskih
izdelkov

1.205
slovenskih
izdelkov

420
slovenskih
izdelkov

Raznolikost ponudbe²

79 %
izdelkov lastnih
blagovnih znamk

21 %
izdelkov drugih
blagovnih znamk

32 %
slovenskih
izdelkov

Lastne blagovne znamke



TRAJNOST V OSRČJU POSLOVANJA

V Lidlu Slovenija je trajnost strateška zaveza in odgovornost na vseh ravneh poslovanja s ciljem, da omejimo negativne vplive, ki jih povzročamo s svojim delovanjem, in krepimo podjetje v smislu večje odpornosti proti tveganjem, povezanim s trajnostjo. Hkrati z ukrepi in aktivnostmi krepimo pozitiven vpliv in ustvarjamo dodano vrednost vzdolž celotne verige vrednosti ter se osredotočamo na oblikovanje bolj odgovornih in trajnostnih nakupovalnih vzorcev.

Kot v imenu sporoča naša trajnostna pobuda **Ustvarimo boljši svet**, že danes polagamo temelje za svetlejšo prihodnost. Prihodnost, ki postavlja ljudi v središče naših dejavnosti, je odgovorna do okolja in prispeva k bolj trajnostni rabi surovin.

LOKALNO, KI SE PREPLETA Z GLOBALNIM

Zavedamo se, da ima naše delovanje znaten vpliv na planet in ljudi ter s tem tudi na naše kupce. S ciljem zmanjšanja negativnih in povečanja pozitivnih vplivov, kjerkoli je to mogoče, smo v letu 2021 opredelili **enotno trajnostno strategijo podjetij Skupine Schwarz**. Posledično se je preoblikoval tudi t. i. Lidlov model odgovornosti. Prvotni model, ki je temeljil na 41 trajnostnih temah, razdeljenih na 11 področij odgovornosti skozi štiri faze verige vrednosti (vir, dobavna veriga, poslovanje in kupci), je zamenjal nov **model odgovornosti s šestimi osrednjimi temami in 17 področji delovanja**, ki se prepletajo skozi **tri strateške dimenzije**:

- **bolje za planet,**
- **bolje za ljudi in**
- **bolje zate.**



BOLJE ZA PLANET

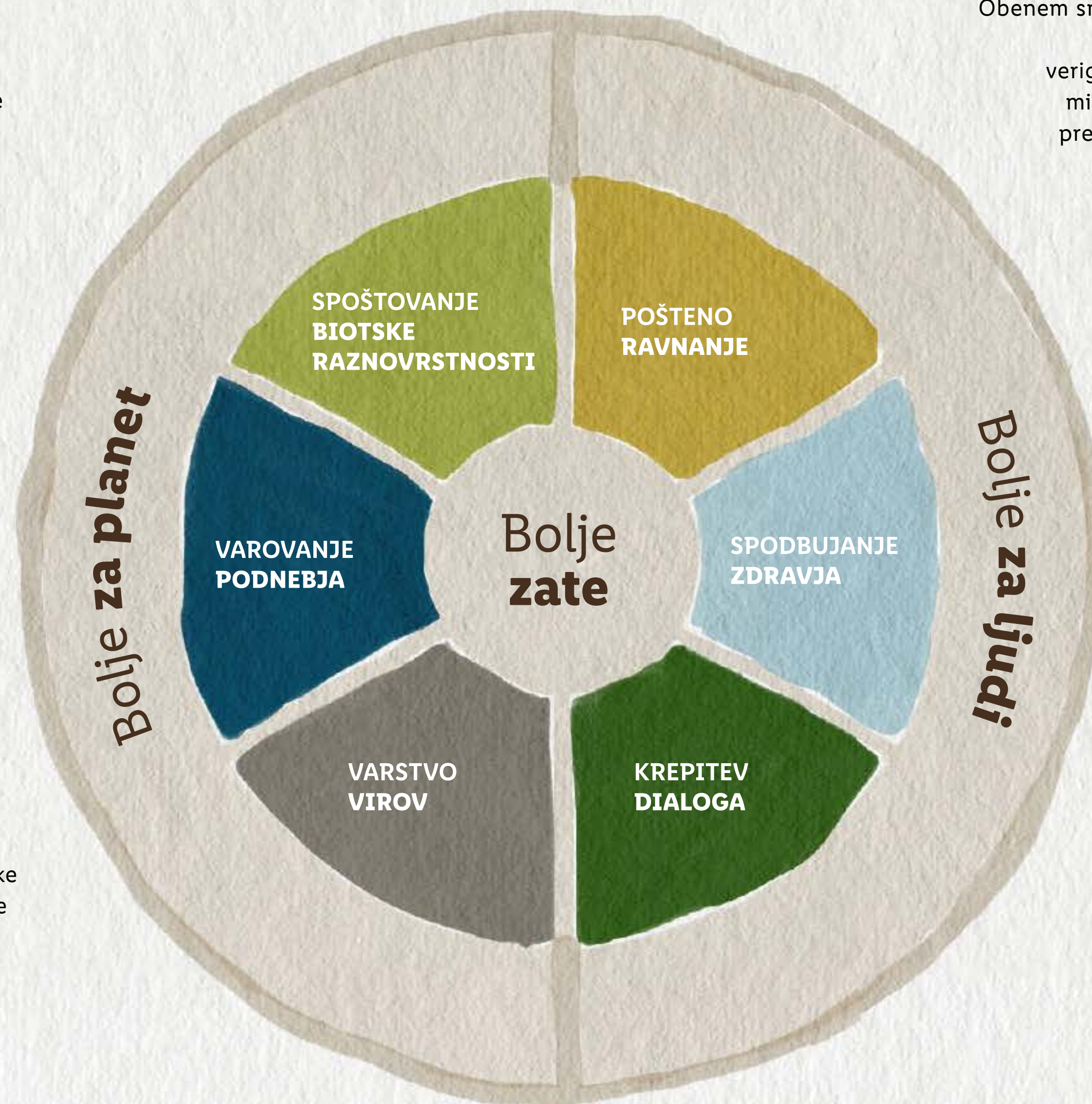
Svetovno prebivalstvo narašča, posledično se krepi panoga oskrbe s hrano in obenem njen vpliv na globalne okoljske izzive.

Preden izdelki pridejo v naše trgovine, je treba pridelati ali predelati surovine, temu sledita transport in skladiščenje, celoten proces pa ustvarja neizogiben vpliv na surovine, podnebje in biotsko raznovrstnost planeta. Vplivi na okolje, ki nastajajo vzdolž dobavne verige, lahko v prihodnosti ogrozijo razpoložljivost izdelkov in s tem našo sposobnost, da oskrbimo vse večjo svetovno populacijo. Zato znotraj strateške dimenzije »bolje za planet« svoja prizadevanja usmerjamo na področja **varovanja podnebja, spoštovanja biotske raznovrstnosti in varstva virov.**

BOLJE ZA LJUDI

Vsakodnevno stopamo v stik s poslovnimi partnerji in drugimi deležniki ter vplivamo na življenje ljudi, od zaposlenih do kupcev. Zato je bistveno, da ohranjamo v zavesti odgovornost, ki jo nosimo kot delodajalec, poslovni partner ali kot podjetje, ki soustvarja družbeno okolje.

Zaposlenim zagotavljamo privlačno delovno okolje, enake možnosti in spodbujamo timsko delo. Poslovne partnerje ozaveščamo, spodbujamo in zavezujemo k trajnostnemu delovanju ter ustvarjanju enakih možnosti.



Obenem smo vzdolž dobavne verige osredotočeni na brezpogojno spoštovanje človekovih pravic, saj v nekaterih dobavnih verigah ljudje še vedno delajo v razmerah, ki ne izpolnjujejo minimalnih standardov. Kot trgovec z živili imamo vpliv na prehranske navade kupcev, zato spodbujamo bolj zdrave in trajnostne alternative za krepitev kakovosti življenja, pri čemer se opiramo na tvorno sodelovanje z raznoterimi deležniki. Znotraj strateške dimenzije »bolje za ljudi« tako svoja prizadevanja usmerjamo na področja **poštenega ravnanja, spodbujanja zdravja in krepitev dialoga.**

BOLJE ZATE

Oblikovanje ponudbe vpliva na ljudi in planet, zato odgovorno ravnanje v tem kontekstu pomeni naša prizadevanja, da kupcem omogočimo sprejemanje premišljenih nakupnih odločitev. Življenjski slog posameznika in njegov odnos do okolja in družbe sta pogosto rezultat nezadostne ozaveščenosti ali pomanjkanja bolj trajnostnih alternativ.

Hkrati široka ponudba trajnostnih izdelkov in izdelkov za ozaveščeno prehranjevanje postaja vse bolj izrazito pričakovanje kupcev. Za krepitev konkurenčnosti v prihodnje je bistveno ustrezno odzivanje na vzhajajoče trende in pričakovanja kupcev. Zato se znotraj strateške dimenzije »bolje zate« osredotočamo na **bolj trajnostno ponudbo.**

Lidlov model odgovornosti

BOLJE ZA PLANET**VAROVANJE
PODNEBJA**Podnebje (1,5 °C)**SPOŠTOVANJE
BIOTSKE
RAZNOVRSTNOSTI**Ekosistemi**VARSTVO
VIROV**VodaSurovineKrožno
gospodarstvoOdpadna
hrana**BOLJE ZA LJUDI****POŠTENO
RAVNANJE**Dobrobit živali
Delavske in
človekove pravicePlačiloRaznolikost in vključevanjePoslovni odnosi
in integritetaAktivno državljanstvo
in lokalni razvoj**SPODBUJANJE
ZDRAVJA**Ozaveščeno
prehranjevanjeVarnost in zdravje
pri delu**KREPITEV
DIALOGA**OpolnomočenjeDialog in
sodelovanje
z deležniki**BOLJE ZATE**Trajnostni izdelki

POVEZANI V ČASU POPLAV

Poleti 2023 so Slovenijo prizadele najhujše poplave v zgodovini. Deroča voda in zemeljski plazovi so pred našimi očmi odnašali hiše, uničevali naravno in kulturno dediščino ter cestno in drugo infrastrukturo. V nekaj urah je narava popolnoma spremenila podobo dežele, v kateri živimo, in bistveno zaznamovala življenje mnogih ljudi. V poplavah so bili prizadeti tudi zaposleni v Lidlu Slovenija, ki so jim na pomoč priskočili tako sodelavci kot podjetje, prav tako pa smo z donacijami podprli humanitarne in druge organizacije.

SOLIDARNOSTNA POMOČ IN IZREDEN DOPUST

Lidlovim zaposlenim, ki so jim julijska in avgustovska neurja, poplave in zemeljski plazovi povzročili škodo na premoženju, smo oktobra 2023 izplačali solidarnostno pomoč.

Konec avgusta smo pozvali zaposlene, da zaprosijo za solidarnostno pomoč zaradi škode, ki so jo utrpeli zaradi poplav. Komisija za dodelitev solidarnostne pomoči je pregledala vse prejete prošnje in zaposlenim, ki so zaprosili za pomoč, dodelila kar **76.000 evrov**. Odločitev smo sprejeli kot odgovoren delodajalec, ki si prizadeva za dobrobit in dobro počutje zaposlenih. Obenem smo tistim, ki so na svojem premoženju odpravljali škodo zaradi poplav, odobrili tudi do 5 dodatnih dni izrednega dopusta.

14. AVGUST, DAN SOLIDARNOSTI

Vlada Republike Slovenije je 14. avgust 2023 razglasila za dan solidarnosti z namenom, da bi prebivalci Slovenije po svojih močeh pomagali prizadetim v poplavah. Vse naše trgovine so bile na ta dan zaprte.

POMOČ HUMANITARNIM ORGANIZACIJAM

Z donacijami smo pomagali različnim humanitarnim organizacijam, med drugim smo Civilni zaščiti Republike Slovenije donirali 50 palet vode, ki so jo razdelili na terenu v času reševanja po poplavah.

DONACIJA NEPREHRAMBNIH IZDELKOV

Prek organizacije Internacionalna policijska organizacija Slovenija (IPO Slovenija) smo donirali neprehrambne izdelke, in sicer 100 visokotlačnih čistilcev, 80 suho-mokrih sesalnikov ter 50 razvlažilnikov zraka.

ZBIRALNE KOŠARE V TRGOVINAH

V vseh naših trgovinah po Sloveniji smo postavili košare za zbiranje hrane in higienskih pripomočkov za Rdeči križ Slovenije, ki je izdelke razdelil pomoči potrebnim.

ZBIRANJE ŠOLSKIH POTREBŠČIN

V sodelovanju z Zvezo prijateljev mladine Slovenije smo kot vsako leto zbirali šolske potrebščine (zvezke, torbe, vrečke za copate, ravnila, šilčke ...) in jih podarili otrokom iz socialno ogroženih družin ter tistim, ki so jih prizadele poplave.



NAŠE TRAJNOSTNO DELOVANJE VODIJO JASNI CILJI³

Varovanje podnebja

CILJI	UKREPI	KORAKI V POROČEVALSKEM OBDOBJU 2022/2023	REALIZACIJA OB KONCU POSLOVNEGA LETA 2023
<p>Družbe Skupine Lidl smo si zadale cilj, da bomo do leta 2030 zmanjšale izpuste toplogrednih plinov obsegov 1 in 2 za 80 %. Cilj zmanjšanja operativnih izpustov v Lidlu Slovenija do leta 2030: 80,6 % (glede na izhodiščno leto 2019).</p>	<p>Letno bomo na ravni Skupine Lidl popisovali in verificirali izpuste CO_{2e}, ki se nanašajo na poslovanje Lidla Slovenija.</p>	<p>Ob koncu poslovnega leta 2023 je znašal ogljični odtis Lidla Slovenija v obsegih 1 in 2 2.150,15 tCO_{2e}. Ob koncu poslovnega leta 2023 smo zmanjšali izpuste toplogrednih plinov iz poslovanja za 82,65 % in s tem presegli zastavljeni cilj do leta 2030.</p>	
	<p>Sončne elektrarne bomo nameščali na samostojne lastniške objekte (nove in modernizirane, pri katerih bomo posegali v konstrukcijo objektov), kjer bo to tehnično izvedljivo.</p>	<p>Ob koncu poslovnega leta 2023 so v primerjavi s prejšnjim poročevalskim obdobjem obratovale štiri dodatne sončne elektrarne. Ob koncu poslovnega leta 2023 smo imeli skupaj 13 obratujočih sončnih elektrarn na lastniških trgovinah in eno na logističnem centru (20 % lastniških objektov).</p>	
	<p>V sklopu novogradenj in modernizacij trgovin bomo vgrajevali toplotne črpalke, kjer bodo za to zagotovljeni pogoji in če bo to možno v sklopu pogojev za pridobitev gradbenega dovoljenja.</p>	<p>V poročevalskem obdobju smo vgradili toplotno črpalko v eno trgovino. Ob koncu poslovnega leta 2023 smo imeli 59 trgovin z vgrajeno toplotno črpalko.</p>	
	<p>Z optimizacijo logističnih poti, skladiščnih procesov in sistema naročanja bomo tudi nadalje zagotavljali vsaj 96-% povprečno izkoriščenost tovornih vozil.</p>	<p>Povprečna izkoriščenost tovornih vozil v poročevalskem obdobju je znašala 95 %.</p>	
	<p>Do konca poslovnega leta 2026 bomo z električnimi zamenjali vsa oddelčna vozila, do poslovnega leta 2030 pa še 30 % vseh službenih vozil za osebno uporabo.</p>	<p>Ob koncu poslovnega leta 2023 je bilo 25 % oddelčnih in 6 % službenih vozil električnih.</p>	
	<p>Od konca poslovnega leta 2022 za dostavo v trgovine v mestnih središčih uvajamo manjša dostavna vozila.</p>	<p>Od poslovnega leta 2022 smo za dostavo v mestnih središčih uvedli 3 manjša dostavna vozila. V poslovnem letu 2024 bomo uvedli še eno dodatno tovrstno vozilo.</p>	
	<p>V trgovinah bomo z nadzornim sistemom GLT tudi nadalje sistematično spremljali in analizirali:</p> <ul style="list-style-type: none"> - porabo električne energije, - porabo plina za ogrevanje prostorov, - porabo pri daljinskem ogrevanju, - proizvodnjo in porabo lastne električne energije s sončnimi elektrarnami. 	<p>V poročevalskem obdobju smo kontinuirano spremljali porabo energije in s tem izboljševali energetske učinkovitost trgovin.</p>	
	<p>Na ravni Skupine Lidl smo v poslovnem letu 2023 začeli uvajati projekt združitve vseh naprav (prezračevanje, električna energija, hladilniki, sončne elektrarne) v platformo IoT, ki omogoča nadzor nad njihovima porabo in delovanjem. Zaključek projekta je predviden konec poslovnega leta 2024.</p>	<p>V poslovnem letu 2023 smo uvedli nadzor prek platforme IoT nad odpiranjem vrat v tiko celici in delovanjem sončnih elektrarn.</p>	
<p>Družbe Skupine Lidl si prizadevamo, da bi se dobavitelji, ki so odgovorni za 75 % z izdelki povezanih izpustov obsega 3, do leta 2026 zavezali podnebnim ciljem v skladu z merili pobude Science Based Targets (SBTi).</p>	<p>Do konca poslovnega leta 2026 bomo vsaj 10 nacionalnih dobaviteljev zavezali, da pristopijo k pobudi Science Based Targets.</p>	<p>Do konca poslovnega leta 2023 je namero o pristopu k pobudi Science Based Targets podpisalo pet nacionalnih dobaviteljev.</p>	



Spoštovanje biotske raznovrstnosti

CILJI	UKREPI	KORAKI V POROČEVALSKEM OBDOBJU 2022/2023	REALIZACIJA OB KONCU POSLOVNEGA LETA 2023
Pospešeno bomo izvajali ukrepe za zaščito biotske raznovrstnosti.	Do konca poslovnega leta 2025 bomo v okviru Skupine Lidl vzpostavili dobavno verigo brez krčenja in prekomernega izkoriščanja gozdov.	V poročevalskem obdobju smo dosegli cilje pri certificiranju palminega olja. Pri ostalih ključnih surovinah <u>zastavljenih ciljev do konca poročevalskega obdobja še nismo dosegli.</u>	
	Do konca poslovnega leta 2025 se bodo z modulom za zaščito biodiverzitete pri pridelavi sadja in zelenjave, ki smo ga v okviru Skupine Lidl razvili skupaj z organizacijo GLOBALG.A.P., certificirale biotsko visoko tvegane dobavne verige.	Ob koncu poslovnega leta 2023 je bilo že več kot 250 evropskih pridelovalcev sadja in zelenjave Lidlovih lastnih blagovnih znamk certificiranih z dodatnim modulom za biodiverzitetu.	
	Do konca poslovnega leta 2025 se bomo aktivno vključevali v projekte za ohranjanje biotske raznovrstnosti.	V poročevalskem obdobju smo naredili pregled potencialnih projektov za biodiverzitetu.	



Varstvo virov

CILJI	UKREPI	KORAKI V POROČEVALSKEM OBDOBJU 2022/2023	REALIZACIJA OB KONCU POSLOVNEGA LETA 2023
Do poslovnega leta 2023 bomo na ravni Skupine Lidl dosegli 50-% trajnostno certificiranje lastnih nepremičnin.	<u>Do konca poslovnega leta 2030 bomo vse lastniške trgovine certificirali po sistemu Edge.</u>	V poslovnem letu 2024 bomo začeli certificiranje trgovin s certifikatom Edge.	
	Vsako leto bomo opravili recertificiranje ISO 50001 za energetske učinkovito upravljanje nepremičnin.	Tudi v poslovnih letih 2022 in 2023 smo uspešno opravili recertificiranje ISO 50001 v vseh nepremičninah.	
Do poslovnega leta 2025 bomo znatno povečali ponovno uporabo, recikliranje in izkoristek odpadkov.	Do poslovnega leta 2025 bomo z uvedbo prodaje tekstila in BrickBrack izdelkov na letni ravni zmanjšali količino mešanih komunalnih odpadkov za do 15 % (v primerjavi s poslovnim letom 2019).	V poslovnem letu 2023 smo v primerjavi z izhodiščnim letom 2019 povečali količine prodanega tekstila in BrickBrack izdelkov za 94 %, količino mešanih komunalnih odpadkov smo zmanjšali za 48 %.	
Prizadevali si bomo za nadaljnje zmanjševanje količin odpadne hrane.	<u>Do leta 2030 bomo za 50 % zmanjšali količino odpadne hrane s podaljšanim časom prodaje izdelkov na dan poteka roka uporabe (v primerjavi z letom 2018).</u>	V poslovnem letu 2023 smo nekaj dni pred potekom roka trajanja (odvisno od skupine izdelkov) za 30 % znižali cene zamrznjenih in suhih izdelkov iz redne ponudbe, na dan poteka roka trajanja smo ceno hlajenih izdelkov, mesa in rib dodatno znižali za 50 %.	
	Do poslovnega leta 2025 bomo del organskih odpadkov (kruh, sadje in zelenjava) predali lokalnim kmetijam za krmo živali.	V poslovnem letu 2024 bomo zaključili fazo preverjanja možnosti oddaje organskih odpadkov lokalnim kmetijam.	
	<u>Do poslovnega leta 2026 bomo izvajali neposredne donacije hrane humanitarnim in nevladnim organizacijam v vsaj 80 % trgovin.</u>	V poslovnih letih 2022 in 2023 smo v projekt Donirana hrana vključili dodatnih 12 trgovin. Ob koncu poslovnega leta 2023 je bilo v projekt Donirana hrana vključenih 46 trgovin (68 %).	

CILJI	UKREPI	KORAKI V POROČEVALSKEM OBDOBJU 2022/2023	REALIZACIJA OB KONCU POSLOVNEGA LETA 2023
<p>Do konca poslovnega leta 2025:</p> <ul style="list-style-type: none"> • bomo za 30 % zmanjšali uporabo plastičnih materialov pri poslovanju, • bo vsa plastična embalaža izdelkov lastnih blagovnih znamk izdelana tako, da jo bo mogoče v največji meri reciklirati, • bo embalaža lastnih blagovnih znamk v povprečju vsebovala najmanj 25 % reciklata. 	<p>Do konca poslovnega leta 2025 bo plačljiva vrečka za sadje in zelenjavo za večkratno uporabo izdelana iz 100-% recikliranega poliestra.</p>	<p>Plačljivo vrečko za sadje in zelenjavo iz recikliranega poliestra bomo na prodajne police umestili v poslovnem letu 2025.</p>	●
	<p>Na podlagi rednih analiz Top izdelkov lastnih blagovnih znamk bomo od poslovnega leta 2024 zavezovali nacionalne dobavitelje k optimizaciji embalaže lastnih blagovnih znamk na področjih:</p> <ul style="list-style-type: none"> - zmanjševanja teže, - povečanja reciklabilnosti, - povečanja uporabe recikliranih materialov. 	<p>V poslovnem letu 2023 smo analizirali vse nacionalne izdelke lastnih blagovnih znamk v redni ponudbi, pri katerih je zaradi količine plastike, uporabljene za embalažo, največja možnost optimizacije embalaže. Sprejete ukrepe bomo izvedli do leta 2025.</p>	● ● ● ●
	<p>V poslovnem letu 2025 bomo pri vseh izdelkih svežega mesa in rib lastnih blagovnih znamk pladnje v embalaži zamenjali z mono PET-materialom z najmanj 50 % recikliranih materialov.</p>	<p>Realizacijo načrtujemo v letu 2025.</p>	●
	<p><u>Do konca poslovnega leta 2025 bomo pred večjimi trgovinami uvedli zbiranje odpadnega jedilnega olja za nadaljnjo predelavo.</u></p>	<p>V poslovnem letu 2023 smo končali testno obdobje zbiranja odpadnega jedilnega olja pred dvema trgovinama. V poslovnem letu 2024 načrtujemo razširitev projekta na vsaj 20 trgovin.</p>	● ● ●
<p>Do konca poslovnega leta 2025 bomo oblikovali bolj trajnostno nabavno politiko na področju ključnih surovin.</p>	<p>Do konca poslovnega leta 2025 bomo razširili ponudbo grozdja lastnih blagovnih znamk, certificiranega po Fairtrade/Rainforest Alliance/Bio.</p>	<p>Postopno povečujemo delež ponudbe grozdja lastnih blagovnih znamk, certificiranega po Fairtrade/Rainforest Alliance/Bio, glede na zahteve cilja. Vzpostavljamo interni sistem za spremljanje realizacije cilja.</p>	● ● ● ●
	<p>Do konca poslovnega leta 2025 bo vsa redna ponudba gojenih rib in lupinarjev ter rib (brez tune) in lupinarjev iz divjega ulova iz trajnostnih virov (ob pogoju, da bodo na voljo ustrezne količine), hkrati bodo vsi izdelki tune v konzervi v redni ponudbi certificirani po MSC/ASC/FAD Free/Pole&Line oziroma bodo izvirali iz projekta Fishery Improvement (FIP).</p>	<p>Ob koncu poslovnega leta 2023 je bilo 47 % redne ponudbe rib lastnih blagovnih znamk certificirane po <u>MSC/ASC/FAD Free/Pole&Line</u>.</p>	● ● ●
	<p>Do konca poslovnega leta 2025 bo sveže stisnjen čezoceanski pomarančni sok lastnih blagovnih znamk Solevita in Naturis v 100 % certificiran po Rainforest/Fairtrade/Bio.</p>	<p>Postopno povečujemo delež ponudbe sveže stisnjene čezoceanskega pomarančnega soka lastnih blagovnih znamk Solevita in Naturis, certificiranega po Fairtrade/Rainforest Alliance/Bio, glede na zahteve cilja. Vzpostavljamo interni sistem za spremljanje realizacije cilja.</p>	● ● ●
	<p>Do konca poslovnega leta 2025 bo vsa celuloza v izdelkih lastnih blagovnih znamk in v embalaži iz recikliranih virov oziroma bo certificirana po FSC/PEFC. Zaveza zajema primarno in sekundarno embalažo, vključno z etiketami.</p>	<p>Postopno povečujemo delež trajnostne embalaže glede na zahteve cilja. Vzpostavljamo interni sistem za spremljanje realizacije cilja.</p>	● ● ● ●
<p>Do poslovnega leta 2025 bomo v trgovinah pospešeno uvajali digitalno komunikacijo.</p>	<p>Do konca poslovnega leta 2025 bodo papirnate brisače in izdelki za osebno higieno v rednem sortimentu vsebovali vsaj 15 % recikliranih materialov.</p>	<p>Postopno povečujemo delež recikliranih materialov glede na zahteve cilja. Vzpostavljamo interni sistem za spremljanje realizacije cilja.</p>	● ● ●
	<p>V poslovnem letu 2024 bomo uporabnikom aplikacije Lidl Plus ponudili možnost digitalnega računa brez tiskane kopije.</p>	<p>V poročevalskem obdobju so imeli kupci v aplikaciji Lidl Plus možnost izbrati digitalni račun, ob vsakem nakupu pa so prejeli tudi kopijo tiskanega računa na okolju prijaznejšem papirju.</p>	● ● ●

Spodbujanje zdravja

CILJI	UKREPI	KORAKI V POROČEVALSKEM OBDOBJU 2022/2023	REALIZACIJA OB KONCU POSLOVNEGA LETA 2023
Do poslovnega leta 2026 bomo v skladu z novo strategijo Dober lajf (steber Dobro počutje) nadgrajevali aktivnosti in ugodnosti za dobro fizično in duševno počutje zaposlenih.	<u>Spodbujanje zdravja v okviru stebra Dobro počutje strategije Dober lajf bomo izvajali skozi nadgradnjo področja preventivnih dejavnosti za fizično zdravje zaposlenih. Od poslovnega leta 2024 se bomo intenzivneje posvečali področju duševnega zdravja.</u>	V poročevalskem obdobju smo oblikovali strategijo Dober lajf s štirimi stebri, eden od njih je Dobro počutje: na podlagi evalvacije akcijskega načrta za poslovno leto 2023 smo zastavili novega za poslovno leto 2024.	
	Nosečim sodelavkam bomo glede na naravo njihovega dela na različne načine prilagajali delovne pogoje in delovno opremo.		V poslovnem letu 2023 smo testno vpeljali prilagojene stole za nosečnice in pripravili koncept delovnih oblačil za nosečnice v trgovinah. <u>Za vse noseče sodelavke smo nadgradili darilni paket in jim omogočili brezplačen dostop do e-šole za starše.</u>
Interno in eksterno bomo nadaljevali spodbujanje zdravega življenjskega sloga s poudarkom na ozaveščenem prehranjevanju.	<u>Do konca leta 2025 bomo zmanjšali vsebnost dodanega sladkorja in soli v vseh izdelkih lastnih blagovnih znamk v povprečju za 20 %, pri čemer pri redukciji sladkorja tega ne bomo nadomeščali s sladili.</u>	<u>Ob koncu poslovnega leta 2023 smo v ponudbi lastnih blagovnih znamk v povprečju znižali raven sladkorja za 19,6 % ter soli za 18,3 %.</u>	
	<u>Do konca poslovnega leta 2025 bomo zmanjšali vsebnost nasičenih maščobnih kislin v izdelkih lastnih blagovnih znamk.</u>	V sklopu procesa optimizacije receptur izdelkov lastnih blagovnih znamk vse pogosteje uporabljamo sončnično olje z boljšimi prehranskimi lastnostmi.	
	<u>Do konca poslovnega leta 2025 bomo uvedli dodatne oznake za sestavo izdelkov in hranilno vrednost.</u>	Na embalažo lastnih blagovnih znamk postopoma uvajamo oznako Nutri-Score.	
	<u>Zmanjševali bomo uporabo umetnih barvil, arom in konzervansov ali jih popolnoma opustili, razen takrat, ko njihova opustitev tehnološko ne bo mogoča.</u>	V poročevalskem obdobju smo v okviru Skupine Lidl opredelili seznam prepovedanih sestavin v živilskih izdelkih lastnih blagovnih znamk, k upoštevanju katerega bomo dobavitelje zavezali do poslovnega leta 2025.	
	<u>Živila (sadje, zelenjava, predelana hrana) v naši ponudbi bodo, če bo le mogoče, brez ostankov pesticidov. Pri tem bomo nadalje sledili merilom, strožjim od evropskih predpisov:</u> - pri sadju in zelenjavi dopuščamo največ tretjinski delež zakonsko predpisanih vrednosti ostankov učinkovin, - dovoljeni so ostanki največ petih učinkovin, - seštevek ostankov vseh učinkovin lahko znaša največ 80 % zakonskega maksimuma.	V sklopu internega monitoringa redno preverjamo skladnost izdelkov lastnih blagovnih znamk z internimi smernicami za ostanke pesticidov.	
	<u>Širili bomo ponudbo vegetarijanskih in veganskih nadomestkov mesnih in mlečnih izdelkov lastnih blagovnih znamk.</u>	V poročevalskem obdobju je bilo v prodaji 111 izdelkov lastne blagovne znamke Vemondo.	
	<u>Do poslovnega leta 2025 bomo povečevali delež rastlinskih virov beljakovin v ponudbi lastnih blagovnih znamk, pri čemer bomo kupcem ponudili večjo izbiro izdelkov, kot so stročnice, semena, oreški ter veganski nadomestki mesnih in mlečnih izdelkov.</u>	V poslovnem letu 2023 smo na ravni Skupine Lidl sprejeli strategijo za beljakovine, ki ji bomo sledili v naslednjem poročevalskem obdobju.	
	<u>Do poslovnega leta 2025 bomo postopoma povečevali vsebnost polnozrnatih žit v izdelkih lastnih blagovnih znamk.</u>	V poročevalskem obdobju smo izvedli popis izdelkov, pri katerih je možno povečanje vsebnosti polnozrnatih žit.	
	Do poslovnega leta 2025 bomo v prehransko tabelo vseh izdelkov lastnih blagovnih znamk uvedli navedbo deleža vlaknin.	Navedbo deleža vlaknin dodajamo ob posodobitvi embalaže izdelkov lastnih blagovnih znamk.	
	<u>Do konca poslovnega leta 2025 bomo iz prodaje umaknili izdelke lastnih blagovnih znamk, ki z embalažo privabljajo pozornost otrok, njihova sestava pa ne izpolnjuje smernic SZO za zdravo prehrano. Izjema so akcijski izdelki za božič, veliko noč in noč čarovnic.</u>	Strogo se držimo omejitvenih smernic pri oglaševanju živilskih izdelkov za otroke in kontinuirano prilagajamo grafično podobo embalaže izdelkov lastnih blagovnih znamk.	
Kupcem bomo tudi nadalje zagotavljali ponudbo, ki bo zadoščala najvišjim standardom kakovosti in varnosti.	<u>Nadaljevali bomo politiko doseganja najvišjih meril za zagotavljanje kakovosti ponudbe.</u>	V poročevalskem obdobju smo pri izdelkih lastnih blagovnih znamk izvedli 1731 analiz prehrabnih in neprehrabnih izdelkov ter 673 analiz sadja in zelenjave. V obdobju poročanja je bilo izvedenih 53 revizij. V poročevalskem obdobju je Biotehniška fakulteta podelila oceno odlična kakovost 212 izdelkom lastnih blagovnih znamk.	
	<u>Od dobaviteljev bomo zahtevali najmanj certifikat IFS Food oziroma certifikat GLOBALG.A.P.</u>	V poročevalskem obdobju je bilo 98 % dobaviteljev prehrabnih izdelkov (brez sadja in zelenjave) certificiranih po IFS. En dobavitelj je izgubil certifikat zaradi naravne nesreče v poslovnem letu 2023, vendar ga je ponovno pridobil v poslovnem letu 2024. V enakem obdobju so bili vsi dobavitelji sadja in zelenjave certificirani po GlobalG.A.P.	

Pošteno ravnanje

CILJI	UKREPI	KORAKI V POROČEVALSKEM OBDOBJU 2022/2023	REALIZACIJA OB KONCU POSLOVNEGA LETA 2023
<p><u>V okviru stebra Dobri dodatki strategije Dober lajf bomo zaposlenim še naprej zagotavljali enakovredno plačilo za opravljeno delo ne glede na spol.</u></p>	<p><u>Tudi nadalje bomo vsako leto izvajali analizo kazalnikov enakovrednega plačila in ugodnosti za zaposlene ne glede na spol (npr. analiza Gender Pay Gap).</u></p>	<p>V poročevalskem obdobju smo izvedli dve letni analizi Gender Pay Gap (GPG), v poslovnem letu 2022 dodatno poglobljeno analizo GPG. V poslovnem letu 2023 smo opredelili GPG Roadmap.</p>	
	<p><u>Kot odgovoren delodajalec bomo zaposlenim tudi nadalje zagotavljali plačilo, ki bo višje od povprečja v trgovski panogi, minimalna plača pa bo presegala zakonska določila.</u></p>	<p>V poslovnem letu 2023 so zaposleni prejeli višja letna izplačila, ki vključujejo nagrado za poslovno uspešnost, regres in spremenjene plačne lestvice. Za vse spremembe plač in dodatkov v poslovnem letu 2023 smo namenili skupno 7,5 mio evrov.</p>	
<p>Do poslovnega leta 2025 bomo v okviru stebr Dobra ekipa in Dobra kariera strategije Dober lajf nadaljevali oblikovanje ukrepov za zagotavljanje enakih možnosti v okviru poklicne orientacije zaposlenih.</p>	<p><u>V naslednjem poročevalskem obdobju bomo nadgradili programa Trainee in Študent+ ter mladim nadalje ponujali možnost opravljanja dijaške in študentske prakse.</u></p>	<p>V poslovnih letih 2022 in 2023 smo izvedli štiri razpise za program Trainee, dva dogodka za program Študent+, 105 dijaških oz. študentskih praks in šest pripravništev (v okviru programa Študent+).</p>	
	<p>Ohranjali bomo v povprečju vsaj 70-% delež žensk na vseh vodilnih položajih v podjetju.</p>	<p>V poslovnem letu 2023 smo obnovili zavezo za opolnomočenje žensk WEP (Women Empowering Principles). Ob koncu poslovnega leta 2023 je bil delež žensk na vseh vodilnih položajih v podjetju 72,3 %, na najvišjih vodilnih položajih v podjetju pa 27,8 %.</p>	
	<p>Pri zaposlovanju bomo še naprej sledili skupinskemu konceptu raznolikosti in vključevanja ter v delovno okolje vključevali invalide/ljudi z oviranostmi, kjer bo to mogoče.</p>	<p>V poslovnem letu 2022 je bilo v Lidlu Slovenija zaposlenih 36 ljudi z oviranostmi/invalidov, v poslovnem letu 2023 pa 46.</p>	
<p><u>Vztrajali bomo pri 100-% udejanjanju Kodeksa ravnanja za poslovne partnerje podjetij Skupine Schwarz.</u></p>	<p>S posodobitvijo Kodeksa ravnanja za poslovne partnerje podjetij Skupine Schwarz v skladu z nemškimi zakonom o skrbnem pregledu družb v dobavnih verigah poslovne partnerje od konca poslovnega leta 2023 zavezujemo k spoštovanju širše zastavljenih standardov ravnanja v povezavi z delom, okoljem in varstvom človekovih pravic.</p>	<p>Ob koncu poslovnega leta 2023 smo posodobili Kodeksa ravnanja za poslovne partnerje podjetij Skupine Schwarz, izvedli šolanje za vse zaposlene, ki pri svojem delu sklepajo pogodbe, in za poslovne partnerje pripravili izobraževalni video o zahtevah kodeksa.</p>	
<p><u>Zaposlenim bomo v okviru stebra Dobra ekipa strategije Dober lajf prek različnih delovnih modelov, prilagodljivega delovnika in s posameznimi aktivnostmi/ugodnostmi omogočali lažje usklajevanje zasebnega in poklicnega življenja.</u></p>	<p>Zaposlenim bomo tudi nadalje glede na naravo njihovega dela omogočali delo od doma do 5 dni na teden (uprava), Lidlovo 36-ko (trgovine in logistični center), "own-time" (uprava) in službeni odklop.</p>	<p>V poslovnih letih 2022 in 2023 smo uvedli Lidlovo 36-ko za trgovine in skladišče ter nadgradili koncept dela od doma za upravo. Delo od doma smo omogočili tudi študentom.</p>	
<p>Do konca leta 2026 bomo povečali ponudbo izdelkov z višjimi standardi za dobrobit živali.</p>	<p>Do konca poslovnega leta 2026 bomo povečali delež izdelčnih podskupin, ki zagotavljajo boljše pogoje reje v skladu s standardom Better Chicken Commitment.</p>	<p>V poslovnem letu 2023 smo v prodajo uvrstili pet izdelkov blagovne znamke Naše nam paše Premium z boljšimi pogoji reje.</p>	
<p>Širili bomo ponudbo slovenskih izdelkov in upravičili ugled podpornika lokalnih proizvajalcev in dobaviteljev.</p>	<p><u>Tako lokalno kot tudi v okviru prodajne mreže Skupine Lidl se bomo zavzemali za promocijo slovenskih dobaviteljev in njihovih izdelkov.</u></p>	<p><u>V poročevalskem obdobju smo Lojtr'co domačih razširili s ponudbo sadja in zelenjave. V redno ponudbo se je uvrstilo 10 izdelkov slovenskih pridelovalcev sadja in zelenjave.</u></p>	



Krepitev dialoga

CILJI	UKREPI	KORAKI V POROČEVALSKEM OBDOBJU 2022/2023	REALIZACIJA OB KONCU POSLOVNEGA LETA 2023
Kontinuirano bomo skrbeli za usposabljanje in karierni razvoj zaposlenih.	V okviru stebra Dobra kariera strategije Dober lajf bomo do poslovnega leta 2025 nadgradili razvojne programe, ki smo jih vpeljali v poslovnem letu 2023 (npr. Lidlova Akademija osnovni program v napredni, program Fit-in za trgovine in logistični center, Talent pool za referente).	V poslovnem letu 2023 smo <u>Talent management</u> razširili na vse zaposlene v podjetju (tudi v trgovinah in logističnem centru). V poslovnem letu 2023 smo zasnovali program Lidlova Akademija osnovni nivo za razvoj različnih strokovnih kompetenc glede na posamezno delovno mesto. Vzpostavili smo Talent pool, ki skrbi za razvoj talentov, in oblikovali koncept programa Fit-in za trgovine.	
	Ohranjali bomo polni certifikat Družini prijazno podjetje in se nadalje mednarodno certificirali kot ugleden delodajalec.	V poslovnem letu 2023 smo prejeli mednarodno nagrado Employee Benefits Award za najboljšo "well-being" strategijo, ki pod stebrom Dobra ekipa vključuje tudi vse aktivnosti, povezane s certifikatom Družini prijazno podjetje. V poslovnem letu 2023 smo že četrtyč prejeli mednarodni certifikat Top Employer Slovenia in Top Employer Europe.	
Kontinuirano bomo izvajali interne in zunanje komunikacijske, izobraževalne in promocijske aktivnosti na področju družbene odgovornosti in trajnostnega razvoja ter jih nadgrajevali s ciljem opolnomočenja za trajnostno delovanje.	Od leta 2023 v okviru skupinske trajnostne iniciative YOU sistematično informiramo in izobražujemo zaposlene skozi osrednje teme trajnostne strategije podjetja.	V poslovnem letu 2023 smo zaposlene informirali v okviru osrednjih trajnostnih tem pošteno ravnanje, varovanje podnebja in krepitev dialoga ter na interni platformi za upravljanje idej Genijalc začeli zbirati ideje za bolj trajnostno delovanje podjetja in zaposlenih.	
	Do poslovnega leta 2025 bomo prepoznavnost Zdravka Lidla kot maskote za promocijo zdravja in zdravega načina življenja v splošni javnosti povečali na 30 %.	V pripravi je prenova strategije Zdravka Lidla. Konec poslovnega leta 2023 je bila prepoznavnost maskote Zdravka Lidla 23 %.	
	Kupce bomo redno seznanjali s ponudbo za ozaveščeno prehranjevanje z oznako Zdravko Lidl priporoča, ki je v skladu s standardi uravnotežene prehrane po smernicah SZO.	Ob koncu poslovnega leta 2023 je seznam izdelkov lastnih blagovnih znamk, ki jih promoviramo v sklopu Zdravko Lidl priporoča, obsegal prek 100 izdelkov. Ključni kanal promocije je Lidlov letak.	
	Redno bomo objavljali trajnostna poročila.	Zadnje trajnostno poročilo smo objavili za poslovni leti 2022 in 2023. V prihodnje bodo trajnostna poročila objavljena glede na periodiko, ki jo predvideva CSRD.	
Letno bomo povečevali obseg donacij.	Vsaj dvakrat letno bomo izvedli večjo donacijo, ki bo temeljila na prodaji izdelkov lastnih blagovnih znamk, in vsaj enkrat letno večjo akcijo zbiranja hrane za ljudi v stiski ter hrane za živali.	V poslovnih letih 2022 in 2023 smo izvedli 11 donacij, temelječih na prodaji izdelkov lastnih blagovnih znamk. Skupaj smo donirali prek 97.000 EUR ter napolnili 331 zbiralnih košar s hrano za ljudi in 130 za živali.	
Nadalje bomo krepili sodelovanje s posameznimi skupinami deležnikov.	Nadalje se bomo strateško usmerjali v podporo slovenskemu parašportu s poudarkom na inkluzivnosti.	V poročevalskem obdobju smo nadaljevali podporo programu Postani športnik, v okviru katerega smo izvajali aktivnosti ozaveščanja in krepitve zavedanja o pomenu športnega udejstvovanja invalidnih otrok.	
	V poslovnem letu 2024 bomo organizirali izobraževalni dogodek kot podporo dobaviteljem pri oblikovanju lastnih podnebnih ciljev na podlagi pobude Science Based Targets. Do leta 2025 bomo Podnebno Akademijo razširili na poslovne partnerje prevoznike.	V poslovnem letu 2023 smo izvedli priprave za Podnebno Akademijo dobaviteljev, ki smo jo izvedli v poslovnem letu 2024.	
	Od poslovnega leta 2023 aktivno spodbujamo razpravo o kavcijskem sistemu na državni ravni in v okviru interesnih združenj ter tako proaktivno sodelujemo pri oblikovanju zakonodaje za doseganje okoljskih ciljev EU.	Kot prvi trgovec smo izrazili podporo uvedbi kavcijskega sistema v slovensko zakonodajo ter ohranjali reden dialog z različnimi deležniki. Med drugim smo organizirali delovno ekskurzijo za deležnike v Nemčijo, kjer smo jim predstavili delovanje kavcijskega sistema podjetij Skupine Schwarz.	
	Redno bomo izvajali analize za različne skupine deležnikov ter na podlagi rezultatov oblikovali ustrezne cilje in ukrepe.	V poročevalskem obdobju smo izvajali redne raziskave trga, ankete za zaposlene, posamezne fokusne skupine in nabor razširili z raziskavo med slovenskimi dobavitelji.	

TEME ZA PRIPRAVO TRAJNOSTNEGA POROČILA

V okviru postopka za opredelitev bistvenih trajnostnih tem, v katerega vključujemo različne skupine deležnikov, smo določili devet bistvenih tem, na katere imamo kot trgovsko podjetje velik vpliv in ki hkrati ključno vplivajo na naše poslovanje. Obenem v trajnostnem poročilu obravnavamo ne bistveno temo, ki smo jo v podjetju opredelili kot strateško pomembno. Postopek za opredelitev bistvenih tem trajnostnega poročila je opisan v [Aneksu 6](#).

Tudi tokratno trajnostno poročilo je pripravljeno v skladu s standardi GRI (Global Reporting initiative) in trajnostnimi cilji Združenih narodov – SDG (Sustainable Development Goals). Nanašanje na posamezne standarde GRI opredeljujemo sproti v posameznih poglavjih poročila in v [kazalu GRI](#), v katerem navajamo tudi naš prispevek k ciljem Združenih narodov.

V pripravo vsebin in kazalnikov trajnostnega poročila so bila vključena organizacijska področja, ki so vsebinsko odgovorna za poročane (bistvene) teme. Potrditev trajnostnega poročila je v domeni generalnega direktorja.



BISTVENE TEME



Podnebje (1,5 °C)



Surovine



Krožno gospodarstvo



Odpadna hrana



Delavske in
človekove pravice



Plačilo



Ozaveščeno
prehranjevanje



Varnost in
zdravje pri delu



Opolnomočenje

NEBISTVENA TEMA



Aktivno državljanstvo
in lokalni razvoj

NOVI PODNEBNI CILJI ZA BOLJŠI SVET

Podnebna strategija Lidla Slovenija je zasnovana na pobudi Science Based Targets (SBTi), h kateri smo se kot del Skupine Schwarz pridružili avgusta 2020. SBTi je podnebne cilje podjetij Skupine Schwarz validirala in potrdila septembra 2021. Cilji, ukrepi in napredek pri doseganju zastavljenih ciljev za poročevalsko obdobje so predstavljeni v poglavju Podnebje.

Po poročevalskem obdobju, septembra 2024, smo na področju varovanja podnebja naredili korak naprej in se v okviru Skupine Lidl zavezali, da bomo

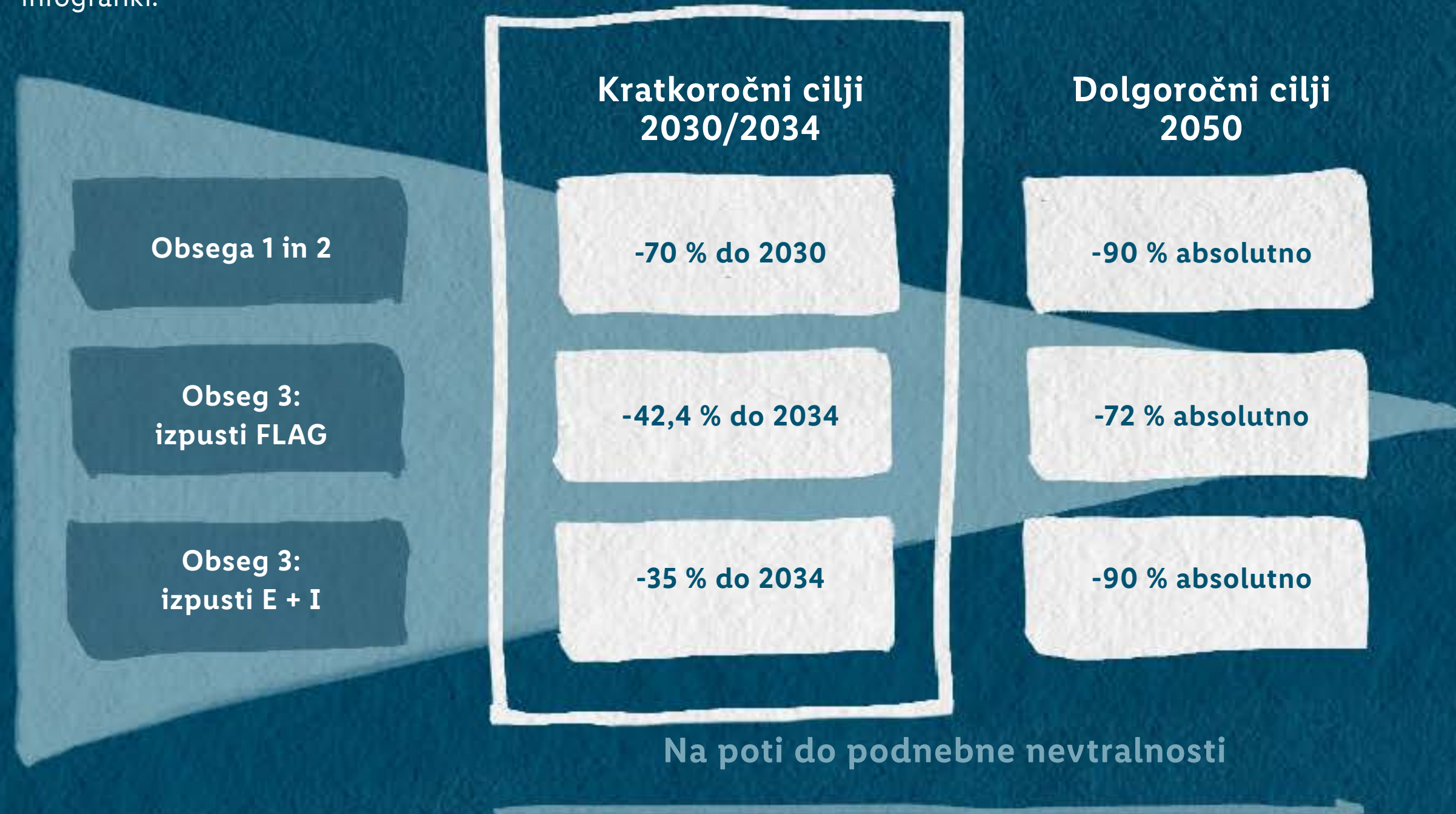
do leta 2050 v vseh lastnih trgovinah in dobavnih verigah dosegli neto ničelne izpuste.

To pomeni, da bomo svoje izpuste toplogrednih plinov zmanjšali na vrednosti čim bližje ničli.

Skladno s tem smo podnebno strategijo na ravni Skupine okrepili z novimi kratkoročnimi cilji obsega 3, kjer nastane več kot 90 % vseh izpustov podjetja. Naš cilj je, da zmanjšamo izpuste toplogrednih plinov na področju kmetijstva, gozdarstva in druge rabe zemljišč (izpuste »FLAG«) ter izpuste v panogah energetika in industrija (izpuste "E + I").

Na poti do podnebne nevtralnosti nas vodijo kratkoročni in dolgoročni cilji, ki so predstavljeni v infografiki:

Obenem bomo še naprej v tvornem sodelovanju z dobavitelji zasledovali cilj, ki smo si ga postavili leta 2021: največje dobavitelje, ki so odgovorni za 75 % izpustov obsega 3, povezanih z izdelki, bomo zavezali, da do leta 2026 določijo svoje cilje na področju zmanjšanja izpustov v skladu s pobudo Science Based Targets (SBTi).



Neto ničelni izpusti



1



PODNEBJE (1,5 °C)



NAŠI KLJUČNI DOSEŽKI IN POGLED V PRIHODNOST

2022

2030

V poslovnem letu 2022 smo vse lastne nepremičnine preklopili na 100-odstotno zeleno električno energijo.⁴

Ob koncu poslovnega leta 2023 smo za hlajenje izdelkov v logističnem centru v Arji vasi uporabljali izključno okolju prijaznejša hladilna sredstva.

Ob koncu poslovnega leta 2023 smo uporabljali naravna hladilna sredstva v segmentu hladilnih vitrin v 60 % trgovin in v segmentu zamrzovalnih komor v 25 % trgovin.

Ob koncu poslovnega leta 2023 smo zmanjšali izpuste toplogrednih plinov iz poslovanja za 82,65 % in s tem že presegli cilj, ki smo si ga zastavili do leta 2030 (80,6 %).

V poslovnih letih 2024 in 2025 bomo izvedli Podnebno akademijo za dobavitelje in poslovne partnerje prevoznike.

Do leta 2026 se bo k SBTi zavezalo 10 nacionalnih dobaviteljev.

Do poslovnega leta 2030 bomo s certifikatom Edge certificirali vse lastne nepremičnine.

KONTEKST

Več kot tri četrtine Evropejcev (78 %) meni, da okoljska vprašanja neposredno vplivajo na njihovo zdravje in vsakdanje življenje. Približno štirje od petih anketirancev (84 %) vidijo v okoljski zakonodaji EU temelj za zagotavljanje okoljevarstva.⁵

Države po vsem svetu so se leta 2015 zavezale k pariškemu podnebnemu sporazumu, da bodo



dvig globalne temperature omejile na 1,5 °C,

zavezo naj bi potrdile na **konferenci COP26 v Glasgowu leta 2021**. Da bi prispevale k ciljem pariškega sporazuma, so članice Evropske unije v letu 2019 podpisale **Evropski zeleni dogovor**, po katerem nameravajo



do leta 2050 doseči podnebno nevtralnost

v Evropi in postati prva podnebno nevtralna celina na svetu.

V okviru Evropskega zelenega dogovora so se članice zavezale, da bodo do leta 2030 zmanjšale izpuste toplogrednih plinov za vsaj 55 % v primerjavi z letom 1990. Sledil je zakonodajni sveženj **Pripravljeni na 55**, s katerim so sprejele zavezujoče podnebne cilje za vse ključne sektorje gospodarstva EU.⁶

Leta 2022 je v **EU največ izpustov toplogrednih plinov nastalo v energetskega sektorju** (26,6 %), sledila sta promet (23,1 %) in industrija (19,6 %). Kmetijstvo je na ravni EU ustvarilo 10,5 % izpustov toplogrednih plinov.⁷

V **Sloveniji** je bil leta 2021



glavni vir izpustov toplogrednih plinov promet,

ki je povzročil kar 50 % vseh izpustov, sledili so kmetijstvo (17 %), sektor široke rabe (12 %) in industrija (12 %).⁸



LIDLOV VPLIV

Kot ponudnik živilskih in neživilskih izdelkov smo soodgovorni za izpuste toplogrednih plinov vzdolž celotne verige vrednosti: toplogredni plini nastajajo v kmetijstvu, pri industrijski predelavi in transportu pa vse do uporabe izdelkov ter ravnanja z odpadki na naši strani in na strani kupcev. Največji del ogljičnega odtisa Lidla Slovenija pomenijo posredni izpusti obsega 3 (99,69 %) in znotraj njega nakup izdelkov in storitev (75,31 %).



LIDLOVA ZAVEZA

Podjetja Skupine Schwarz se pri opredeljevanju podnebnih ciljev opiramo na pobudo Science Based Targets (SBTi). V ta namen beležimo ogljični odtis vzdolž celotne verige vrednosti. Opredeljujemo cilje in ukrepe za omejitev izpustov in spremljamo svoj napredek. V Lidlu Slovenija smo si zastavili cilj, da bomo do leta 2030 v primerjavi z letom 2019 zmanjšali izpuste toplogrednih plinov iz poslovanja za 80,6 %.

SKUPNA PODNEBNA STRATEGIJA PODJETIJ SKUPINE SCHWARZ

V Lidlu Slovenija si kot del Skupine Schwarz prizadevamo, da bi bil naš vpliv na podnebne spremembe čim manjši, zato si želimo v največji možni meri zmanjšati izpuste toplogrednih plinov. Tako se držimo naslednjih treh načel:



SCIENCE BASED TARGETS KOT PODLAGA ZA SKUPNE PODNEBNE CILJE

Kot del skupne podnebne strategije smo podjetja Skupine Schwarz avgusta 2020 pristopila k pobudi Science Based Targets (SBTi). Po izračunu ogljičnega odtisa smo skupaj opredelili podnebne cilje po metodologiji SBTi

in jih podkrepili z ukrepi za zmanjšanje, omejitev ali kompenzacijo izpustov toplogrednih plinov pri poslovanju in v verigi vrednosti. Te znanstveno podprte cilje je SBTi potrdila in objavila septembra 2021.



SCIENCE
BASED
TARGETS

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

Pobuda Science Based Targets (SBTi) je zavezništvu priznanih okoljskih in podnebnih organizacij ter pobud Carbon Disclosure Project, United Nations Global Compact, World Resources Institute in World Wide Fund For Nature, ki se mu je pridružilo že več kot **4.000 podjetij in organizacij z vsega sveta**.

Snovalci pobude SBTi se zavzemajo za zmanjševanje izpustov toplogrednih plinov podjetij z uresničevanjem podnebnih ciljev, ki so izračunani na znanstveni podlagi. S tem bi kljub naraščanju svetovne populacije lahko dolgoročno ustvarili svetovno gospodarstvo, ki deluje z nizkimi izpusti.

Pobuda je postala mednarodno priznan standard za določanje ciljev za zmanjšanje izpustov toplogrednih plinov za podjetja. Pri opredeljevanju podnebnih ciljev SBTi upošteva sektor, v katerem podjetja delujejo, in njihovo velikost. To podjetjem omogoča, da z zmanjševanjem izpustov sledijo znanstveno zasnovanim ciljem ter se bolj učinkovito borijo proti podnebnim spremembam in prispevajo k doseganju globalnih ciljev pariškega sporazuma.

SKUPNI PODNEBNI CILJI⁹

Podjetja **Skupine Schwarz** prispevamo k omejevanju globalnega segrevanja na **1,5 °C**. Skupaj smo se zavezali, da bomo do leta **2030 zmanjšali izpuste toplogrednih plinov iz poslovanja (obsega 1 in 2) za skupno 55 %¹⁰** v primerjavi z letom 2019.

2019

55 % manjši izpusti toplogrednih plinov v **Skupini Schwarz**

2030

V **Skupini Lidl** bomo k temu skupnemu cilju prispevali z **zmanjšanjem izpustov v obsegih 1 in 2 za 80 %**.

2019

80 % manjši izpusti toplogrednih plinov v **Skupini Lidl**

2030

V **Lidlu Slovenija** bomo v istem obdobju zmanjšali **izpuste toplogrednih plinov iz poslovanja (obsega 1 in 2) za 80,6 %**.

2019

80,6 % manjši izpusti toplogrednih plinov v **Lidlu Slovenija**

2030

Da bi dosegli zastavljene cilje, **vsaj podjetja Skupine Schwarz** od poslovnega leta 2022 med drugim **uporabljamo električno energijo, ki je v 100 %¹¹ pridobljena iz obnovljivih virov energije**. Skupina Lidl je od poslovnega leta 2022 **podnebno nevtralna v obsegih 1 in 2** v vseh državah, v katerih deluje.¹²



TRAJNO DELAMO SIJAJNO

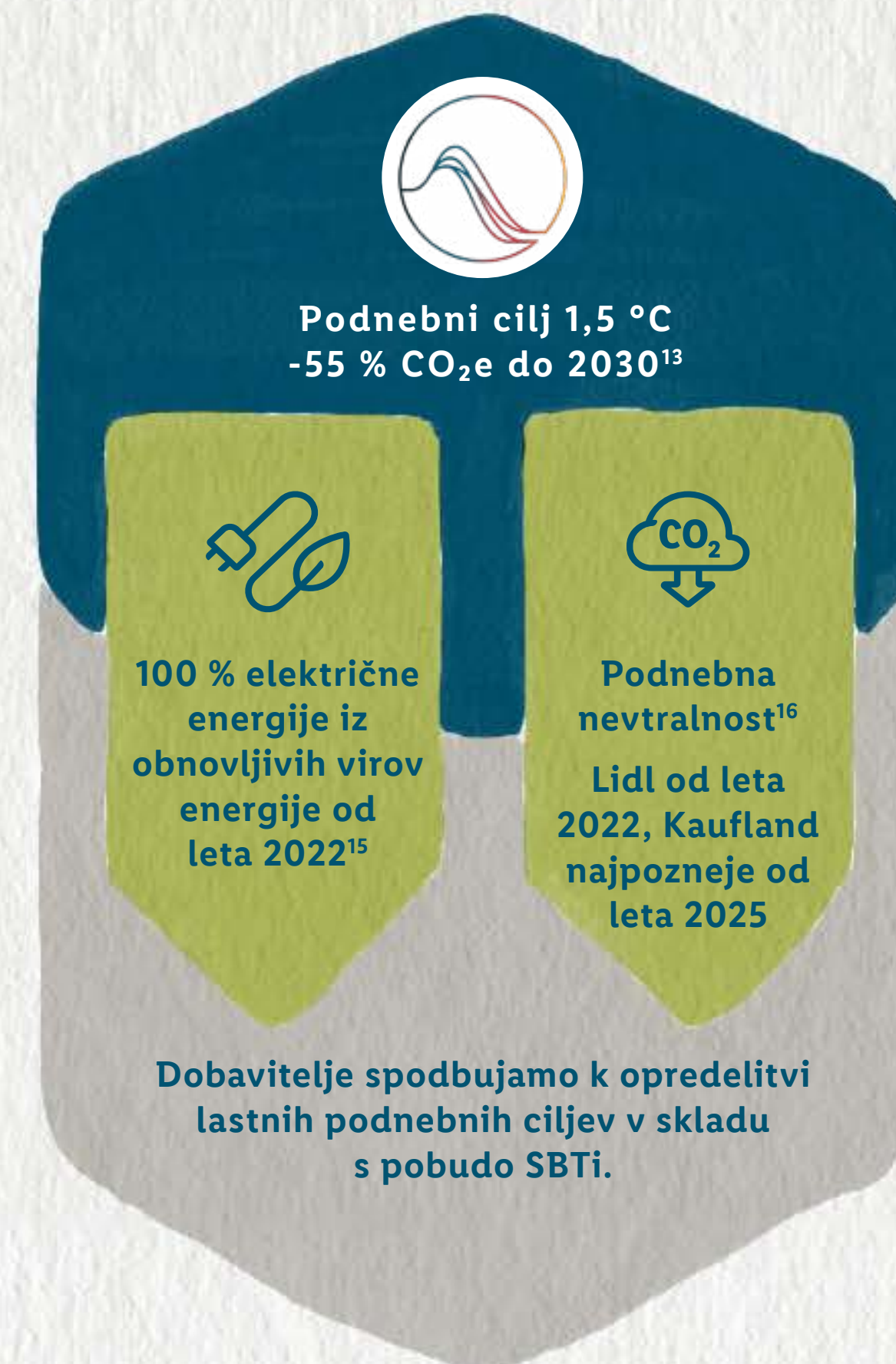
V **Lidlu Slovenija** smo ob koncu poslovnega leta 2022 s preklpom na zeleno električno energijo v vseh lastnih nepremičninah **izpuste iz poslovanja zmanjšali za 76,8 %¹⁴**.

Zastavljeni cilj zmanjšanja izpustov toplogrednih plinov iz lastnega poslovanja za 80,6 % do leta 2030 smo presegli že ob koncu poslovnega leta 2023, ko smo dosegli zmanjšanje v višini 82,65 %.

Prav tako je Skupina Lidl zavezala svoje **dobavitelje, ki so odgovorni za 75 % izpustov, povezanih z izdelki, da si do leta 2026 določijo svoje podnebne cilje v skladu z merili SBTi**.

V poročevalskem obdobju se je pet dobaviteljev Lidla Slovenija odločilo, da bodo do leta 2026 postavili podnebne cilje v skladu s pobudo SBTi.

Podnebni cilji podjetij Skupine Schwarz v obsegih 1 in 2



OGLJIČNI ODTIS LIDLA SLOVENIJA

Ogljični odtis smo v Lidlu Slovenija prvič izmerili leta 2019 in odtlej ga popisujemo vsako leto.

Na podlagi izračuna ogljičnega odtisa prepoznavamo priložnosti za zmanjšanje izpustov, omogoča nam pregled učinkov ukrepov, ki jih izvajamo, in dokumentiranje napredka pri doseganju zastavljenih podnebnih ciljev.

Na izpuste obsegov 1 in 2 imamo velik vpliv in jih lahko z ustreznimi ukrepi preprečimo ali vsaj omejimo. Tiste, ki jih ne moremo preprečiti, kompenziramo s certificiranimi podnebnimi projekti.

Tabela na naslednji strani prikazuje izpuste toplogrednih plinov Lidla Slovenija v tonah ekvivalenta CO₂, ki zajemajo trgovine, logistični center in upravno stavbo. Pri izračunih smo upoštevali zahteve protokola za toplogredne pline (GHG).¹¹

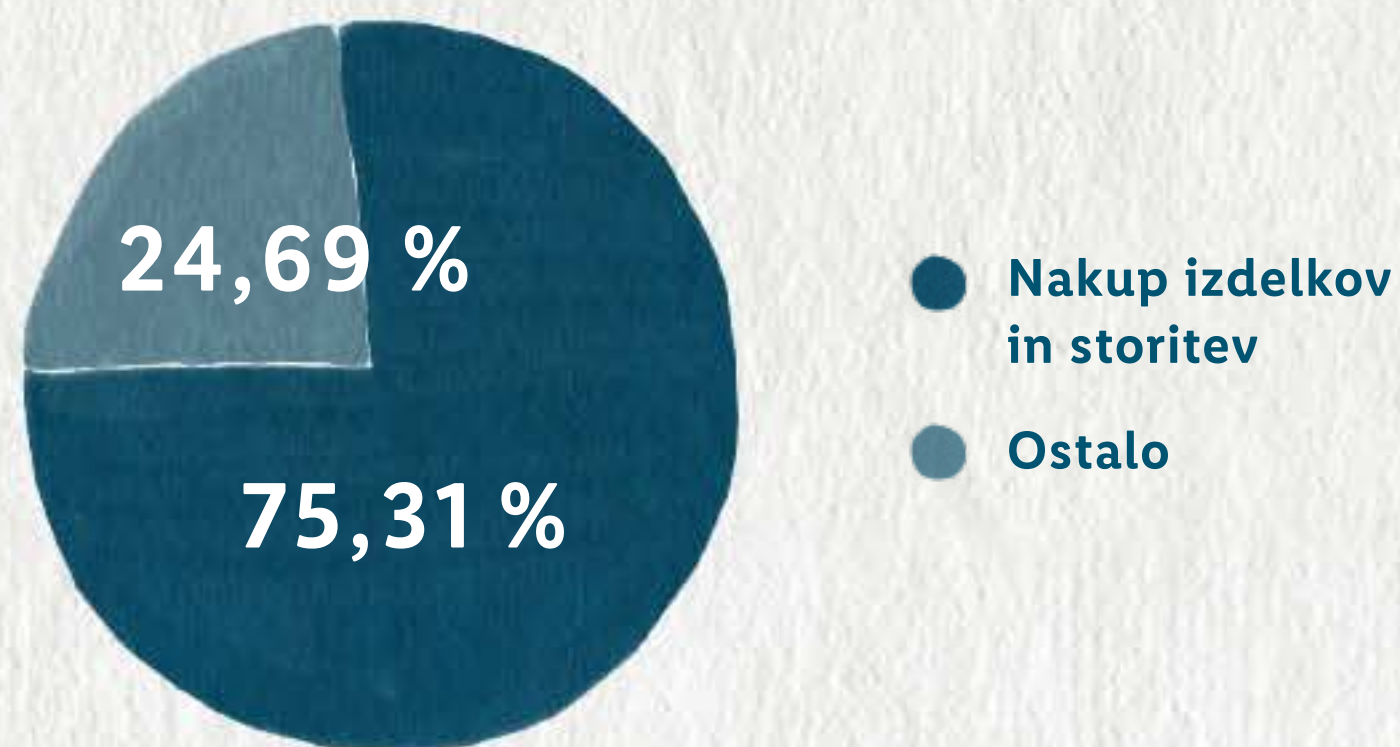
Tabela izpustov toplogrednih plinov vključuje:

- neposredne izpuste toplogrednih plinov (obseg 1),
- posredne izpuste toplogrednih plinov zaradi nakupa energije (obseg 2) ter
- posredne primarne (upstream) in nadaljnje (downstream) izpuste toplogrednih plinov v naših dobavnih verigah in verigah vrednosti (obseg 3).

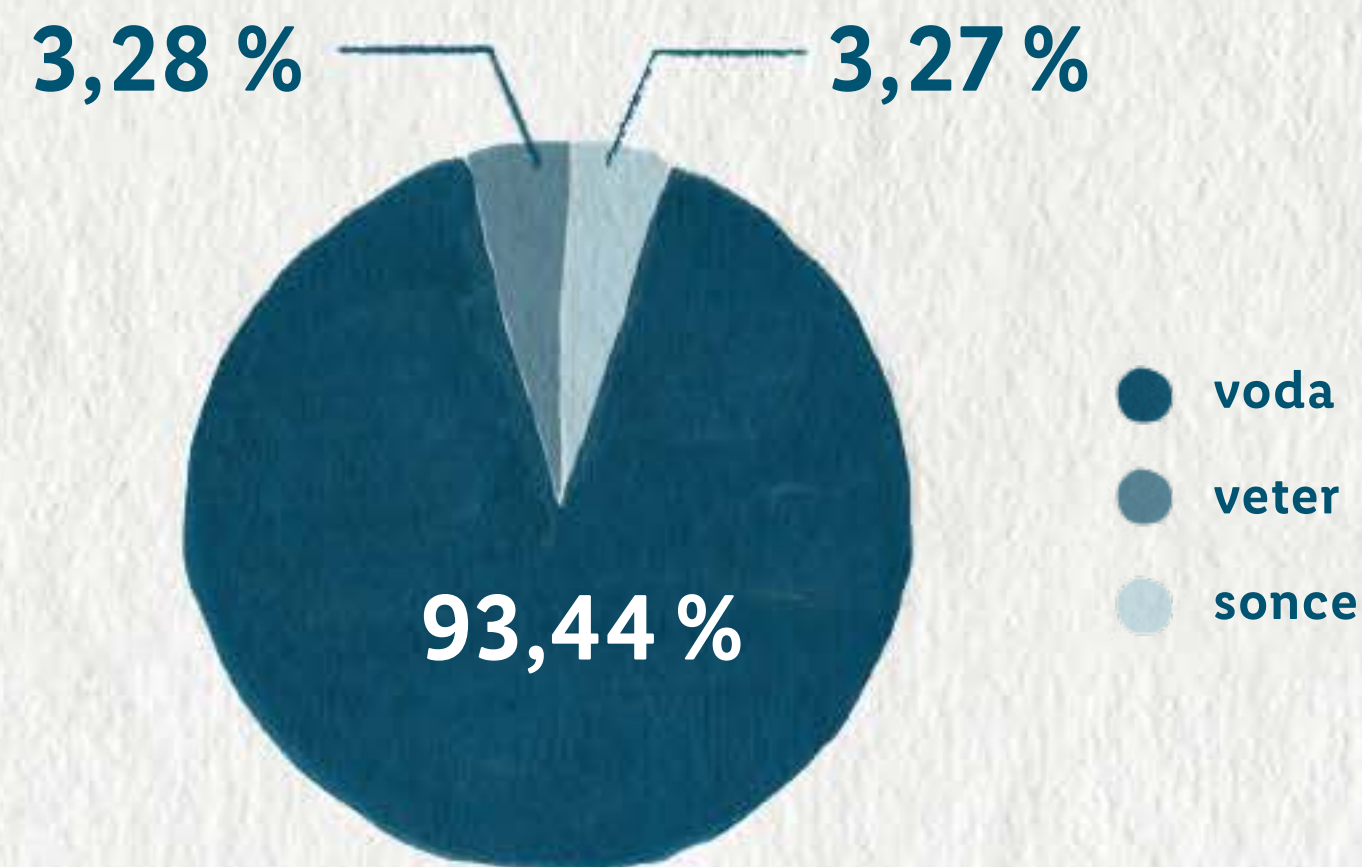
Podatke o izpustih pri poslovanju pridobivamo sami, emisijske faktorje in podatke za izpuste obsega 3 pridobivamo od zunanjega ponudnika storitev (na primer dolžina poti tovornih vozil v logistiki) ali jih ocenimo v sodelovanju z zunanjimi svetovalci (na primer način prevoza zaposlenih na delo in z dela). Zunanji ponudnik storitev za nas izračuna tudi ogljični odtis.

O izpustih obsega 2 poročamo na dva načina: po lokacijskem pristopu, pri katerem za preračun uporabljamo emisijske faktorje za Slovenijo, in tržnem pristopu, ki temelji na emisijskih faktorjih, ki jih pridobimo neposredno od dobavitelja električne energije. Skupne izpuste za obsege 1, 2 in 3 izračunavamo po tržnem pristopu.

Izpusti obsega 3 v Lidlu Slovenija



Sestava primarnih virov za proizvodnjo električne energije za Lidl Slovenija (lastne nepremičnine)¹⁷



Pregled izpustov toplogrednih plinov Lidla Slovenija¹⁸

Kategorije po protokolu za toplogredne pline (GHG Protocol)	Izpusti toplogrednih plinov (v tonah ekvivalenta CO ₂), izhodiščno leto 2019	Izpusti toplogrednih plinov (v tonah ekvivalenta CO ₂), poslovno leto 2022	Izpusti toplogrednih plinov (v tonah ekvivalenta CO ₂), poslovno leto 2023
Obseg 1	1.648,51	2.558,27	1.941,67
Ubežni izpusti	472,82	1.302,93	822,66
Mobilno izgorevanje	1.061,59	1.195,51	1.064,11
Stacionarno izgorevanje	114,10	59,83	54,90
Obseg 2 (tržni pristop)	10.745,14	317,39	208,48
Daljinsko ogrevanje: tržni pristop	30,13	116,68	208,48
Električna energija: tržni pristop	10.751,01	200,71	0
Električna energija: lokacijski pristop	7.415,46	7.402,70	7.777,32
Obseg 3	518.376,85	636.694,17	697.912,36
3.1 Kupljeni blago in storitve	474.256,27	512.354,70	527.190,87
3.3 Izpusti, vezani na gorivo in električno energijo	1.427,11	1.519,26	1.588,28
3.4 Prevoz v pritoku vrednosti	2.759,45	31.189,29	32.541,24
3.5 Odpadki pri poslovanju	1.413,86	1.360,30	1.237,54
3.6 Poslovne poti	592,93	299,40	435,63
3.7 Prevoz zaposlenih na delo in z dela	1.864,80	2.322,00	2.422,80
3.11 Uporaba prodanega blaga	35.455,58	49.249,53	87.764,56
3.12 Obdelava prodanih izdelkov ob koncu njihove življenjske dobe	606,85	25.819,06	32.327,52
Izpusti skupaj (tržni pristop)	530.770,50	639.569,83	700.062,51

Intenzivnost izpustov toplogrednih plinov iz obsegov 1 in 2 znaša 0,03 tCO₂e/m² prodajne površine (tržni pristop).

V poslovnem letu 2023 smo v Lidlu Slovenija povečali izpuste obsega 1 za 18 % v primerjavi z izhodiščnim letom 2019. Povečanje se nanaša zgolj na kategorijo ubežnih izpustov, kar pripisujemo širitvi mreže trgovin in namestitvi oziroma vgradnji hladilne in zamrzovalne tehnike ter hladilnih sistemov. Kljub širitvi mreže trgovin nam je uspelo zmanjšati izpuste iz tega naslova v primerjavi s prejšnjim letom, saj ciljno zamenjujemo hladilna sredstva z naravnimi ali okolju manj škodljivimi. Izpuste stacionarnega izgorevanja smo v primerjavi z izhodiščnim letom zmanjšali za 52 %, in sicer z intenzivnim preklapljanjem plinskih kotlov na toplotne črpalke tako v novih kot tudi v obstoječih trgovinah.

V poslovnem letu 2023 smo s prehodom na električno energijo iz obnovljivih virov energije v vseh naših nepremičninah za 98 % zmanjšali tudi celotne izpuste obsega 2 v primerjavi z izhodiščnim letom. Edini del izpustov obsega 2, ki se je glede na izhodiščno leto povečal, so izpusti daljinskega ogrevanja. Njihova rast je neposredno povezana z rastjo mreže trgovin, natančneje z zakonsko obveznostjo priklopa na omrežje toplarn v posameznih mestnih občinah.

Pri izpustih obsega 3 smo v poslovnem letu ugotovili 32-odstotno rast v primerjavi z izhodiščnim letom, ki jo proporcionalno prav tako pripisujemo širitvi mreže trgovin, pri čemer dve kategoriji izrazito odstopata. Povečanje izpustov v kategoriji 3.4 (Prevoz v pritoku vrednosti) je posledica spremembe obračuna izpustov: do poslovnega leta 2021 je bil prevoz blaga obračunan na ravni celotne Skupine Lidl, od poslovnega leta 2022 pa so ti izpusti obračunani v posamezni Lidlovi državi, kjer se kaže kot povečanje v izkazih. Povečani izpusti kategorije 3.12 (Obdelava prodanih izdelkov ob koncu njihove življenjske dobe) so rezultat preračuna izpustov z bolj natančnimi emisijskimi faktorji.¹⁹ Prehod na nove emisijske faktorje in bolj natančno alociranje izpustov po odgovornih Lidlovih državah sta bila uvedena z namenom bolj aktivnega spremljanja izpustov in merjenja učinkov ukrepov za njihovo zmanjševanje.

HLADILNA SREDSTVA

V Lidlu Slovenija sledimo internim standardom gradnje, v skladu s katerimi uvajamo amonijak (NH₃), propan (C₃H₈) in ogljikov dioksid (CO₂) kot naravna hladilna sredstva za klimatiziranje prostorov in hlajenje izdelkov.

Ob koncu poslovnega leta 2023 smo v **logističnem centru v Arji vasi uporabljali izključno naravna hladilna sredstva za hlajenje izdelkov**. V istem obdobju smo naravna hladilna sredstva za hlajenje izdelkov v **segmentu hladilnih vitrin uporabljali tudi v 60 % naših trgovin, v 25 % trgovin** pa smo naravna hladilna sredstva uporabljali za hlajenje izdelkov v **segmentu zamrzovalnih komor**.

Pri ponovnem polnjenju so naravna hladilna sredstva pomenila 0,6 % uporabljenih hladilnih sredstev.



ENERGIJA IZ OBNOVLJIVIH VIROV

Uporaba električne energije iz obnovljivih virov energije je pomemben ukrep pri zmanjševanju izpustov toplogrednih plinov. V Lidlu Slovenija kupujemo zeleno električno energijo iz omrežja in obenem proizvajamo lastno električno energijo iz obnovljivih virov. V začetku poslovnega leta 2022 smo vse nepremičnine, ki so v naši lasti, **priklopili na 100-% zeleno električno energijo**.²⁰



TRAJNO DELAMO SIJAJNO

Leta 2016 smo postavili prvo sončno elektrarno in od takrat vsako leto povečujemo njihovo število.

Leta 2023 je bilo 14 nepremičnin Lidla Slovenija opremljenih s sončnimi elektrarnami, ki so proizvedle 3.313.778,2 kWh električne energije, kar pokriva 8,9 % vseh naših potreb po električni energiji.

Če proizvedemo več sončne energije, kot je potrebujemo za lastne potrebe, presežek oddamo v javno omrežje. V letu 2023 smo v javno omrežje oddali 398.132,5 kWh.

100 %

električne energije, ki jo porabimo v Lidlu Slovenija, je pridobljene iz obnovljivih virov.²¹

8,9 %

električne energije za lastne potrebe smo proizvedli sami.

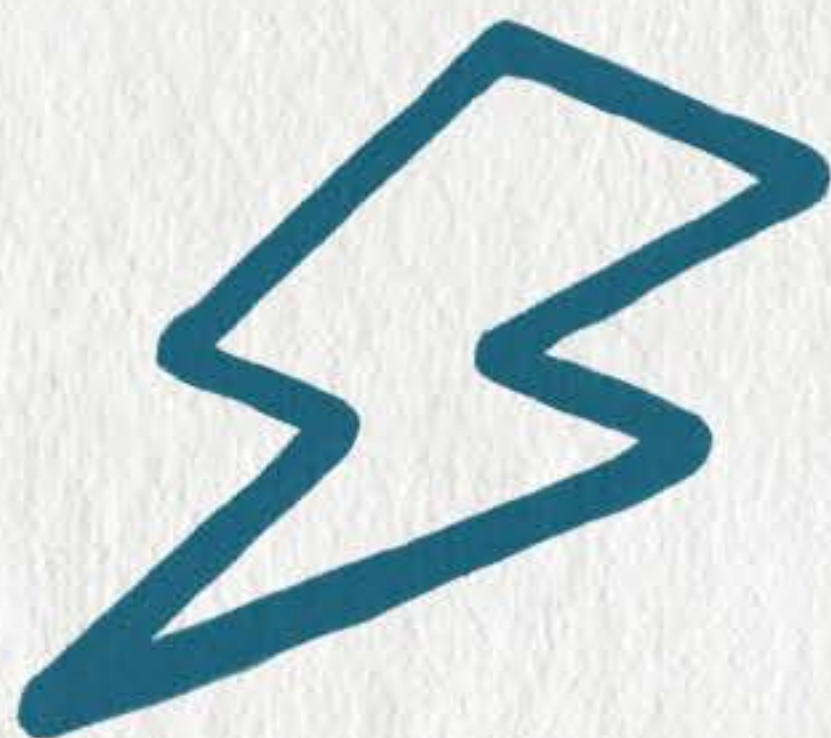


UPRAVLJANJE ENERGIJE

Poleg večje uporabe električne energije iz obnovljivih virov je za zmanjšanje izpustov toplogrednih plinov ključna tudi **učinkovitejša raba energije**. Vse naše stavbe (trgovine, logistični center in upravna stavba) so certificirane v skladu s sistemom upravljanja energije **ISO 50001**.

Ob rednem spremljanju in ocenjevanju količine porabljene električne energije organiziramo tudi izobraževanja o energetske učinkovitosti za zaposlene. V podjetju imamo oblikovan sistem upravljanja, s katerim je mogoče že v zgodnji fazi odkriti morebitne pomanjkljivosti in opredeliti dodatne možnosti za izboljšave.

V trgovinah je v poslovnem letu 2023 šolanje ISO 50001 opravilo 99 %, v skladišču pa 89 % zaposlenih.



PORABA ENERGIJE

Skupna poraba energije Lidla Slovenija se je v obdobju poročanja povečala s 40.790.152,24 kWh v poslovnem letu 2022 na 42.646.021,84 kWh v poslovnem letu 2023 (4,55 %). Razlogi za povečanje so predvsem širitev mreže trgovin, večji obseg polnilnic za električne avtomobile in večja uporaba polnilnic. Obenem se je energetska intenzivnost povečala s 534,49 kWh na kvadratni meter prodajnega prostora v poslovnem letu 2022 na 538,92 kWh v poslovnem letu 2023 (0,64 %), kar je predvsem posledica vremensko pogojene manjše proizvodnje sončnih elektrarn ter uporabe večjih in posledično energetske manj učinkovitih hladilnih vitrin v trgovinah.

Lastna proizvodnja električne energije se je v poslovnem letu 2023 zmanjšala zaradi slabših vremenskih pogojev. Posledično se je zmanjšala tudi oddaja presežkov proizvedene sončne energije v omrežje. Večja skupna poraba električne energije in daljinskega ogrevanja v poslovnem letu 2023 je predvsem posledica širitve mreže trgovin.

V poslovnem letu 2023 se je zmanjšala poraba goriva za lastni vozni park zaradi večjega obsega električnih avtomobilov, pa tudi večjega obsega opravljanja dela od doma. Ker pri šotorskih razprodajah nismo ogrevali šotorov, je upadla poraba kurilnega olja.

Neposredna poraba energije glede na primarni vir

	Poslovno leto 2022	Poslovno leto 2023
Neposredna poraba energije (kWh)		
Lastna proizvodnja električne energije	3.383.248	3.313.778
Od tega lastna proizvodnja električne energije iz obnovljivih virov	0	0
Od tega zemeljski plin	243.204	256.456
Od tega kurilno olje	0	0
Od tega energija, porabljena za vozni park ²²	4.760.409,67	4.241.920,96
Od tega drugi primarni viri energije	60.197,70	31.683
Posredna poraba energije (kWh)		
Daljinsko ogrevanje	474.694	848.183
Električna energija	230.173	736.747
Od tega električna energija iz mešanih obnovljivih virov	32.095.991	33.615.386
Vsota neposredne in posredne porabe energije (kWh)		
Prodaja električne energije iz obnovljivih virov v omrežje	457.766	398.132
Prodaja električne energije iz obnovljivih virov v omrežje	0	0
Skupna poraba energije	40.790.152,24	42.646.021,84

LOGISTIKA

V Lidlu Slovenija nimamo lastnega voznega parka za dostavo izdelkov v logistični center in trgovine. Zato izpusti zaradi prevoza nastajajo pri pogodbenih partnerjih, ki za nas izvajajo logistiko.

Vsa tovorna vozila naših pogodbenih partnerjev ustrezajo emisijskemu razredu E6.

Prizadevamo si za učinkovito izrabo prevoznih zmogljivosti in omejevanje voženj tovornjakov brez tovora, zato smo pozorni na optimizacijo poti glede na potrebe trgovin. V povprečju dosežemo 95 % izkoriščenost tovornih vozil. V poslovnem letu 2023 smo dodatno uvedli **samoprevzem blaga pri dobaviteljih** in tako skrajšali njihove prevožene poti za okoli 13.000 km na letni ravni.²³

Od poslovnega leta 2022 za dostavo v trgovine v mestnih središčih **uporabljamo manjša dostavna vozila**, v poročevalskem obdobju smo vpeljali tri manjša dostavna vozila za dostavo v trgovine v Ljubljani.

V poslovnem letu 2023 smo testirali enega prvih električnih tovornih vozil v Sloveniji z 18 paletnimi mesti. Vsako električno tovorno vozilo bi pomenilo prihranek na letni ravni v višini 74,4 tCO₂e.

GRADNJA

V Lidlu Slovenija smo si zastavili cilj, da bomo postopoma povečevali delež trajnostnih gradbenih materialov. Pri gradnji posameznih trgovin uporabljamo lepljene lesene strešne nosilce in uvajamo uporabo strešne folije Koster, ki je iz 60 % reciklata.

Od poslovnega leta 2024 naprej bomo trgovine postopoma certificirali po certifikatu **Edge**, od leta 2018 pa so vse naše nepremičnine certificirane s **certifikatom ISO 50001**.

Certifikat Edge (Excellence in Design for Greater Efficiency) je ustvaril IFC, ki deluje v okviru Svetovne banke, kot podpora lastnikom nepremičnin pri gradnji in upravljanju »zelenih« stavb. S pomočjo certifikata Edge lahko podjetja in organizacije bolje načrtujemo gradnjo v duhu trajnosti in varovanja podnebja ter zagotavljamo manjši ogljični odtis svojih nepremičnin.

Ob koncu poslovnega leta 2023 smo s toplotnimi črpalkami ogrevali **59 trgovin in logistični center**. Konec poslovnega leta 2023 smo v **13 nepremičninah uporabljali rekuperacijo toplote iz hlajenja izdelkov**.

V poročevalskem obdobju smo namestili **LED-luči** za umetno razsvetljavo v upravni stavbi in prešli na **lastno električno odjemno mesto** v 1 najemniški trgovini, kar nam je omogočilo njen priklop na zeleno električno energijo. **Zmanjšali smo intenzivnost osvetljenosti v posameznih trgovinah in v pekarnah v trgovinah uvedli senzorsko razsvetljavo.** V vseh objektih smo **znižali temperaturo v prostorih v ogrevalni sezoni**, hladnejšim zimskim razmeram smo prilagodili tudi temperaturo hlajenja v zamrzovalnih celicah v logističnem centru.

Uporaba **avtomatizacije stavb zmanjšuje** energetske potrebe, saj vključuje nadzor in optimizacijo porabe energije ter spremlja delovanje tehnologij v stavbi.

S pomočjo centralnega nadzornega sistema (CNS) nadziramo čas delovanja razsvetljave, klimatskih in prezračevalnih sistemov ter v posameznih trgovinah čas razsvetljave glede na dnevno svetlobo ali prisotnost oseb. S pomočjo programske opreme za analizo in nadzor porabe v prostorih nadziramo in analiziramo delovanje prej naštetih energetskih porabnikov.

TRAJNO DELAMO SIJAJNO

Ob koncu poslovnega leta 2023 smo imeli **40 električnih polnilnic in 114 električnih polnilnih mest postavljenih na parkiriščih 59 % trgovin**, za katere smo električno energijo pridobivali izključno iz obnovljivih virov energije. Do leta 2025 bomo, v skladu z zakonodajo, na parkiriščih lastniških trgovin namestili po **1 električno polnilnico**.



PONUDBA

Od leta 2019 v sklopu analize tveganj redno merimo ogljični odtis izdelčnih skupin in s tem njihov vpliv na podnebje. Izdelki živalskega izvora, kamor sodijo meso in mlečni izdelki, ter neprehranski izdelki, kot so elektronske naprave v času njihove uporabe, predstavljajo proizvode z visokimi izpusti toplogrednih plinov. Pri prehrabnih skupinah izdelkov na izpuste v veliki meri vplivajo postopki v kmetijstvu in živinoreja, pri elektronskih napravah je glavni dejavnik izpustov toplogrednih plinov faza uporabe, ki je odvisna od energetske učinkovitosti izdelkov in vrste elektrike za njihovo uporabo.

Podjetja Skupine Schwarz zavezujemo dobavitelje, ki so odgovorni za 78 % izpustov, povezanih z izdelki, zavezala, da si do leta 2026 določijo podnebne cilje v skladu z merili pobude SBTi.

TRAJNO DELAMO SIJAJNO



V Lidlu Slovenija smo si postavili cilj, da do leta 2026 k pobudi SBTi pristopi 10 nacionalnih dobaviteljev. Pri tem smo želeli dobaviteljem ponuditi konkretno in praktično pomoč ter v poslovnem letu 2023 izvedli pripravo na prvo Lidlovo Podnebno akademijo, ki smo jo izpeljali v poslovnem letu 2024.

V skladu s svojimi podnebnimi prizadevanji smo v poročevalskem obdobju **razširili nabor veganskih izdelkov**. Hkrati smo kupce informirali o prednostih trajnostnih prehranskih praks in jih spodbujali, da v svoje jedilnike vključijo tudi podnebju prijaznejše alternative izdelkov.

V poslovnih letih 2022 in 2023 smo kupcem ponudili 111 veganskih izdelkov pod lastno blagovno znamko Vemondo, ki imajo manjši ogljični odtis.

Na emisije na področju ponudbe vpliva tudi letalski transport surovin in izdelkov. Kljub temu, da se le majhen delež svetovne hrane prevaža z letali, je treba upoštevati, da so izpusti CO₂ pri tovrstnem transportu tudi 50-krat večji kot pri transportu s tovornimi ladjami (tone/kilometer).²⁴

Leta 2023 smo si zastavili cilj, da se bomo v svojih dobavnih verigah v čim večji meri izogibali letalskemu prevozu sadja in zelenjave ter tako omejili izpuste toplogrednih plinov. V ponudbo sadja in zelenjave, kolikor je mogoče, vključujemo sezonske izdelke.



Na področju varovanja okolja so v Lidlu Slovenija za opredeljevanje ciljev in operativno izvajanje ukrepov, s katerimi se zagotavlja skladnost z zakonodajo in notranjimi smernicami posamezne države, odgovorna področja Nepremičnine, Logistika in Gradnja. Obenem je področje Nabava odgovorno za podnebna vprašanja v dobavni verigi. Aktivnosti izvajajo v tesnem sodelovanju s Trajnostno koordinacijo, ki deluje v okviru področja Korporativne zadeve.



2 SUROVINE



Za dobrobit

narave

delamo

Spremembe prave

NAŠI KLJUČNI DOSEŽKI IN POGLED V PRIHODNOST

2022

2030

Konec poslovnega leta 2022 smo dosegli popolno transparentnost glede količin, izvora in vrste certificiranja palminega olja (Mass Balance, Segregated ali Identity Preserved) v vseh izdelkih lastnih blagovnih znamk, ki vsebujejo palmino olje.

Ob koncu poslovnega leta 2022 smo vso hrano za mačke (okus ribe) certificirali po standardih ASC ali MSC.

Ob koncu poslovnega leta 2023 smo dosegli 100 % certificiranje črnega, zelenega in rooibos čaja po standardu Fairtrade, Rainforest Alliance ali Bio.

Do konca poslovnega leta 2024 bo vsa celuloza v izdelkih in embalaži iz recikliranih materialov ali certificirana po FSC - to zajema tako primarno kot sekundarno embalažo, vključno z etiketami.

Do konca poslovnega leta 2025 bomo povečali izbor trajnostno certificiranih oreškov in riža.

Do konca poslovnega leta 2025 bomo dosegli 100 % certificiranje svežih rib v redni ponudbi s standardom ASC, MSC, Bio, GlobalG.A.P. ali BAP.

KONTEKST

Povpraševanje po kritičnih surovinah v Evropski uniji in svetu eksponentno narašča, zato je Evropski svet marca 2024 sprejel



evropski akt o kritičnih surovinah,

pri katerih obstaja **veliko tveganje motenj pri oskrbi** zaradi koncentracije njihovih virov ter pomanjkanja primernih in cenovno dostopnih nadomestkov. Z aktom želijo povečati in **diverzificirati** oskrbo Evropske unije s kritičnimi surovinami, spodbujati **krožnost** ter podpirati **raziskave in inovacije** na področju učinkovite rabe virov in nadomeščanja kritičnih surovin.²⁵

Oskrba s hrano je neločljivo povezana z agroživilskim sektorjem, ki je **eden največjih gospodarskih sektorjev** v Evropski uniji. Od kmetijstva je odvisnih



približno 40 milijonov delovnih mest

na področju predelave hrane, prodaje živil na drobno in gostinskih storitev.²⁶

Pridobivanje surovin je v globalnih dobavnih verigah, poleg okoljskih tveganj, tesno povezano tudi z vprašanji spoštovanja človekovih pravic. Z odgovornim pristopom do področja, inovacijami in sodelovanjem lahko deležniki, med katere sodimo tudi trgovska podjetja, skupaj pripomoremo k ohranjanju naravnih virov ter gradnji bolj trajnostne in pravične prihodnosti s posluhom za okolje in ljudi.



LIDLOV VPLIV

V Skupini Lidl in Lidlu Slovenija kupcem ponujamo širok nabor izdelkov, ki so narejeni iz surovin različnih izvorov in z različnimi načini proizvodnje ali predelave. Tveganja se pojavljajo predvsem zaradi globalnih dobavnih verig, ki so tako zapletene, da je otežena sledljivost surovinam od izvora naprej, posledično pa tudi hitro odkrivanje kršitev spoštovanja človekovih pravic in zahtev za varovanje okolja. Pogajalski položaj, ki ga imamo kot mednarodna trgovska skupina, nam omogoča, da od dobaviteljev zahtevamo večjo transparentnost poslovanja in zagotavljanje boljše preglednosti nad pridelavo in predelavo surovin, kar je osnova za doseganje trajnostnih sprememb.



LIDLOVA ZAVEZA

V Skupini Lidl in posledično tudi v Lidlu Slovenija smo zavezani k odgovornemu pridobivanju surovin, pri čemer posebno pozornost namenjamo ohranjanju ekosistemov in naravnih virov ter spoštovanju človekovih pravic. Zato se zavezujemo, da bomo do konca poslovnega leta 2025 zagotovili bolj trajnostno pridobivanje ključnih surovin, ki imajo velik vpliv na ljudi, okolje in družbo ter so pomembne za našo ponudbo izdelkov. Te zaveze uresničujemo na podlagi številnih analiz za prepoznavanje tveganj in z vpeljavo ukrepov za zmanjšanje negativnih učinkov naše dejavnosti na področju pridobivanja surovin.

STRATEGIJA UPRAVLJANJA SUROVIN V SKUPINI LIDL

Za učinkovito upravljanje področja smo v Skupini Lidl oblikovali trajnostno nabavno politiko, na podlagi katere si v naših dobavnih verigah prizadevamo za vzpostavljanje trajnostnih okoljskih praks in spoštovanje človekovih pravic, povezanih z delom.

Kot **ključne surovine** opredeljujemo tiste surovine, pri katerih smo v analizi tveganj v dobavnih verigah identificirali največje tveganje kršenja človekovih pravic in negativnega vpliva na okolje pri njihovi pridelavi ali pridobivanju. Te surovine so hkrati ključne za proizvodnjo izdelkov lastnih blagovnih znamk.

Upravljanje surovin v Skupini Lidl

Do konca leta 2025 bomo zagotovili bolj trajnostno nabavo ključnih surovin.

1. Razumevanje vplivov

Prepoznavamo tveganja v naših dobavnih verigah in jih transparentno prikazujemo.

2. Vzpostavitev standardov

S ponudbo izdelkov iz certificiranih surovin kupcem omogočamo bolj informirane in trajnostne nakupne odločitve.

3. Spodbujanje alternativ

V ponudbo vključujemo izdelke iz alternativnih surovin (npr. sončnično olje namesto palminega) in s tem zmanjšujemo nabavo surovin, ki so bile na podlagi analiz tveganj opredeljene kot ključne.

4. Spodbujanje sprememb

Sodelujemo v različnih več deležniških pobudah in projektih z namenom spodbujanja sprememb v celotni panogi, sodelovanja pri razvoju standardov in podpiranja projektov.

Kodeks ravnanja za poslovne partnerje podjetij Skupine Schwarz je že vrsto let sestavni del pogajanj z dobavitelji z namenom, da bi dobavitelje zavezali k spoštovanju v njem zapisanih načel in standardov. Ti temeljijo na mednarodnih standardih s področij otroškega in prisilnega dela, plač in delovnega časa, pravične obravnave ter preprečevanja diskriminacije.

Do leta 2025 želimo vzpostaviti dobavne verige z manjšim vplivom na krčenje in izkoriščanje gozdov, zato si še posebej prizadevamo za certificiranje **palminega olja, kakava, kave in celuloze**.

Odgovornost prevzemamo z vzpostavitvijo projektov, ciljno usmerjenih v varovanje okolja ob pridobivanju surovin, ter vključevanjem v partnerstva in delovne skupine z več deležniki, kar smo podrobneje opredelili v Nabavni politiki "Surovine".

O naših prizadevanjih za bolj trajnostno pridobivanje ključnih surovin smo pisali že v preteklih trajnostnih poročilih. V tem trajnostnem poročilu se osredotočamo na ključne surovine, pri katerih smo v poročevalskem obdobju 2022/2023 dosegli napredek.

V Lidlu Slovenija uvajamo trajnostno nabavno politiko v vse poslovne odnose.

KLJUČNE SUROVINE

Pri nabavi surovin se opiramo na mednarodno priznane certifikate, ki zagotavljajo, da so kupljene surovine pridelane skladno s trajnostnimi praksami na področju varovanja okolja in zaščite človekovih pravic. Tako s sodelovanjem s certificiranimi dobavitelji in organizacijami ter vključevanjem certificiranih izdelkov na naše prodajne police spodbujamo zmanjševanje okoljskih in družbenih tveganj. Z umestitvijo certifikatov in oznak na embalažo izdelkov pa kupcem pomagamo pri sprejemanju trajnostnih nakupnih odločitev. Pregled ključnih surovin navajamo ob koncu poglavja.

PALMINO OLJE

V Skupini Lidl podpiramo globalno najbolj priznan **model certificiranja palminega olja RSPO**, ki si od leta 2004 prizadeva za bolj trajnostno pridelavo v primerjavi z industrijskim standardom. Merila certificiranja zajemajo **ekološke in družbene vidike**: za pridobitev certifikata je treba zagotoviti, da se za pridelavo palminega olja ne izsekavajo gozdovi, večje pravice in varnost kmetov in delavcev na območjih pridelave ter možnost sodelovanja malih kmetij. Na nekaterih območjih, kot je deževni gozd, je pridobivanje palminega olja prepovedano. Čeprav gre pri modelu certificiranja za minimalni standard, ki bo v prihodnje terjal nadgradnje, v Skupini Lidl verjamemo, da pomeni korak v pravo smer bolj trajnostnega pridobivanja palminega olja.



CILJI

Od konca poslovnega leta 2023 bomo nabavljali bolj trajnostno palmino olje.



REZULTATI

Od konca poslovnega leta 2022 je palmino olje v vseh živilih ter kozmetiki in čistilih lastnih blagovnih znamk, ki vsebujejo palmino olje, certificirano vsaj po standardu RSPO »Segregated«, od konca poslovnega leta 2023 to velja tudi za palmino olje v vseh neživilskih izdelkih lastnih blagovnih znamk.

Od konca poslovnega leta 2022 so derivati in delci palminega olja v živilih ter kozmetičnih izdelkih in čistilih lastnih blagovnih znamk, ki vsebujejo palmino olje, certificirani vsaj po standardu RSPO »Mass Balance«. Od konca poslovnega leta 2023 to velja tudi za vse neživilske izdelke lastnih blagovnih znamk.

KAVA IN ČAJ

Da bi zadostili pričakovanjem kupcev, se v Lidlu Slovenija zavezujemo k **višjim standardom pri pridelavi kave in čaja**. S tem želimo skupaj z dobavitelji in drugimi deležniki v dobavnih verigah prispevati tudi k ohranjanju okolja ter socialno pravičnejšima upravljanju in obdelavi kmetijskih zemljišč.

Naša zaveza, ki jo redno posodabljam, se nanaša na celotno ponudbo kavnih kapsul, instant kave in čajev lastnih blagovnih znamk ter vključuje poročanje o napredku in sprejemanje novih ukrepov, zavezujočih za vse dobavitelje. V primeru odstopanj, ki bi lahko pomenila izziv pri doseganju zastavljenih ciljev, bomo skupaj z dobavitelji določili dodatne ukrepe za uspešno izpolnitev ciljev.

Naša celotna ponudba kave in čaja lastnih blagovnih znamk obsega izključno izdelke, ki so označeni s priznanimi standardi za certificiranje, na primer **Fairtrade**, **UTZ**, **BIO** ali **Rainforest Alliance**.



CILJI

Do konca poslovnega leta 2022 bomo dosegli 100 % certificiranje kavnih kapsul, instant kave in kapučina lastnih blagovnih znamk pri eni izmed naslednjih organizacij: Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ ali Bio.

Do konca poslovnega leta 2022 bomo dosegli 100 % certificiranje surovin za črni, zeleni in rooibos čaj pri eni izmed naslednjih organizacij: Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ ali Bio, ob pogoju, da so surovine takšnega izvora in kakovosti na voljo.

Do konca poslovnega leta 2022 bomo dosegli 50 % certificiranje surovin za zeliščni in sadni čaj pri eni izmed naslednjih organizacij: Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ/UETB ali Bio, ob pogoju, da so surovine takšnega izvora in kakovosti na voljo.

REZULTATI

Konec poslovnega leta 2022: 73 %

Konec poslovnega leta 2023: 91 %

Cilja za certificiranje kave do prvotno načrtovanega datuma nismo dosegli zaradi odprodaje preostalih zalog, ki niso bile certificirane v skladu z zastavljenim ciljem. Cilj smo dosegli v poslovnem letu 2024.

Konec poslovnega leta 2022: 86 %

Konec poslovnega leta 2023: 100 %

Cilja za certificiranje črnega, zelenega in rooibos čaja do prvotno načrtovanega datuma nismo dosegli zaradi odprodaje preostalih zalog, ki niso bile certificirane v skladu z zastavljenim ciljem. Cilj smo dosegli v poslovnem letu 2023.

Konec poslovnega leta 2022: 26 %

Konec poslovnega leta 2023: 35 %

Cilja za certificiranje zeliščnega in sadnega čaja do prvotno načrtovanega datuma nismo dosegli zaradi nezadostne razpoložljivost certificiranih izdelkov na trgu. Načrtujemo, da bomo cilj dosegli do konca poslovnega leta 2025.

KAKAV

Prizadevamo si za **pravično in okolju prijaznejšo pridelavo kakava**, zato v našo ponudbo dodajamo vse več kakavovih izdelkov lastnih blagovnih znamk s **certifikatom Fairtrade**. Spodbujamo ekološko pridelavo kakava in s pomočjo certifikata ter dolgoročnih nakupnih pogodb omogočamo pridelovalcem varnost pri načrtovanju, zanesljiv dohodek in socialne standarde, ki so neodvisni od nihanja cen na svetovnem trgu.

CILJI

Do konca poslovnega leta 2022 bomo ves kakav v tabličnih čokoladah certificirali po standardu Fairtrade.



REZULTATI

Konec poslovnega leta 2022: 57 %

Konec poslovnega leta 2023: 100 %

Cilj za certificiranje kakava smo dosegli že ob koncu poslovnega leta 2022, vendar se zaradi sistemske napake v bazi podatkov to ni odrazilo v podatkih ob koncu poslovnega leta 2022. Cilj je bil dosežen tudi v poslovnem letu 2023.

Primeri izdelkov, s katerimi si prizadevamo doseči zastavljene cilje



Trajnostni certifikati



Fairtrade je certifikat, ki potrjuje, da je bil izdelek proizveden v skladu s standardi pravične trgovine. Ti standardi zagotavljajo pravično plačilo pridelovalcem iz ekonomsko manj razvitih dežel in prispevajo k trajnostnemu razvoju lokalnih skupnosti. Organizacija Fairtrade si prizadeva za višje odkupne cene, dostojne delovne razmere in pravičnejše trgovinske pogoje za kmete in delavce v državah v razvoju.



Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) si prizadeva vzpostaviti trajnostno palmino olje kot standard. Kriteriji za pridobitev certifikata so ekološke in družbene narave, vključno s spoštovanjem temeljnih pravic kmetov in delavcev ter izključitvijo zaščitnih območij iz nabora lokacij za gojenje palm za palmino olje. Palmino olje se vse pogosteje uporablja v številnih izdelkih, kar povečuje različne ekološke, družbene in zdravstvene težave, povezane z njegovim pridobivanjem.



Rainforest Alliance se ukvarja z varovanjem narave, dvigovanjem življenjskega standarda kmetov in gozdarjev, bojem proti kršitvam človekovih pravic, krčenju gozdov in podnebnim spremembam. Certifikat označuje proizvode iz pridelovalnih obratov, ki so usmerjeni v trajnostno, ekološko in socialno kmetovanje. Ker certificiranje izvajajo neodvisne organizacije, je sledljivost proizvodov s tem certifikatom popolnoma transparentna.



Za kakovost in trajnost na področju Surovin je odgovorna Lidl Stiftung & Co. KG in znotraj nje Resor za programe in standarde, v katerem delajo strokovne skupine za področja surovin, biotske raznovrstnosti in dobrobiti živali.

Delež trajnostno pridobljenih surovin v celotni ponudbi izdelkov

Surovina	Cilj	Lastne blagovne znamke	Blagovne znamke	Stalna ponudba	Akcijska ponudba	Certifikati	Stanje poslovno leto 2022	Stanje poslovno leto 2023
Kavne kapsule/instant kava	100 % certificirano	x	x	x	x	1, 2, 3	73 %	91 %
Kakav	100 % certificirano	x	x	x	x	1, 2, 3, 4	57 %	100 %
Črni, zeleni in rooibos čaj	100 % certificirano	x	x	x	x	1, 2, 3	86 %	100 %
Zeliščni in sadni čaj	50 % certificirano	x	x	x	x	1, 2, 3	26 %	35 %
Palmino olje	100-% certificirani živilski izdelki, neživilski izdelki najmanj RSPO Segregated	x	x	x	x	1, 9	22 %	100 %
Derivati in frakcije palminega olja	100-% certificirani živilski izdelki, neživilski izdelki najmanj RSPO Mass Balance	x	x	x	x	1, 9	n. p.	100 %
Ribe in morski sadeži	100 % certificirano	x	x	x		5, 6, 7, 8	44 %	47 %
	50 % certificirano	x			x	5, 6, 7, 8	41 %	53 %

Certifikati: 1 Bio 2 Rainforest Alliance 3 Fairtrade 4 Fairtrade, program za kakav 5 MSC 6 ASC 7 GGN (GLOBALG. A. P.) 8 BAP (4 zvezdice) 9 RSPO

3



KROŽNO GOSPODARSTVO



NAŠI KLJUČNI DOSEŽKI IN POGLED V PRIHODNOST

2022

2030

Od poslovnega leta 2023 ločujemo odpadke na 25 frakcij.

V poslovnem letu 2023 smo kot prvi trgovec javno podprli vzpostavitev kavcijskega sistema v Sloveniji.

V poslovnem letu 2023 smo podprli dobrodelno akcijo zbiranja plastenk Plastenke za junake.

Do poslovnega leta 2025 bomo vzpostavili zbiranje odpadnega jedilnega olja pred 20 Lidlovimi trgovinami.

Do konca poslovnega leta 2025 bo embalaža izdelkov lastnih blagovnih znamk v povprečju vsebovala najmanj 25 % recikliranih materialov. Pri tem bodo spodnji deli embalaže (pladnji) slovenskih izdelkov svežega mesa in rib vsebovali vsaj 50 % recikliranih materialov.

KONTEKST

Gospodarski in družbeni napredek v zadnjem stoletju spremlja degradacija okolja, ki ogroža sisteme, od katerih je odvisen naš prihodnji razvoj in celo preživetje. Na svetovni ravni še naprej uporabljamo vse večje količine naravnih virov za podporo gospodarski dejavnosti.²⁷

Dejavniki, kot so **podnebne spremembe, naraščanje svetovnega prebivalstva, krčenje gozdov in urbanizacija**, vsak dan hitreje izčrpavajo naravne vire. Svet je leta 2023



v samo 214 dneh porabil celoletno zalogo naravnih virov.²⁸

Obenem se povečuje količina odpadkov. **Samo v Evropski uniji letno nastane**



2,2 milijarde ton odpadkov.

S posodabljanjem zakonodaje o ravnanju z odpadki želi Evropska unija spodbuditi prehod na bolj trajnostni model, poznan kot krožno gospodarstvo. Ponovna uporaba in recikliranje materialov bi upočasnila porabo naravnih virov, zmanjšala poseganje v pokrajino in življenjske prostore ter pomagala omejiti izgubo biotske raznovrstnosti.²⁹

Krožno gospodarstvo temelji na iskanju rešitev za sonaravno trajnostno preživetje človeštva v prihodnosti in zagovarja načelo »zmanjšaj, ponovno uporabi in recikliraj«. Koncept omogoča minimiziranje potrebe po novih virih, s tem pa pripomore k zmanjšanju pritiska na okolje. Cilj je, da so vse surovine in procesi načrtovani tako, da ne nastajajo odpadki.³⁰



LIDLOV VPLIV

Neodgovorna raba virov in ravnanje z odpadki vplivata negativno predvsem na podnebje in biotsko raznovrstnost. Poslovna dejavnost Lidla Slovenija je neposredno povezana s pridobivanjem in uporabo virov, kot so plastika, papir in voda, ter z ustvarjanjem odpadkov in njihovim upravljanjem.



LIDLOVA ZAVEZA

V Lidlu Slovenija se kot del Skupine Schwarz osredotočamo na odgovorno upravljanje virov in odpadkov, pri čemer dosledno spoštujemo zakonodajo, obenem pa optimiziramo procese, v sodelovanju z dobavitelji in drugimi deležniki iščemo trajnostne pristope na področju porabe plastike ter skrbimo za ozaveščanje javnosti.

V okviru mednarodne strategije Skupine Schwarz **REset Plastic** smo se do leta 2025 (v primerjavi z izhodiščnim letom 2017) zavezali, da:

- bomo za 30 % zmanjšali uporabo plastičnih materialov pri poslovanju,
- bo vsa plastična embalaža izdelkov lastnih blagovnih znamk izdelana tako, da jo bo mogoče v največji meri reciklirati,
- bo embalaža lastnih blagovnih znamk v povprečju vsebovala najmanj 25 % reciklata.

Zato smo družbe Skupine Schwarz že leta 2018 podpisale globalno zavezo New Plastics Economy Global Commitment organizacije Ellen Mac Arthur Foundation.

URESNIČEVANJE KROŽNEGA GOSPODARSTVA V LIDLU SLOVENIJA

V Lidlu Slovenija sledimo načelom krožnega gospodarstva in spremljamo tokove virov v naših operativnih procesih. Z učinkovitim ločevanjem in pravilnim odlaganjem nastalih materialov omogočamo



**ponovno uporabo in
recikliranje uporabljenih
virov**

ter zmanjšujemo delež odpadkov, ki jih ni mogoče reciklirati. Obenem z zunanjimi izvajalci vzdržujemo pogodbeno razmerja, ki zagotavljajo zakonodajno skladnost poslovanja in pridobitev potrebnih dovoljenj, skozi dialog pa skupaj odkrivamo načine za še bolj učinkovito hierarhično predelavo odpadkov.

V strategiji za zmanjševanje uporabe plastike, imenovani **REset Plastic**, smo si za cilj postavili zmanjševanje količin plastike in plastičnih materialov ter povečanje deleža reciklatov v embalaži izdelkov lastnih blagovnih znamk, prilagajamo pa tudi kartonsko embalažo izdelkov in sekundarno embalažo za prodajne police. Pri tem tesno sodelujemo s slovenskimi dobavitelji, s katerimi skupaj iščemo možnosti za optimizacijo posameznih izdelkov.



Redno sledimo zakonodajnim spremembam, novostim in napovedim, se aktivno vključujemo v dialog v delovnih telesih in udeležujemo izobraževanj Ministrstva za okolje, podnebje in energijo, obenem pa izvajamo projekte in aktivnosti, s katerimi pripomoremo k zapiranju zank.

Lidlovke in Lidlovci se v okviru internih izobraževanj izobražujemo o pravilnem ločevanju odpadkov ter smo tako opolnomočeni in še bolj motivirani, da pripomoremo k manjšemu onesnaževanju okolja.



RAVNANJE S PLASTIKO

Podjetja Skupine Schwarz si že več let prizadevamo za bolj odgovorno ravnanje s plastiko v okviru strategije REset Plastic. Embalažo izdelkov lastnih blagovnih znamk postopoma optimiziramo, tako da je plastične embalaže čim manj in da jo je hkrati mogoče v čim večji meri reciklirati oziroma jo v čim večji meri izdelati iz reciklatov. Optimizacija uporabe plastike je naše vodilo tudi pri transportni embalaži.

Uresničevanje strategije REset Plastic

V primerjavi s preteklim poročevalskim obdobjem smo si v okviru Skupine Schwarz bolj ambiciozno zastavili cilje pri zmanjšanju porabe plastike in pospeševanju uporabe reciklatov. Uresničevanje zastavljenih ciljev redno spremljamo in objavljamo v vsakokratnih trajnostnih poročilih podjetij Skupine Schwarz.



100 %
recikliranega
materiala



69 %
manjša
embalaža



28 %
manjša
embalaža



96 %
recikliranega
materiala

CILJI DO LETA 2025



Recikliranje

**NAJVEČ
MOŽNO**

Vso plastično embalažo izdelkov Lidlovih blagovnih znamk izdelati tako, da jo bo mogoče v največji meri reciklirati.



0% 100%

53 %



Zmanjševanje količine plastike

-30 %

Prvotni cilj 20 % zmanjšanja uporabe plastičnih materialov v embalaži Lidlovih blagovnih znamk smo povečali na 30 %.



Realizacija ob koncu leta 2023

0% 30%

32%



Uporaba reciklatov

25 %

V povprečju uporabiti vsaj 25 % reciklata v embalaži Lidlovih lastnih blagovnih znamk.



0% 25%

18 %

PODPORA VPELJAVI KAVCIJSKEGA SISTEMA V SLOVENIJI

V Lidlu Slovenija trajnostno in okoljsko ozaveščeno delovanje postavljamo v središče poslovanja, zato smo avgusta 2022 **javno podprli prizadevanja za uvedbo kavcijskega sistema v Sloveniji**, s katerim bi zmanjšali vpliv plastike na okolje. S kavcijskim sistemom lahko pripomoremo k skupnemu doseganju okoljskih ciljev, ki jih narekuje direktiva Evropske unije. Ta od držav članic zahteva, da do leta 2025 zagotovijo, da plastenke vsebujejo najmanj 25 % reciklirane plastike, do leta 2030 pa vsaj 30 %. Hkrati narekuje, da članice do leta 2025 za namene recikliranja ločeno zberejo 77 % odpadnih plastenk pijač, do leta 2029 pa mora ta delež zrasti na 90 %.

AKCIJA PLASTENKE ZA JUNAKE

V letu 2023 smo se v sodelovanju s podjetjem Interzero Slovenija odzvali povabilu društva Junaki 3. nadstropja in jih podprli pri zbiranju odpadnih plastenk za pomoč otrokom, obolelim za rakom. V treh Lidlovih trgovinah smo omogočili prostor za zbiranje odpadnih plastenk, obenem pa se zavezali k dodatni skupni donaciji pet centov za vsako oddano plastenko.

Skupaj s prebivalci Slovenije smo v dobrih petih mesecih, kolikor je trajala akcija, za male junake zbrali



621.881 odpadnih plastenk,
kar je skoraj 18 ton ločeno
zbrane odpadne plastike,

v celoti predane družbi za ravnanje z odpadno embalažo Interzero Slovenija, ki je poskrbela, da so bile vse zbrane plastenke ustrezno reciklirane in ponovno uporabljene za nov izdelek.



TRAJNO DELAMO SIJAJNO

Poleg celotnega izkupička od prodaje zbranega odpadnega materiala, ki smo ga namenili društvu, smo se skupaj s podjetjem Interzero Slovenija zavezali še k dodatni skupni donaciji pet centov za vsako oddano plastenko. Za pomoč malim junakom je bilo tako v akciji skupaj zbranih 35.452,45 evra.

Ko smo začeli akcijo Plastenke za Junake, si nismo niti v sanjah predstavljali, da lahko poveže prav vso Slovenijo in toliko dobrih ljudi. V mislih z junaki in skrbjo za okolje so se organizirali številni posamezniki, skupine in organizacije, ki so prispevali ogromne količine plastenk za male junake. Znesek, ki smo ga zbrali, je izjemen in ga bomo namenili v sklad za neposredno pomoč družinam otrok, obolelih za rakom. Z Lidlom Slovenija in Interzerom Slovenija smo zasnovali srčno akcijo, za katero smo res nadvse hvaležni, saj smo prek akcije tudi ozaveščali in širili glas o junakih.

Urška Kolenc,
predsednica društva Junaki 3. nadstropja



PORABA PLASTIKE

V Lidlu Slovenija uporabljamo plastične vreče za smeti in folije za ovijanje palet. Poleg tega v trgovinah nastajajo plastični odpadki od dobav, kamor sodi zunanja embalaža izdelkov naših dobaviteljev. V poročevalskem obdobju smo naredili korak naprej pri optimizaciji porabe plastike pri vrečkah za sadje in zelenjavo ter vrečkah za kruh.

VREČKE ZA KRUH

V poslovnem letu 2022 smo zmanjšali količino plastike v vrečkah za kruh z optimizacijo velikosti in debeline filma prosojnega okna, debeline papirja in dimenzij vrečk. Tako smo v



poslovnem letu 2022 zmanjšali porabo plastike za 8,5 tone, v letu 2023 pa za skoraj 12 ton.

Skupna poraba plastike pri vrečkah za kruh je v poročevalskem obdobju znašala **34,7 tone**. Če optimizacije ne bi bilo, bi porabili **55,1 tone** plastike.

VREČKE ZA SADJE IN ZELENJAVO ZA VEČKRATNO UPORABO

Na otokih s sadjem in zelenjavo kupcem kot alternativo plastičnim vrečkam ponujamo vrečke za sadje in zelenjavo za večkratno uporabo.



V letu 2022 so kupci kupili prek 5.700 zavojev teh vrečk, v letu 2023 pa skoraj 10.300.



PORABA PAPIRJA

Papir uporabljamo predvsem za letake, ki jih distribuiramo v slovenska gospodinjstva, cenovne izkaze in račune v trgovinah ter za lastno uporabo. Podatki o porabi papirja so prikazani v tabeli.



Računi in elektronski cenovni izkazi

Leta 2021 smo optimizirali format blagajniškega traku, s čimer na leto prihranimo približno **1.500 kilometrov ali 5,3 tone papirja**. Blagajniški trak je primeren za recikliranje.

Konec poslovnega leta 2023 smo testirali prehod na e-račun za uporabnike aplikacije Lidl Plus. Ocenjujemo, da bomo z e-računom letno prihranili približno **600 kilometrov ali 2,4 tone papirja**.

V poslovnem letu 2023 smo kot **prvi diskontni trgovec uvedli elektronske cenovne izkaze v vseh trgovinah**, s čimer bomo letno prihranili več kot



21 ton papirja, kar pomeni približno 520 dreves.

Poraba plastike in papirja v Lidlu Slovenija

	Poslovno leto 2022	Poslovno leto 2023
Papir		
Letaki in promocijski materiali (t)	1.819	1.687
Poraba papirja za tiskanje (t)	12,7	15,8
Poraba papirja za vrečke za kruh (t)	100,7	140,3
Od tega poraba recikliranega papirja		
Letaki in promocijski materiali – recikliran papir (t)	1.819	1.687
Poraba papirja za vrečke za kruh – recikliran papir (t)	0	0
Poraba papirja za tiskanje – recikliran papir (t)	7,5	10,9
Plastika		
Poraba vrečk za smeti (t)	22,4	23,9
Poraba prozorne folije za ovijanje palet z izdelki (t)	37,7	47,8
Vrečke za večkratno uporabo za sadje in zelenjavo (št.)	11.412	20.590

UPORABA RECIKLIRANIH MATERIALOV

V Lidlu Slovenija uporabljamo vse več recikliranih materialov, med njimi tudi papir. Tedenski letak, ki ga prejemajo gospodinjstva ter je ob otvoritvah in posebnih akcijah na voljo tudi v naših trgovinah, tiskamo na papir s certifikatom PEFC. Za ostalo promocijsko gradivo praviloma uporabljamo papir s certifikatom FSC.

V sodelovanju s PreZero, okoljsko divizijo Skupine Schwarz, kupcem ponujamo neprehrambne izdelke lastne blagovne znamke za dom, ki so izdelani iz 100-odstotno reciklirane plastike. PreZero za proizvodnjo zbira odpadno embalažo iz gospodinjstev, jo sortira, očisti in predela v granulato, ki se uporabi za nove izdelke za gospodinjstvo visoke kakovosti. Celoten proces recikliranja in proizvodnje poteka v Evropi, kar prispeva k varčevanju z viri in varovanju okolja.³¹

Izdelki iz 100 % reciklirane plastike



PONOVNA UPORABA IZDELKOV

Hrano, ki je še užitna, vendar je ni več mogoče prodati, skladno z veljavnimi predpisi razdelimo dobrodelnim organizacijam za ljudi v stiski. Tekstil in blago manjše vrednosti, ki zaradi manjših napak ni primerno za prodajo, a je obenem ustrezno za ponovno uporabo, posredujemo podjetju, ki blago distribuira v ponovno uporabo.



RAVNANJE Z ODPADKI

Zaradi krepitve potrošnje in čedalje intenzivnejše uporabe embalažnih materialov, zlasti embalaže za enkratno uporabo, v okolju nastaja vse več smeti. Globalni okoljski izziv, ki terja iskanje rešitev, so plastični odpadki, ki se pojavljajo v gozdovih, na travnikih, v rekah in morjih. Pri tem ne smemo zanemariti mikroplastike, ki jo vsebujejo izdelki ali nastane z drobljenjem plastičnega materiala. K sproščanju odpadkov v okolje in nastajanju metana pripomore tudi odlaganje odpadkov na odlagališčih. Podjetja se zato soočamo z izzivom, kako zmanjšati vpliv, povezan z odpadki.

Skupina Lidl je že leta 2015 v partnerstvu s podjetjem PreZero začela kampanjo Recikliram, boljši svet izbiram, ki je potekala v celotni Skupini. V sklopu kampanje smo v Lidlu Slovenija preoblikovali območja za odlaganje odpadkov v logističnem centru, uvedli centralne zbiralne otočke za ločevanje in sortiranje s sistematičnim označevanjem ter ozaveščali zaposlene. Tako izboljšujemo kakovost ločevanja odpadkov in recikliranja.

Odpadke, ki nastanejo v Lidlu Slovenija, odstranimo v skladu s predpisi ter si skupaj z dobavitelji prizadevamo za zmanjšanje količine embalaže za enkratno uporabo in odpadne embalaže na splošno ter ozaveščamo kupce o odgovornem ravnanju z odpadki. Obenem je naša poslovna dejavnost neločljivo povezana z uporabo virov – vode, papirja in plastike, pri čemer si prizadevamo za učinkovito ravnanje z vodo, viri in odpadki.

Da bi pri upravljanju virov in odpadkov ravnali čim bolj v skladu z idealom krožnega gospodarstva, spremljamo tokove virov v naših operativnih procesih. V podjetju imamo vzpostavljen obsežen sistem ravnanja z odpadki, s katerim skrbimo za pravilno ravnanje v skladu s predpisi. Z učinkovitim ločevanjem na več frakcij in pravilnim odlaganjem nastalih materialov omogočamo ponovno uporabo in višjo stopnjo recikliranja, obenem pa



zmanjšujemo delež odpadkov, ki jih ni mogoče reciklirati.

Za nas namreč odpadek pomeni material, ki mu omogočimo ponovno uporabo ali ga recikliramo.

Kljub vsem tem prizadevanjem pa se v poslovnih procesih ni mogoče popolnoma izogniti nastanku odpadkov (npr. kartonu, ovijalni foliji, lesu), ki jih razvrščamo za nadaljnje recikliranje.

Od skupno 21.306 tone materialov, primernih za recikliranje, vključno s preostalimi odpadki, ki so nastali v obdobju poročanja, smo lahko ponovno uporabili in reciklirali 15.808 ton materialov. To ustreza 74 % vseh odpadkov, ki nastanejo pri poslovanju Lidla Slovenija.

Pri poslovanju pa nastajajo tudi odpadki, ki jih je treba termično obdelati ali poslati na odlagališče.

Odpadki v Lidlu Slovenija

Material	Poslovno leto 2022	Poslovno leto 2023
	Volumen v t (delež posameznega materiala v skupni prostornini materiala)	
Nenevarni odpadki	10.457,7	10.752,0
Papirna in kartonska embalaža	6.378,5 (60,7 %)	6.633,3 (61,4 %)
Organski odpadki	2.503,9 (23,8 %)	2.587,6 (24,0 %)
Plastična embalaža	405,8 (3,9 %)	468,9 (4,3 %)
Les	457,5 (4,4 %)	372,5 (3,4 %)
Tekstil	18,4 (0,2 %)	28,0 (0,3 %)
Steklo	/	0,2 (0 %)
Kovine	123,7 (1,2 %)	94,8 (0,9 %)
Mešani komunalni odpadki	452,0 (4,3 %)	388,0 (3,6 %)
Ostali nenevarni odpadki	117,9 (1,1 %)	178,6 (1,7 %)
Nevarni odpadki	49,4 (0,5 %)	47,3 (0,4 %)
Skupaj	10.507,1	10.799,3

Deponirani odpadki

Posamično		Poslovno leto 2022	Poslovno leto 2023
Material	Vrsta obdelave	Volumen v tonah	
Papirna in kartonska embalaža	Recikliranje	6.378,5	6.633,3
	Ponovna uporaba		
Organski odpadki	Predelava v bioplin/fermentacija	2.105,4	2.157,1
	Ponovna uporaba	398,52	430,53
Plastična embalaža	Recikliranje	299,3	362,6
	Neznano	106,4	106,3
Les	Ponovna uporaba	264,26	199,76
	Recikliranje	175,0	155,6
	Termična obdelava z energetske izkoristkom	18,2	17,1
Tekstil	Ponovna uporaba	14,9	26,6
	Recikliranje	/	1,1
	Termična obdelava z energetske izkoristkom	3,5	0,3
Steklo	Recikliranje	/	0,2
Kovine	Recikliranje	123,7	94,8
Mešani komunalni odpadki	Sežig	92,8	/
	Deponiranje	53,0	116,3
	Neznano	306,1	271,7
Ostali nenevarni odpadki	Ponovna uporaba	7,1	53,5
	Recikliranje	13,4	86,2
	Termična obdelava z energetske izkoristkom	4,0	38,9
	Sežig	58,0	/
	Deponiranje	35,0	/
	Neznano	0,4	/

Skupaj		Poslovno leto 2022	Poslovno leto 2023
Material	Vrsta obdelave	Volumen v tonah	
Nenevarni odpadki	Ponovna uporaba	684,8	710,4
	Recikliranje	6.990,0	7.333,9
	Termična obdelava z energetske izkoristkom	25,8	56,4
	Sežig	150,8	/
	Deponiranje	88,0	116,3
Skupno nevarni odpadki	Recikliranje	42,1	47,3
	Sežig	7,4	/
Skupaj	Vsi odpadki (tudi komunalni)	10.507,1	10.799,3
	Ponovna uporaba	684,8	710,4
	Recikliranje	7.032,1	7.381,2
	Termična obdelava z energetske izkoristkom	25,8	56,4
	Sežig	158,2	/
	Deponiranje	88,0	116,3
	Neznano	412,9	378,0

Projekt zbiranja odpadnega jedilnega olja

TRAJNO DELAMO SIJAJNO

Ker je odpadno jedilno olje nevaren kuhinjski odpadki, ki ga ne smemo mešati z ostalimi odpadki, smo v letu 2022 testno zagnali projekt zbiranja odpadnega jedilnega olja.

Po podatkih iz leta 2022 v Sloveniji letno nastane več kot 390.000 litrov odpadnega jedilnega olja.³² Zgolj en liter odpadnega olja lahko onesnaži več kot 1.000 litrov vode, na kompostu pa preprečuje naraven razkroj in življenje mikroorganizmov.³³



Zbiranje poteka pred dvema trgovinama – Radlje ob Dravi in Ljubljana Litijska. Odpadno olje lahko v zbiralnik pred omenjeni trgovini brezplačno odda vsak, ne glede na to, ali je olje kupil v Lidlu Slovenija ali ne, in tako pomaga pri ohranjanju čistih voda ter neobnovljivih virov energije. Zbrano jedilno olje predamo pogodbenemu partnerju OK!OLJE, ki skrbi za nadaljnjo predelavo v biodizel. V poslovnem letu 2023 smo zbrali prek



1.500 litrov odpadnega jedilnega olja, iz katerega je bilo proizvedenega okoli 1.000 litrov biodizla.

Do konca poslovnega leta 2025 bomo zbiralnike namestili pred vse večje Lidlove trgovine.

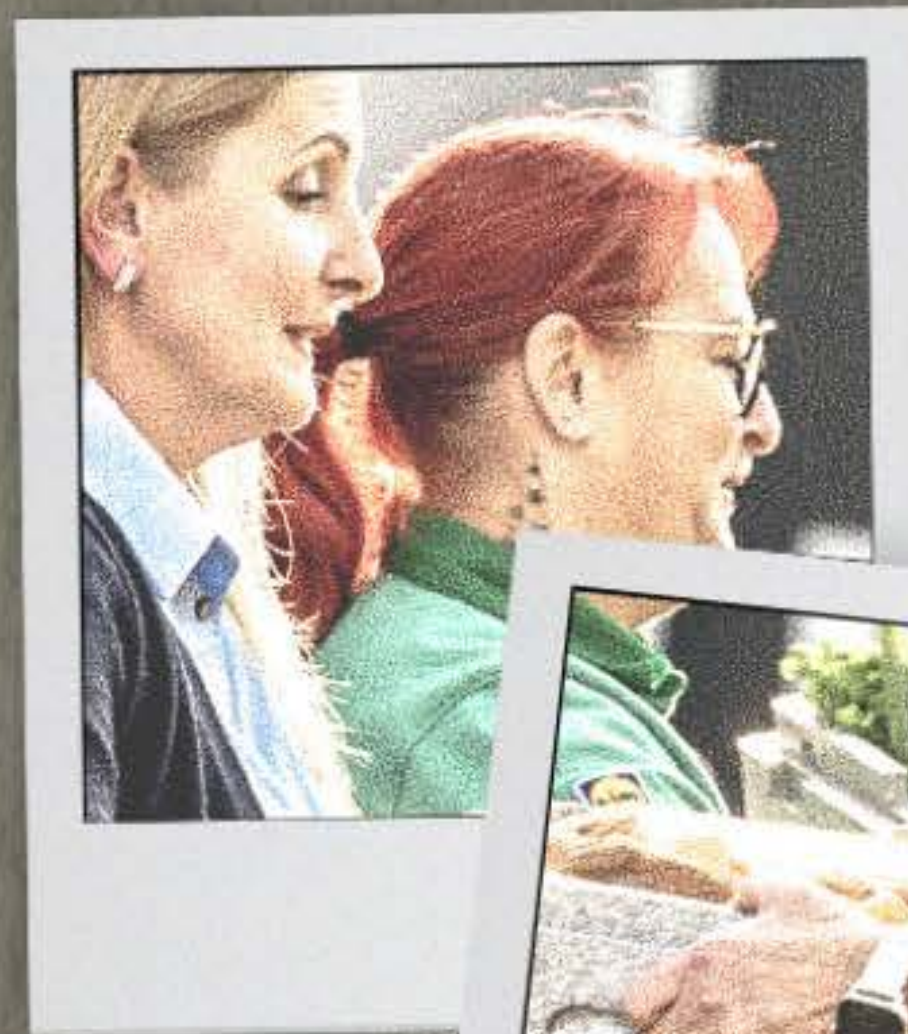


V Lidlu Slovenija sta za opredeljevanje ciljev in udejanjanje ukrepov krožnega gospodarstva krovno odgovorni področji Logistika, ki udejanja sistem upravljanja odpadkov in surovin, in Trajnostna nabava, ki skrbi za zapiranje zank z ohranjanjem naravnih virov in ukrepe na področju embalaže izdelkov lastnih blagovnih znamk.

4



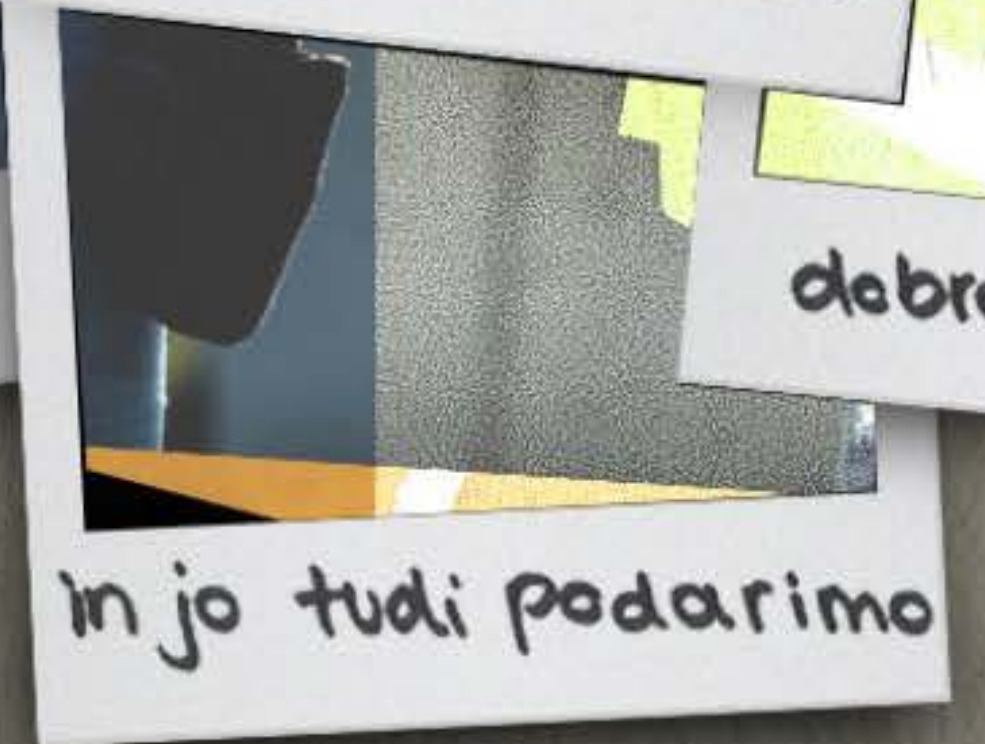
ODPADNA HRANA



za presežno hrano



dobro poskrbimo



in jo tudi podarimo

NAŠI KLJUČNI DOSEŽKI IN POGLED V PRIHODNOST

2022

2030

Od poslovnega leta 2023 podpiramo projekt Mini tovarna.

V poslovnem letu 2023 je Vlada Republike Slovenije razglasila 24. april za vseslovenski dan brez zavržene hrane.

V poslovnem letu 2023 smo razširili avtomatizirano naročanje izdelkov.

V poslovnem letu 2024 bomo izvedli analizo in certificiranje na področju odpadne hrane v celotni verigi vrednosti.

Do poslovnega leta 2025 bomo začeli predajati organske odpadke kmetom za krmo živali.

KONTEKST

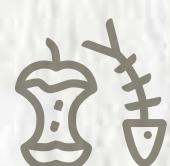
Z naraščanjem svetovnega prebivalstva se povečuje tudi potreba po hrani. **Svetovna kmetijska proizvodnja se je**



v zadnjih 50 letih povečala za skoraj 300 %.

Po podatkih, ki jih je Organizacija Združenih narodov za prehrano in kmetijstvo (FAO) objavila v poročilu o stanju varnosti preskrbe s hrano in varnosti prehrane v svetu za leto 2023, v povprečju **735 milijonov ljudi na svetu trpi zaradi lakote ali podhranjenosti, velika količina užitne hrane pa se izgubi ali zavrže.**

V Programu Združenih narodov za okolje navajajo, da so gospodinjstva vsako leto odgovorna za skoraj



570 milijonov ton odpadne hrane.

To pomeni, da globalno vsak od nas letno zavrže približno



74 kg hrane.³⁴ Skoraj polovica hrane, ki je poizvedena na svetu, konča v smeteh.

Hrana se izgublja ali zavrže vzdolž celotne dobavne verige – v proizvodnji, med prevozom, v predelavi, prodaji na drobno in v gospodinjstvih. V prodaji na drobno se pokvarljiva živila zavržejo po koncu obdobja prodaje ali zaradi potečenega roka uporabnosti. Kupci se pogosto ne zavedajo razlike med datumom uporabe in datumom uporabnosti, kar pomeni, da zavržejo še užitno hrano.

PORABITI DO

Po poteku roka je treba živila z oznako »porabiti do« zavreči.

UPORABNO NAJMANJ DO

Živila z oznako »najmanj do« so praviloma uporabna tudi po tem datumu.



LIDLOV VPLIV

Opadna hrana je globalni izziv, ki ga soustvarja tudi sektor trgovine, saj ima v verigi preskrbe s hrano povezovalno vlogo med kmeti, predelovalci in kupci. Kljub temu, da v Sloveniji in EU v trgovini z živili nastane manj kot desetina odpadne hrane, je odgovornost trgovcev, da kot vmesni člen v verigi preskrbe s hrano spodbujamo dobavitelje k trajnostni predelavi, v svoje poslovanje vpeljemo systemske ukrepe za zmanjšanje količin odpadne hrane, obenem pa o področju ozaveščamo kupce. Ti od trgovcev pričakujejo polne prodajne police svežih in kakovostnih živil, potem pa jih pogosto zavržejo, ko so še uporabna.



LIDLOVA ZAVEZA

Zmanjšanje količine odpadne hrane je eden od pogojev za zeleni prehod in učinkovito rabo naravnih virov ter uravnavanje negativnih vplivov na okolje ob hkratnem zagotavljanju prehranske varnosti za prebivalstvo. Zato smo si v podjetju zastavili strateški cilj, da bomo do leta 2030 zmanjšali količino odpadne hrane v trgovinah za 50 %.

NADGRAJUJEMO UKREPE ZA ZMANJŠEVANJE KOLIČIN ODPADNE HRANE

Zaradi skrb zbujajoče statistike in zastavljenih strateških ciljev se s področjem preprečevanja in omejevanja odpadne hrane sistematično ukvarjamo že vrsto let. Z optimizacijo procesov naročanja blaga v prvi fazi in odprodajo izdelkov po nižani ceni tik pred potekom roka trajanja v drugi fazi skrbimo, da je izdelkov, ki bi jih bilo treba zavreči, čim manj. Obenem že vrsto let sodelujemo v projektu Donirana hrana Zveze Lions klubov Slovenije, ozaveščamo različne ciljne javnosti in deležnike ter jih spodbujamo k razmisleku o pomenu preudarnega ravnanja s hrano.



Sistem zmanjševanja količin odpadne hrane

- Optimizirano naročanje
- Projekt predobro za v smeti
- Rotacija izdelkov
- Donacije presežkov iz trgovin in logističnega centra
- Podpora mini tovarni
- Programi ozaveščanja javnosti



OPTIMIZIRANO NAROČANJE

Prednost optimiziranega naročanja je, da nam omogoča zelo natančen izračun količin in optimizacijo morebitnih presežkov živil, hkrati pa zaposlenim v trgovinah prihrani čas. V poslovnem letu 2022 smo uvedli avtomatsko naročanje nekaterih skupin izdelkov v trgovine neposredno iz našega logističnega centra v Arji vasi, ob koncu poslovnega leta 2023 pa še avtomatsko naročanje izdelkov v skladišče pri dobaviteljih z direktno dostavo. V sistem avtomatskega naročanja so vključeni suhi, hlajeni, zamrznjeni izdelki in izdelki iz dopeke.



PROJEKT PREDOBRO ZA V SMETI

Projekt Predobro za v smeti, s katerim smo v preteklem poročevalskem obdobju za en dan podaljšali prodajo dela naše ponudbe, smo v poslovnem letu 2023 nadgradili. Nekaj dni pred potekom roka trajanja smo za 30 % znižali cene zamrznjenih in suhih izdelkov iz redne ponudbe. Ohranili smo znižano ceno hlajenih izdelkov, mesa in rib za 30 % nekaj dni pred potekom roka trajanja, na dan poteka roka trajanja pa jih dodatno opremili z nalepko za 50 % popusta. Pri hlebcih kruha iz dopeke in rezanem kruhu smo ohranili znižano ceno za 50 % dan po peki oziroma dan po dostavi.

ROTACIJA IZDELKOV

Izdelke s kratkim rokom uporabnosti vsak dan na policah skrbno zlagamo ali rotiramo tako, da so v ospredje postavljeni tisti s krajšim rokom, s čimer bistveno zmanjšamo število izdelkov, ki jih je treba zavreči zaradi potečenega roka uporabnosti. Pri izdelkih z daljšim rokom trajanja uporabljamo tedenski način rotiranja, določen v letnem načrtu za posamezne skupine izdelkov.

DONACIJE PRESEŽKOV IZ TRGOVIN IN LOGISTIČNEGA CENTRA

V Lidlu Slovenija že več let različnim humanitarnim organizacijam po vsej Sloveniji doniramo presežke živil z daljšim rokom trajanja, pri čemer posebej omenjamo dolgoletno

sodelovanje z Zvezo Lions klubov Slovenije v okviru projekta Donirana hrana in donacije prazničnih izdelkov blagovne znamke Favorina.

Projekt DONIRANA HRANA

Partnerji

Zveza Lions klubov Slovenije
Humanitarno društvo Hrana za življenje
SIBAHE - Slovenska banka hrane
Mladinski center Ljutomer
Območno združenje Rdečega križa Kočevje
Območno združenje Rdečega križa Ribnica
Center za socialno delo Litija
Humanitarni zavod Pod strehco
Slovenska filantropija
Food for life

Blagovna znamka FAVORINA

Zveza Lions klubov Slovenije
Zveza prijateljev mladine Slovenije
SIBAHE – Slovenska banka hrane

Koliko	2022 + 2023: 825,52 tone +116,4 %³⁵	2022 + 2023: 4,95 tone + 10,0 %³⁶
Od kod	Iz 46 oz. 68 % trgovin + 35,3 %	Iz logističnega centra v Arji vasi
Kaj	Kruh in pekovski izdelki, sadje in zelenjava, mleko in mlečni izdelki ter izdelki z daljšim rokom trajanja.	Izdelki blagovne znamke Favorina.

PODPORA MINI TOVARNI

Pod pokroviteljstvom Lidla Slovenija je Skupina Etri v letu 2023 zasnovala Mini tovarno, inovativen koncept predelovalnega obrata, ki razvija različne možnosti pouporabe presežne hrane tam, kjer se lahko pojavi, denimo v trgovinah, pri kmetih in manjših pridelovalcih. V Mini tovarni, ki deluje v sklopu Biotehniške fakultete Univerze v Ljubljani na Rodici, iz slovenskih pridelkov, ki ne dosegajo več estetskih standardov, nastaja nova vrednost v obliki okusnih in polnovrednih obrokov, ki so namenjeni študentom in zaposlenim, dostavijo pa jih tudi na dom.

” Poleg osrednjega namena je Mini tovarna tudi prostor usposabljanja kadrov, potrebnih v predelavi in tudi v gostinstvu, in je usmerjena v grajenje vključujoče družbe. Smo učno podjetje s svojimi stroji, kjer se ljudje učijo in pridobivajo izkušnje, da lahko kasneje dobijo redno zaposlitev.

Lenka Puh,
Skupina Etri

” Super projekt in tako okusna hrana, da sem si privoščil še »repete«!

Mitja Pikel,
Marketing neprehrambnih izdelkov



PROGRAMI OZAVEŠČANJA JAVNOSTI

Prizadevamo si, da vsi deležniki ozaveštujejo, da je hrana vrednota, ki ji je treba nameniti posebno pozornost in skrbeti, da je bo čim manj pristalo v smeteh. Tako smo še posebej dejavni pri ozaveščanju o problematiki odpadne hrane; v preteklih dveh letih smo znatno okrepili programe ozaveščanja, pri tem pa sodelujemo s številnimi deležniki, vključno z vladnimi in nevladnimi organizacijami.



Slovenski dan brez zavržene hrane

Izjemno ponosni smo, da je Vlada Republike Slovenije v letu 2023 na pobudo Lidla Slovenija, programa Ekošola in partnerjev razglasila 24. april za slovenski dan brez zavržene hrane, ki ga bomo obeleževali vsako leto. To je velik korak za krepitev zavesti o pomenu preudarnega ravnanja s hrano, kar je obenem eden od strateških trajnostnih ciljev Lidla Slovenija.

Marko Horvat,
izvršni direktor prodaje

Na povabilo Lidla Slovenija in partnerjev se je v letu 2023, ko smo obeležili tretji slovenski dan brez zavržene hrane, ministrica za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano Irena Šinko udeležila osrednjega dogodka, ki smo ga zaznamovali z odprtjem inovativnega predelovalnega obrata Mini tovarna na Rodici. Ministrica si je ogledala Mini tovarno, v svojem nagovoru pa poudarila pomen skrbnega ravnanja s hrano in predstavila sklep Vlade Republike Slovenije o razglasitvi slovenskega dne brez zavržene hrane.

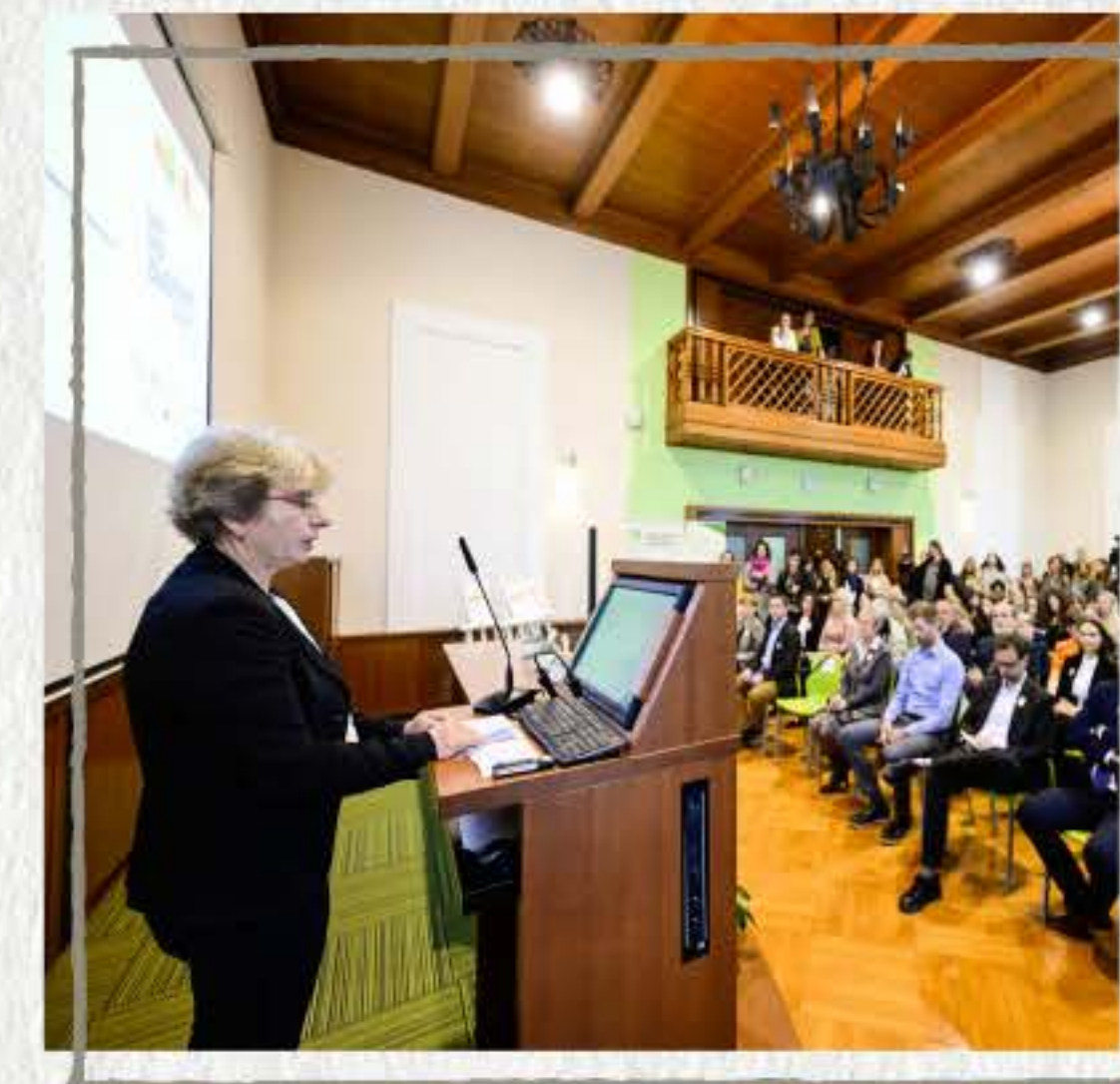
Pri projektu slovenskega dne brez zavržene hrane sodelujemo s programom Ekošola, Ekologi brez meja, Zvezo prijateljev mladine Slovenije, podjetjem TAM-TAM in projektom LIFE IP CARE4CLIMATE.



TRAJNO DELAMO SIJAJNO

Na slovenski dan brez zavržene hrane so se v šolah in vrtcih v vseh regijah odvijale številne aktivnosti, v okviru katerih so se otroci pogovarjali, razmišljali in ustvarjali na temo odpadne hrane.

Obenem smo skupaj s partnerji izvajali številne aktivnosti z namenom ozaveščanja o pravilnem shranjevanju, recikliranju in odlaganju ostankov hrane, spodbujali k zmanjševanju in preprečevanju nastanka odpadne hrane ter izobraževali o praktični uporabi neporabljenih prehranskih izdelkov.





Leta 2022 je 2. slovenski dan brez zavržene hrane potekal pod sloganom Nisem za stran! Vzemi me v bran! V nagradnem natečaju smo iskali najboljše recepte, ki kot sestavine vključujejo ostanke hrane, t. i. reciklirane recepte. Zmagovalni recepti so bili objavljeni v Reciklirani kuhariji, fotografije jedi pa so v aprilu krasile tudi plakatna mesta TAM-TAM po vsej Sloveniji. Častno pokroviteljstvo je prevzel tedanji predsednik Republike Slovenije Borut Pahor. Udeležil se je osrednjega dogodka v Vrtcu Antona Medveda v Kamniku, kjer so otroci prikazali, kako se odgovorno obnašati do prehranskih izdelkov ter kako jih čim manj zavreči.



TRAJNO DELAMO SIJAJNO

V sodelovanju s TAM-TAM Inštitutom smo v poslovnem letu 2023 povabili grafične oblikovalce k zasnovi družbeno odgovornih plakatov, ki ozaveščajo o problematiki odpadne hrane in spodbujajo k pozitivnim spremembam. Na natečaj je prispelo 210 del, zmagovalke natečaja pa so postale Neja Zupan (Nismo za v smeti), Neja Pevec in Pia Zavodnik/Futura (Prava umetnost) ter Tina Križaj, Katarina Ferk in Vesna Žnidaršič/Futura (Ta hrana je za ...). Njihovi plakati so bili na ogled na plakatnih mestih TAM-TAM po vsej Sloveniji.



Rekordna sezona projekta Hrana ni za tjavendan

V šolskem letu 2022/2023 je potekala že deveta sezona projekta Hrana ni za tjavendan, ki ga izvajamo v sodelovanju s programom Ekošola. Z raznolikimi aktivnostmi, merjenjem količin odpadne hrane in ozaveščanjem so v projektu sodelujoče izobraževalne ustanove v povprečju zmanjšale količino odpadne hrane za 30 %, nekaterim pa je celo uspelo, da skoraj niso zavrgele nobene hrane. Projektu, ki že vrsto let združuje slovenske šolarje in otroke v prizadevanjih za manj odpadne hrane, se je v deveti sezoni pridružilo rekordno število sodelujočih – kar 215 vrtcev, osnovnih in srednjih šol ter fakultet, skupno pa je sodelovalo več kot



14.500 otrok in mladostnikov ter 933 mentorjev.



V projektu Hrana ni za tjavendan so imele sodelujoče ustanove možnost sodelovati tudi v natečaju Reciklirana kuharija, v okviru katerega so ustvarile preproste recepte za okusne jedi iz ostankov hrane, ki bi sicer romala v smeti.

Otroci so skupaj z mentorji ustvarili kar



278 domiselnih receptov.



Iz 20 zmagovalnih receptov je nastala že osma izdaja knjižice Reciklirana kuharija.



Slovenska odpadna hrana v številkah³⁷

V Sloveniji je leta 2022 v primerjavi z letom 2021

v gospodinjstvih nastalo

za 12 % manj odpadne hrane.

V trgovini z živili je nastalo

za 2 % manj odpadne hrane.

V proizvodnji hrane je nastalo

za 21 % manj odpadne hrane.

V gostinstvu in strežbi je nastalo

za 20 % več odpadne hrane.

Vsak Slovenec je v povprečju zavrzel

72 kg hrane.

Slovenke in Slovenci najpogosteje zavržemo sadje, zelenjavo ter kruh in pekovske izdelke, najredkeje pa suha živila, pijačo in sladkarije (Raziskovalno poročilo Družbena odgovornost trgovcev z živili, Mediana, 2024).

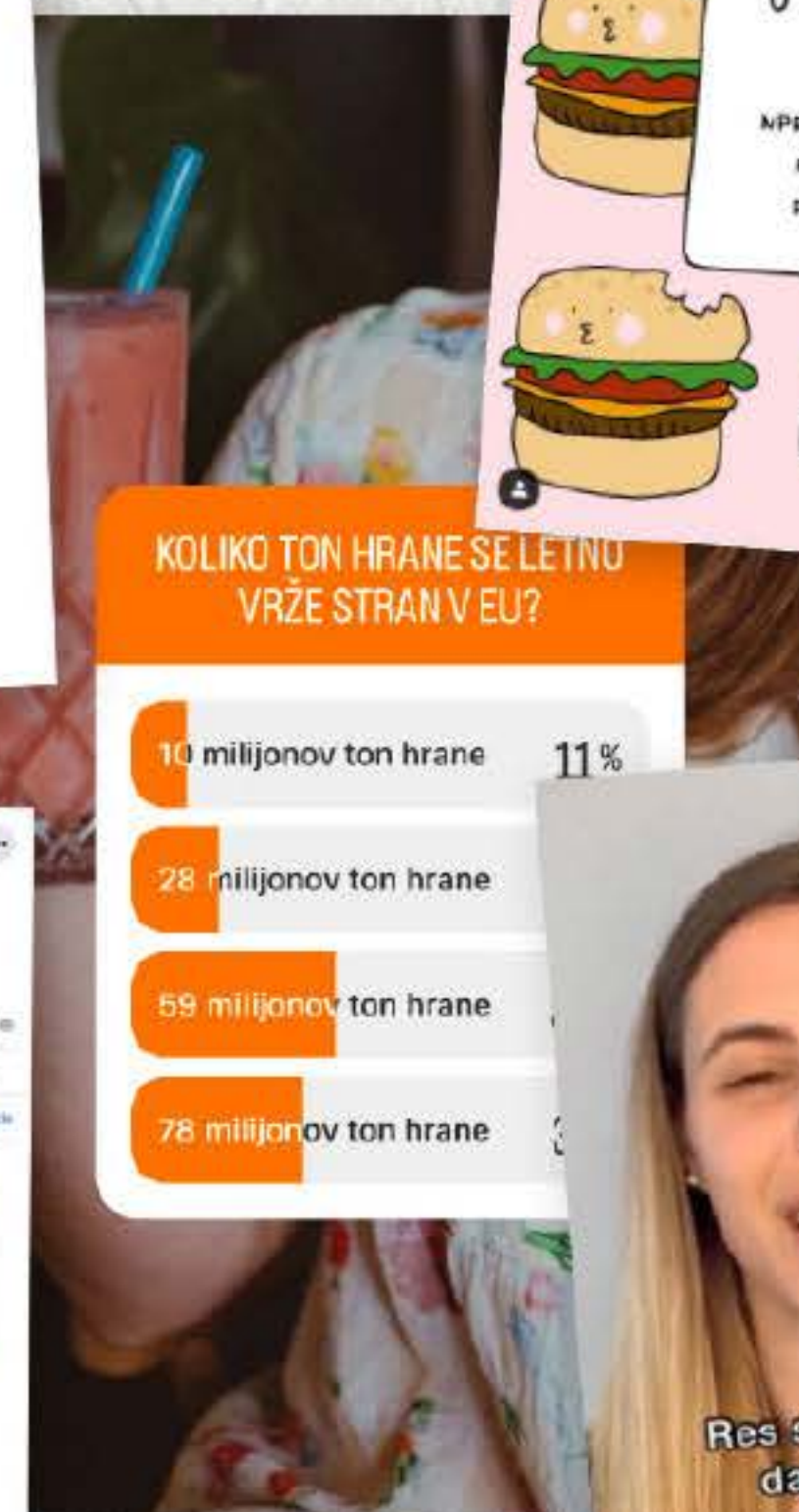
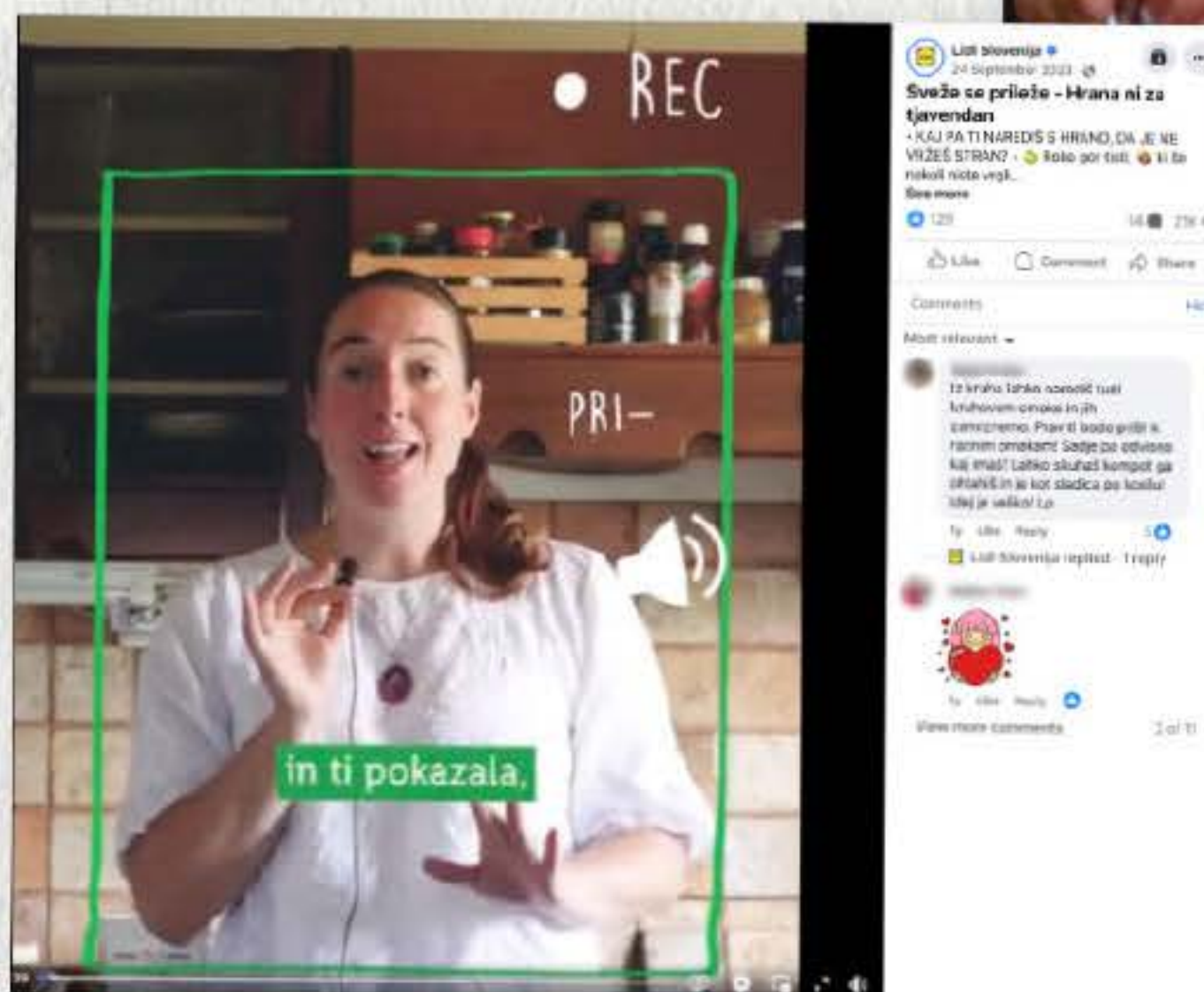
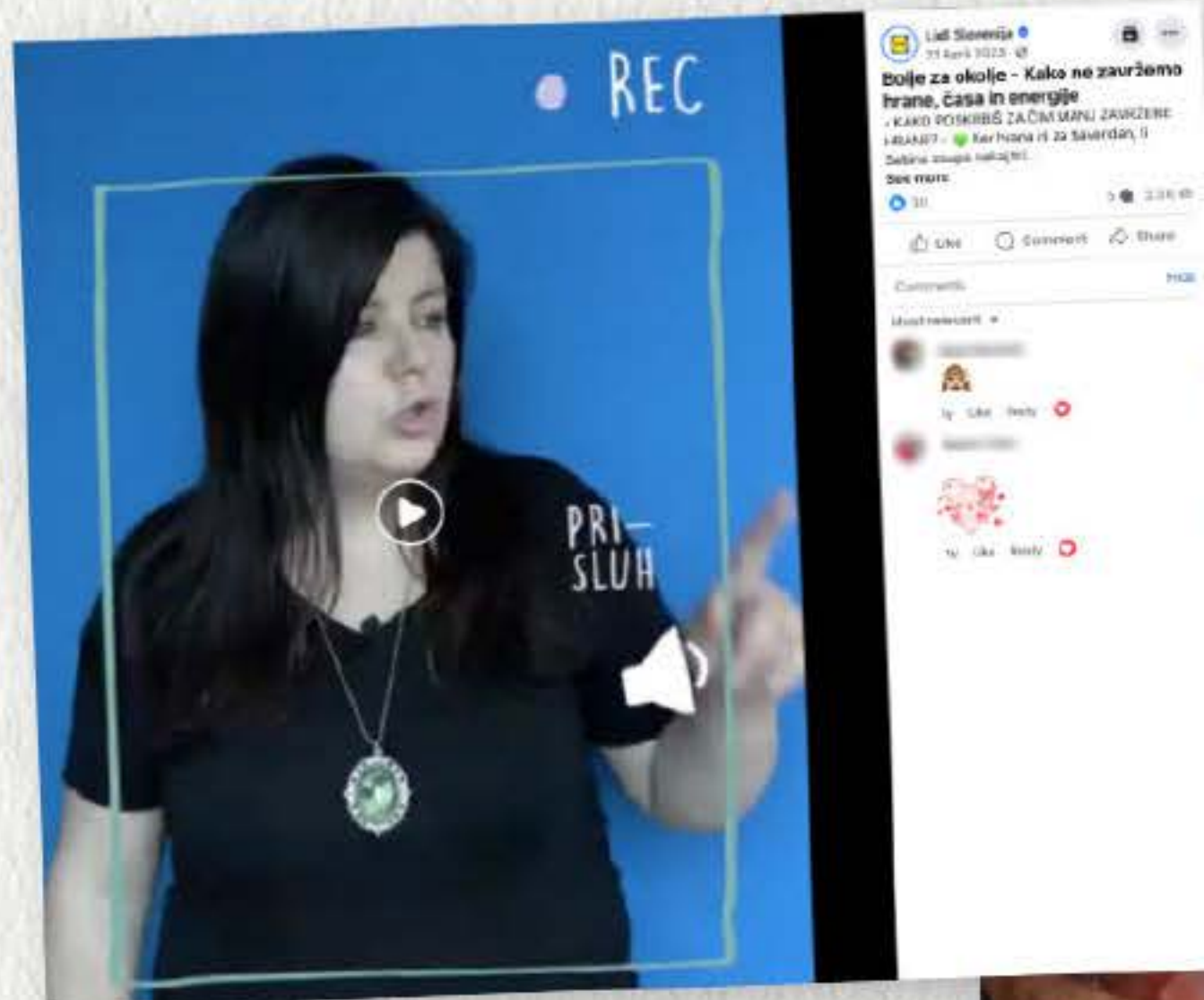
Ozaveščanje na družbenih omrežjih

Na družbenih omrežjih Facebook in Instagram smo nadaljevali objavljanje ozaveščevalnih vsebin na temo odpadne hrane, obenem pa krepili sodelovanje z Lidlovimi ambasadorji ter drugimi vplivneži na družbenih omrežjih.

V zadnji raziskavi, ki jo je za Lidl Slovenija opravil Inštitut za raziskovanje trga in medijev Mediana, je kar 55,8 % sodelujočih ocenilo, da zaradi trajnostnih informacij, ki jih prejmejo od Lidla Slovenija, zavržejo manj hrane, saj kupujejo toliko, kot potrebujejo (Raziskovalno poročilo Družbena odgovornost trgovcev z živili, Mediana, 2024).



V Lidlu Slovenija je za opredeljevanje ciljev in udejanjanje ukrepov na področju odpadne hrane krovno odgovorno področje Blagovno poslovanje.



STRATEGIJA DOBREGA POČUTJA DOBER LAJF

V Lidlu Slovenija že vrsto let dajemo zelo velik poudarek zdravju, zadovoljstvu in dobremu počutju svojih zaposlenih, zaradi česar jim v okviru zaposlitve stalno ponujamo nove ugodnosti. Tako imajo zaposleni vseskozi na voljo učinkovite razvojne programe ter številne ugodnosti in dejavnosti, ki pripomorejo k uravnoveženju poklicnega in zasebnega življenja ter k dobremu počutju na delovnem mestu.

DOBRO POČUTJE: zdrav duh v zdravem telesu

Aktivnosti v okviru stebra Dobro počutje so namenjene dolgoročnemu ozaveščanju ter ohranjanju in spodbujanju zdravja zaposlenih. V okviru tega stebra izvajamo številne aktivnosti, projekte in pobude, ki zaposlenim pomagajo ohranjati in izboljševati njihovo telesno in duševno zdravje.

”
Ambasador zdravja sem že od začetka, torej že deseto leto. Sodelavce spodbujam tako, da sem nekajkrat že organiziral kolesarjenje v Komendi, šli smo v hribe, skupaj se pripravljamo na Ljubljanski maraton. Letos smo bili tudi skupaj na Oviratlonu.

Urban Mihalič,
marketing

V letu 2023 smo zato implementirali novo strategijo dobrega počutja, ki smo jo poimenovali Dober lajf. S tem nadgrajujemo svoje kadrovske prakse in še bolj intenzivno stremimo k ustvarjanju privlačnega in varnega delovnega okolja.

Strategija Dober lajf združuje štiri stebre: Dobro počutje, Dobro kariero, Dobro ekipo in Dobre dodatke.

DOBRA EKIPA: povezovanje in skrb za ravnovesje

S projekti v okviru stebra Dobra ekipa povezujemo zaposlene skozi različne timske aktivnosti, krepimo informiranost ter skrbimo za lažje usklajevanje zasebnih in službenih obveznosti. Znotraj tega stebra posebno pozornost namenjamo tudi otrokom naših zaposlenih.

”
Super mi je možnost dela od doma, saj tako lažje usklajujem službene in neslužbene obveznosti. Zelo mi ustreza tudi prilagodljiv delovnik, da ni tako zabetoniran.

Luka Tošič,
vodja objektnega managementa

Na regionalnem dogodku Employer Brand Awards Adria 2023 smo za strategijo Dober lajf prejeli nagrado za najboljši program dobrega počutja (Best Well-Being Program).

DOBRI DODATKI: finančne ugodnosti za zaposlene

Z ugodnostmi, ki sodijo v steber Dobri dodatki, zagotavljamo svojim zaposlenim različne dodatne finančne ugodnosti in bonuse, ne glede na to, ali so zaposleni za krajši ali polni delovni čas.

”
Hvaležna sem, da mi delodajalec plačuje mesečno premijo v drugi pokojninski steber, ker vem, da mi bo to vsaj malo olajšalo življenje.

Lidija Gašperšič,
skladiščna logistika



DOBRA KARIERA: spodbujanje razvoja in rasti

Z aktivnostmi v okviru stebra Dobra kariera krepimo strokovni in osebni razvoj skozi različne razvojne in izobraževalne programe, ki so ciljno usmerjeni v razvoj kompetenc in razvojnih poti znotraj podjetja, ter spodbujamo kulturo (samo) učenja.

”
Že prvo leto, ko sem se pridružila Lidlovi ekipi, sem si rekla, da si želim po petih letih izkoristiti možnost službenega odklopa. Želja se mi je letos uresničila. Zelo rada se udeležujem tudi vseh dodatnih brezplačnih izobraževanj, kot so tečaj nemščine, krepitev predstavijskih veščin in izobraževanja o čustveni inteligenci in agilnosti.

Maruša Biček,
sodelavka v organizaciji poslovanja

5



DELAVSKE IN ČLOVEKOVE PRAVICE



Vsak od nas

je lahko zavzet

za pravičnejši svet

NAŠI KLJUČNI DOSEŽKI IN POGLED V PRIHODNOST

2022

2030

V poslovnem letu 2023 smo uvedli nov kodeks ravnanja za poslovne partnerje.

V poslovnem letu 2023 smo vpeljali trajnostno nabavno politiko, ki zajema implementacijo skrbnega pregleda pri dobaviteljih in njihovih poddobaviteljih.

V poslovnem letu 2023 smo uvedli Lidlovo 36-ko.

Za dobavne verige z velikim tveganjem bomo nadalje letno izvajali tri analize vpliva na človekove pravice HRIA (Human Rights Impact Assessment).

KONTEKST

Evropska komisija je leta 2022 sprejela predlog direktive o skrbnem pregledu v podjetjih glede trajnosti³⁸ s ciljem spodbujanja trajnostnega in odgovornega ravnanja



v vseh globalnih verigah vrednosti.

V skladu z zakonodajo bomo podjetja morala zagotoviti, da po naši celotni oskrbovalni verigi ne prihaja do kršitev človekovih pravic, delavskih ali okoljskih standardov, ki bi posledično povzročale kršitve človekovih pravic tamkajšnjih prebivalcev.

Prav globalne dobavne verige pa so izjemno zapletene:

- delujejo v različnih pravnih in družbenih okoljih,
- v njih naraščajo tveganja, povezana z zagotavljanjem zdravja in varnosti na delovnem mestu, svobodo združevanja, nediskriminacijo, plačilom, otroškim ali prisilnim delom ter spoštovanjem okoljskih standardov.

Potrebe zaposlenih se spreminjajo. Evropske raziskave kažejo, da je v zadnjih letih vse bolj v ospredju **potreba, da se zaposleni na delovnem mestu počutijo vključeni, ustrezno podprti in obdani s prijetnim okoljem, ki jim daje občutek sprejetosti**.³⁹ Naloga podjetij je, da jim zagotovimo varno delovno okolje, kar vključuje tudi:

- brezpogojno spoštovanje človekovih pravic,
- ustvarjanje pogojev za lažje usklajevanje dela in prostega časa ter
- programe za spodbujanje duševnega in telesnega zdravja.

Odgovornost za spoštovanje človekovih pravic je zavezujoča za države in podjetja.

Naloga zakonodajalca je vzpostavitev minimalnih družbenih standardov, gospodarstvo pa lahko pomembno prispeva k nadaljnjemu razvoju in uveljavljanju družbenih standardov v okviru poslovanja.



LIDLOV VPLIV

V Skupini Lidl in Lidlu Slovenija kupcem ponujamo prehranske in neprehranske izdelke, ki so nastali s pridelavo in predelavo v zapletenih globalnih dobavnih verigah. Te uravnavajo raznoteri deležniki in so podvržene številnim pravnim in družbenim tveganjem, povezanimi z zdravjem in varnostjo na delovnem mestu, svobodo združevanja, diskriminacijo ter otroškim in prisilnim delom. Kot dober delodajalec pa smo odgovorni, da svojim zaposlenim zagotovimo najvišjo raven spoštovanja delavskih in človekovih pravic ter dostojne pogoje za delo.



LIDLOVA ZAVEZA

Zavezujemo se brezpogojnemu spoštovanju človekovih pravic in zagotavljanju dostojnih pogojev za delo vzdolž celotne verige vrednosti. Z mislijo na osrednje strateško področje poštenega ravnanja in s ciljno usmerjenimi ukrepi želimo spodbujati napredek in ustvarjati boljše pogoje za delo v globalnih dobavnih verigah. Obenem v Lidlu Slovenija na prvo mesto postavljamo skrb za zaposlene, spoštovanje človekovih pravic pa razumemo kot nekaj samoumevnega. Zahteva po skladnosti z veljavno zakonodajo in internimi smernicami je trdno zasidrana v naših korporativnih načelih, nepristranski in dobronamerni medosebni odnosi pa sodijo med naše temeljne vrednote.

ČLOVEKOVE PRAVICE V DOBAVNI VERIGI

Kot podjetje, vpeto v globalno poslovno okolje, se zavedamo odgovornosti pri zagotavljanju delovnopравниh standardov in dostojnih pogojev za delo v dobavni verigi. Zato smo leta 2021 oblikovali strategijo za zagotavljanje spoštovanja človekovih pravic, ki je podlaga za sistematično izvajanje ukrepov in neprekinjeno upoštevanje standardov na področju spoštovanja človekovih pravic. Strategija je predstavljena v zavezi Človekove pravice v dobavni verigi.

Pri razvoju strategije za zagotavljanje človekovih pravic smo se pri analizi tveganj posamezne dobavne verige osredotočili na **dobavne verige z velikim tveganjem**, pri čemer smo upoštevali pričakovanja naših kupcev in širšega družbenega okolja, prednostno agendo nevladnih organizacij ter zakonodajni in strokovni okvir. Opravili smo sistematično analizo **tveganj kršitev človekovih pravic in vplivov na okolje** v naših dobavnih verigah, kar nam je omogočilo načrtovanje in izvajanje ukrepov za preprečevanje in zmanjšanje škodljivih učinkov naše dejavnosti.

Analiza družbenih tveganj v dobavnih verigah



BANANE

Otroško delo: Brazilija, Ekvador, Filipini
Prisilno delo: Indija, Indonezija
Delavske pravice: Brazilija, Kitajska, Filipini
Diskriminacija: Indija, Indonezija



BOMBAŽ

Otroško delo: Indija, Turkmenistan, Uzbekistan
Prisilno delo: Indija, Pakistan, Uzbekistan
Delavske pravice: Indija, Pakistan, Uzbekistan
Diskriminacija: Indija, Pakistan



CVETJE IN RASTLINE

Otroško delo: Etiopija, Kenija
Prisilno delo: Etiopija, Kenija, Tajska
Delavske pravice: Etiopija, Kitajska, Malezija
Diskriminacija: Etiopija, Kenija



RIBE

Otroško delo: Filipini, Tajska, Vietnam
Prisilno delo: Kitajska, Tajska, Vietnam
Delavske pravice: Indonezija, Tajska, Vietnam
Diskriminacija: Maroko, Mehika, Indonezija



LEŠNIKI

Otroško delo: Azerbajdžan, Gruzija, Turčija
Prisilno delo: Kitajska, Gruzija
Delavske pravice: Kitajska, Iran, Turčija
Diskriminacija: Azerbajdžan, Iran



KAVA

Otroško delo: Etiopija, Kolumbija
Prisilno delo: Etiopija, Indonezija, Kolumbija
Delavske pravice: Brazilija, Gvatemala, Indonezija
Diskriminacija: Etiopija, Honduras, Indija



KAKAV

Otroško delo: Slonokoščena obala, Gana, Nigerija
Prisilno delo: Slonokoščena obala, Gana, Indonezija
Delavske pravice: Brazilija, Slonokoščena obala, Indonezija
Diskriminacija: Slonokoščena obala, Gana, Indonezija



PALMINO OLJE

Otroško delo: Slonokoščena obala, Nigerija
Prisilno delo: Indonezija, Malezija, Tajska
Delavske pravice: Indonezija, Kolumbija, Malezija
Diskriminacija: Gvatemala, Indonezija, Papua Nova Gvineja



RIŽ

Otroško delo: Bangladeš, Indija, Vietnam
Prisilno delo: Indija, Tajska, Vietnam
Delavske pravice: Kitajska, Tajska, Vietnam
Diskriminacija: Indija, Indonezija, Mjanmar



SOJA

Otroško delo: Indija, Nigerija, Paragvaj
Prisilno delo: Kitajska, Indija, Ukrajina
Delavske pravice: Brazilija, Indija, Ukrajina
Diskriminacija: Bolivija, Indija



ČAJ

Otroško delo: Indija, Kenija, Šrilanka
Prisilno delo: Kitajska, Indija, Šrilanka
Delavske pravice: Kitajska, Indija, Kenija
Diskriminacija: Indija, Kenija, Turčija



CELULOZA

Otroško delo: Kitajska, Indonezija, Rusija
Prisilno delo: Kitajska, Indonezija, Rusija
Delavske pravice: Brazilija, Kitajska, Indonezija
Diskriminacija: Brazilija, Indonezija

V prizadevanjih za spoštovanje človekovih pravic in zagotavljanje boljših delovnih pogojev v proizvodnih obratih se opiramo na **redno izmenjavo informacij** s projektnimi partnerji, dobavitelji, nevladnimi organizacijami in zaposlenimi ter uporabo smernic in sistemov za spremljanje, skupaj s **pritožbenimi mehanizmi**. Slednji so ključni pri ugotavljanju kršitev človekovih pravic v dobavni verigi, zato smo za vse dobavne verige uvedli spletni sistem za **anonimno prijavo kršitev BKMS**. Vsaka pritožba je skrbno obravnavana. Večina pritožb se nanaša na zamude pri plačilih in nadurno delo v naših dobavnih verigah. Informacije o načinu obveščanja o kršitvah so zunanjim deležnikom na voljo na [Lidlovi spletni strani](#).

Če ugotovimo kršitve, sprejmemo ustrezne preventivne ali popravne ukrepe in jih, če se izkažejo za uspešne, vključimo v politiko trajnostne nabave.



TRAJNO DELAMO SIJAJNO

Zavzemamo se tudi za ukrepe, ki krepijo spoštovanje temeljnih delovnih standardov Mednarodne organizacije dela. Pri nabavi blaga podpiramo medsektorske mehanizme za pritožbe, kot jih ponujajo organizacije Fairtrade, Cotton Made in Africa (CmiA), Marine Stewardship Council (MSC), Aquaculture Stewardship Council (ASC) in Alliance for Sustainable Textiles.



ANALIZA VPLIVA NA ČLOVEKOVE PRAVICE (HRIA)

Ker vemo, da se tveganja kršitev človekovih in delavskih pravic pojavljajo predvsem globlje v dobavni verigi, ne sodelujemo le z našimi neposrednimi poslovnimi partnerji, ampak pogosto tudi z njihovimi poddobavitelji. Tako si prizadevamo izboljšati delovne pogoje na nižjih ravneh dobavne verige.

Z rednimi in občasnimi analizami tveganj preverjamo dejanska in potencialna tveganja pri proizvodnji izdelkov, ki pridejo na naše prodajne police. Trikrat letno izvajamo analize vpliva na človekove pravice (Human Rights Impact Assessment) za dobavne verige z velikim tveganjem. Preglednost v dobavnih verigah povečujemo z nadgradnjo internih sistemov za zbiranje podatkov o dobaviteljih in sodelovanjem z zunanjimi deležniki.

Leta 2020 smo kot prvi trgovec začeli sistematično izvajati **ocene vpliva na človekove pravice – HRIA** in jih javno objavljati. Ocene HRIA se uporabljajo za sistematično prepoznavanje tveganj in so v pomoč za boljše razumevanje našega vpliva na človekove pravice v analiziranih dobavnih verigah, saj temeljijo na procesu prepoznavanja in razvrščanja neposrednih in posrednih vplivov na človeške vire. Do konca poslovnega leta 2023 smo jih izvedli **šest**.

HRIA vključuje namizno raziskavo in pogovor z zainteresiranimi deležniki (imetniki pravic, nevladne organizacije, sindikati itd.). Del HRIA je tudi akcijski načrt s časovno opredeljenimi ukrepi in cilji. Ocene HRIA so bile že izvedene v dobavnih verigah proizvodnje čaja, jagodičevja, banan, konzerviranih paradižnikov, vina in kozic.



ZAVEZE ZA BOLJŠI SVET

Naša prizadevanja so prednostno usmerjena v zaščito posameznikov pred negativnimi učinki, ki lahko nastanejo pri opravljanju njihovega dela, ter v zaščito človekovih pravic v zvezi z zaposlovanjem v dobavnih verigah, kjer se pojavljajo tveganja kršenja človekovih pravic.

V poročevalskem obdobju smo imeli v ponudbi 1.335 izdelkov lastnih blagovnih znamk, ki imajo vsaj enega izmed certifikatov Fairtrade, Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) ali Rainforest Alliance. Navedeni certifikati spodbujajo spoštovanje človekovih pravic in trajnostno rabo virov. Certifikati so podrobneje predstavljeni v poglavju Surovine.

Zavračamo prisilno delo

Zavedamo se tveganj, ki so jim izpostavljeni delavci v globalnih dobavnih verigah in zavezujemo dobavitelje k spoštovanju človekovih pravic. Za odpravo prisilnega dela sistemsko sodelujemo z različnimi deležniki v dobavni verigi. Prizadevamo si izboljšati mehanizme za prepoznavanje prisilnega dela in zagotavljati učinkovite pravne mehanizme za zaščito delavcev.

Zavračamo otroško delo

V državah z visoko stopnjo revščine otroci pogosto pomagajo preživljati svoje družine. V Lidlu od dobaviteljev zahtevamo, da ne zaposlujejo otrok, mlajših od 15 let (ali 14 let, kjer to dovoljuje nacionalna zakonodaja). Mladi potrebujejo varno delovno okolje, možnost izobraževanja in učinkovite sisteme poročanja o kršitvah. V primerih kršitev sledimo politiki poročanja o kršitvah. Sodelujemo s partnerji, kot je Center za pravice otrok (The Centre for Child

Rights and Business), ki omejuje otroško delo tako, da družinam zagotavlja minimalno plačo, določeno z nacionalno zakonodajo ali kolektivno pogodbo. Od dobaviteljev zahtevamo tudi učinkovite preventivne ukrepe, če mladi delavci opravljajo nevarne dejavnosti.

Spoštujemo svobodo združevanja

V Lidlu spoštujemo pravico do svobode združevanja in to pričakujemo tudi od poslovnih partnerjev.

Osredotočamo se na male kmete, ki jih spodbujamo k povezovanju, saj lahko svoje interese najučinkoviteje uveljavijo kot kolektiv.

V sodelovanju z dobavitelji, strokovnjaki, organizacijami civilne družbe in sindikati opredeljujemo dejavnike, ki ovirajo svobodo združevanja. Vključeni smo v različne razvojne programe, kot so Pravična trgovina (Fairtrade), »Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ)« in program ILO Better Work.

Prizadevamo si za dolgoročno izboljševanje življenjskih in delovnih pogojev delavcev, zato ob kršitvah sodelovanja z dobavitelji ne pretrgamo kar takoj, ampak jih podpremo pri izboljševanju delovnih pogojev.

Trgovine, upravna stavba in logistični center Lidla Slovenija so v državi Sloveniji, zato pravno podlago za zagotavljanje pravice do svobode združevanja in kolektivnih pogajanj ter spoštovanje človekovih pravic na delovnem mestu na naših lokacijah dajeta nacionalna in evropska zakonodaja.

ČLOVEKOVE IN DELAVSKE PRAVICE V LIDLU SLOVENIJA

Kot dober delodajalec si v Lidlu Slovenija prizadevamo ustvariti varno in privlačno delovno okolje. Zagotavljanje dobrega odnosa z zaposlenimi temelji na medsebojnem spoštovanju in zaščiti pravic zaposlenih, kar je trdno zasidrano v naših korporativnih načelih, smernicah in postopkovnih navodilih. Spletni sistem za anonimno prijavo morebitnih kršitev na področju človekovih in delavskih pravic ter širše je dostopen vsem zaposlenim. Informacije o sistemu za obveščanje o kršitvah lahko zaposleni pridobijo na intranetu pod zavihkom Compliance ali na Lidlovi spletni strani. Svoje zaveze med drugim uresničujemo prek programa **CMS HR Compliance**, ki zagotavlja skladnost z veljavno zakonodajo in notranjimi smernicami v vseh poslovnih procesih podjetja. Obenem zaposlene podpiramo pri doseganju boljšega ravnovesja med poklicnim in zasebnim življenjem. V ta namen smo oblikovali različne programe, aktivnosti in ugodnosti, ki jih nenehno razvijamo in dopolnjujemo.

Z izjavo o uresničevanju poslanstva Lidlova Dobra ekipa vodstvo podjetja potrjuje, da v Lidlu Slovenija zagotavljamo pošteno in odprto poslovno okolje brez diskriminacije in ovir.

ZAKONSKO DOLOČENI UKREPI ZA ZAPOSLENE

Starševski dopust

Boljše usklajevanje poklicnega in zasebnega življenja vključuje starševski dopust, ki je zakonsko določen. V letu 2022 ga je izkoristilo 167 zaposlenih, v letu 2023 pa 160, pri čemer v zadnjih letih opažamo rast uveljavljanja starševskega dopusta med očeti.



Zaposleni na starševskem dopustu

Poslovno leto 2022

Poslovno leto 2023

Število zaposlenih, ki so bili na starševskem dopustu

167 žensk

0 moških

151 žensk

9 moških

Število zaposlenih, ki so se po starševskem dopustu vrnili na delo

166 žensk

0 moških

99,4 %

149 žensk

0 moških

98,7 %

9 moških

0 moških

100 %

Število zaposlenih, ki so se po starševskem dopustu vrnili na delo in so po 12 mesecih še vedno zaposleni v podjetju

164 žensk

0 moških

98,2 %

147 žensk

0 moških

97,4 %

9 moških

0 moških

100 %

DODATNE UGODNOSTI ZA ZAPOSLENE

Poleg zakonsko določenih ukrepov smo v Lidlu Slovenija oblikovali širok nabor dodatnih ugodnosti za zaposlene, ki so jim v pomoč pri usklajevanju poklicnega in zasebnega življenja ter pripomorejo k dobremu počutju in zadovoljstvu na delovnem mestu. Podrobnejši opisi ugodnosti so na voljo v prejšnjih trajnostnih poročilih Lidla Slovenija, na tem mestu natančneje navajamo le tiste, ki smo jih v poročevalskem obdobju nadalje razvili.



Službeni odklop

Neplačan dopust je na voljo vsem zaposlenim, ki so v podjetju vsaj pet let. V letu 2023 je službeni odklop izkoristilo 20 zaposlenih, v povprečju v trajanju dveh mesecev.



Delo od doma

V Lidlu Slovenija smo v zadnjih letih spoznali, da lahko dosegamo odlične rezultate tudi v nepredvidljivih okoliščinah, ne glede na to, od kod poteka delo. Zato je od novembra 2022 v veljavi prenovljen, prilagodljiv koncept dela, ki več kot 30 % zaposlenim omogoča opravljanje delovnih obveznosti od doma do pet dni na teden, zaposleni pa v povprečju ugodnost izkoristijo od dva do tri dni na teden.

„Doma sem na Bledu in predvsem v turistični sezoni prihranim ogromno časa, ko mi ni treba vsakodnevno več ur 'pustiti' na cesti. Ta čas lahko namenim delu, kar je super. Tudi vsi programi od doma delujejo brez težav.“

Špela Šanca,
Kadrovska organizacija in transformacija

Fleksibilni delovni čas

Fleksibilen delovni čas med 7. in 19. uro, ob petkih med 7. in 17. uro, za enostavnejše usklajevanje poslovnega in zasebnega življenja.



Lidlova 36-ka

Za delovna mesta prodajalec, skladiščnik in skladiščnik-viličarist smo v poslovnem letu 2022 določili 36-urni delovni teden kot polni delovni čas. Njihov delovni teden je krajši od siceršnje prakse zaposlovanja za polni delovni čas, pokojninska doba pa je priznana enako kot pri 40-urnem delovnem tednu. Z uvedbo Lidlove 36-ke smo naslovili specifiko slovenske pokojninske zakonodaje in spodbudili spremembe, saj so zaposleni za krajši delovni čas, kljub nadpovprečnim plačam v trgovski panogi, postavljeni v bistveno slabši položaj kot tisti, ki so zaposleni za polni delovni čas.



Lidlova 36-tka mi je všeč, ker imam več prostega časa, ki ga lahko preživim s svojo družino, in več časa za ostale dejavnosti. Všeč mi je tudi zato, ker so prispevki plačani za 40 ur in ni skrbi, da sem prikrajšana za delovno dobo.

Apolonija Cajzek,
prodajalka

Ob strani stojimo tudi sodelavkam v veselem pričakovanju in sodelavcem, ki se pripravljajo na starševsko vlogo. Obdarimo jih s simpatičnimi pozornostmi ter informativno mapo V skrbnem pričakovanju, kjer so navedene vse ključne informacije z napotki in usmeritvami za čas nosečnosti, poroda in po otrokovem rojstvu. Lidlovim novepečenim staršem ponujamo tudi enoleten brezplačen dostop do spletnega portala Šola za starše, kjer so na voljo različne strokovne vsebine in videopredavanja slovenskih strokovnjakov o nosečnosti, porodu, poporodnem obdobju in negi dojenčka v prvem letu življenja. V letu 2023 smo obdarovali več kot 70 staršev oziroma njihovih novorojenčkov.



V Lidlu Slovenija je za področje delavskih in človekovih pravic ter ravnovesje med poklicnim in zasebnim življenjem odgovorno področje Kadri, ki izvaja vse potrebne ukrepe ob upoštevanju veljavnih zakonov in zahtev. V dobavni verigi je za to temo odgovoren oddelek za družbeno odgovornost v področju Nabava.



6



PLAČILO



NAŠI KLJUČNI DOSEŽKI IN POGLED V PRIHODNOST

2022

2030

Za poslovno leto 2023 smo zaposlenim izplačali več kot 50 % višji regres od zakonsko določenega.

V poslovnem letu 2023 smo zaposlenim izplačali za 19 % višjo nagrado za poslovno uspešnost kot v letu poprej.

Tudi v prihodnjih letih bomo zaposlenim poleg pravičnega plačila ponujali dodatne ugodnosti na tem področju in jih nadgrajevali.

KONTEKST

V Evropski uniji je od leta 1958 uveljavljena pravica, da vsakdo za enako delo dobi enako plačilo, a je uresničevanje tega načela danes še vedno izziv.

Naloga podjetij je, da



ustvarjajo poštene delovne pogoje za svoje zaposlene.

Ti pogoji na podlagi prizadevanj Evropske unije za močnejšo socialno Evropo zajemajo:

- zdravo, varno in primerno delovno okolje ter varstvo osebnih podatkov,
- usklajevanje poklicnega in zasebnega življenja,
- socialni dialog in udeležbo delavcev,
- informacije o pogojih za zaposlitev in zaščiti v primeru odpustitve,
- pošteno plačilo ter
- varno in prilagodljivo zaposlitev.⁴⁰



LIDLOV VPLIV

V Lidlu Slovenija se kot odgovoren delodajalec zavedamo vpliva plačnega sistema na zagotavljanje dostojnega življenja za več kot 2.000 zaposlenih. Kadar podjetje zagotavlja pošteno plačilo, to krepi tudi njegov ugled kot delodajalca ter privlačnost delovnih pogojev v očeh zaposlenih in iskalcev zaposlitve. Predvsem pa je plačilo temelj, na katerem se ustvarjata spoštovanje in zaupanje med delavcem in delodajalcem, ter pomeni osnovo za dobrobit družbe ter kakovost življenja zaposlenih.



LIDLOVA ZAVEZA

Kot dober delodajalec sprejemamo odgovornost, da svojim zaposlenim omogočamo plačilo, ki zagotavlja dostojno življenje, presega zakonsko določeno minimalno plačilo in je višje od povprečja v panogi. S plačnim sistemom ustvarjamo privlačne pogoje in enake možnosti za zaposlene ne glede spol, starost, narodnost, spolno usmerjenost, svetovni nazor, vero ali telesne značilnosti.

PLAČILO NAD POVPREČJEM V PANOGI

V Lidlu Slovenija je plačni sistem oblikovan v skladu s kadrovske strategijo podjetja in temelji na doslednem upoštevanju veljavnih zakonov in predpisov. Skladnost s predpisi redno preverjamo in plačni sistem po potrebi prilagajamo. Plačilo zaposlenih določamo glede na strukturo delovnega mesta, vsebino dela in dogovorjene pogodbene ure. Plačilo v Lidlu Slovenija je



višje od povprečja v trgovski panogi, osnovna plača pa presega zakonska določila za minimalno plačo.

Osnovno plačo določamo z interno plačno lestvico, ki jo redno preverjamo in prilagajamo.

Plačilo je odvisno od delovnega mesta ter vključuje fiksne in zakonsko določene variabilne komponente, med drugim dodatke za nočno in nadurno delo. Obenem poleg osnovne bruto plače omogočamo fiksne bruto dodatke, ki denimo pripadajo zaposlenim v trgovinah za sezonsko delo oziroma v skladišču za delo v posebnih pogojih dela.

Znotraj procesa določanja plač redno izvajamo t.i. job leveling, v katerem po izbrani standardni metodi ovrednotimo delovna mesta. Postopek je standardiziran, vnaprej določen in enak za vse, ki za vrednotenje uporabljajo to metodo. Pri oblikovanju plačne strukture se naslanjamo tudi na primerjalne analize na trgu dela, ki omogočajo primerjavo plač za iste položaje med podjetji, ki sodelujejo v omenjeni analizi.

Nataša Gros,
vodja obračuna plač in kadrovske administracije

TRAJNO DELAMO SIJAJNO

Zaposlenim že od leta 2016 v drugi pokojninski steber vsak mesec vplačujemo premijo v višini 40 evrov. Vsak zaposleni lahko poleg 40 evrov, ki jih vplača Lidl Slovenija, po svoji odločitvi dodatno premijo prispeva tudi sam iz bruto plače. Pogoji za vključitev je zaposlitev za nedoločen čas oziroma več kot 1 leto zaposlitve v Lidlu Slovenija (kar velja zlasti za tiste, ki nadomeščajo dolgotrajne odsotnosti) in da zaposleni ni v odpovednem roku.⁴¹

TRAJNO DELAMO SIJAJNO

V letu 2023 smo zaposlenim omogočili višja letna izplačila, ki so vključevala nagrado za poslovno uspešnost, regres in spremenjene plačne lestvice. Za vse spremembe plač in dodatkov v poslovnem letu 2023 smo skupno namenili 7,5 milijona evrov. V poslovnem letu 2022 smo za ta namen namenili 7 milijonov evrov.

V Lidlu Slovenija smo v poročevalskem obdobju vsem zaposlenim zagotovili izplačilo nagrade za poslovno uspešnost v enakem znesku in pod enakimi pogoji. Pri tem smo upoštevali sorazmernost izplačila nagrade za poslovno uspešnost glede na to, koliko časa je bil posameznik v posameznem poslovnem letu zaposlen v podjetju, ne pa tudi pogodbenih ur.⁴²

DOBRI DODATKI V STRATEGIJI DOBER LAJF

Finančne ugodnosti (posredne ali neposredne), ki smo jih v poročevalskih letih 2022 in 2023 ponujali zaposlenim, v okviru strategije Dober lajf uvrščamo v steber **Dobri dodatki**. Poleg stimulativnega plačila zaposlenim zagotavljamo dodatne finančne ugodnosti ne glede na to, ali so zaposleni za krajši ali polni delovni čas. Obstajajo ugodnosti, ki sicer lahko zajemajo le del zaposlenih, kot je denimo nagrada za poslovalnico leta, večina finančnih ugodnosti pa je namenjena vsem zaposlenim, med njimi:

- projekt Priporoči Lidl in prejmi nagrado,
- vplačevanje mesečne premije v drugi pokojninski steber,
- izplačilo nagrade za poslovno uspešnost,
- višje izplačilo regresa, kot je določeno z zakonom,
- Lidlova kartica ugodnosti,
- denarna nagrada za zmagovalne ideje znotraj interne platforme za upravljanje idej Genijalc,
- denarna nagrada za poslovalnico leta,
- denarna nagrada za naj mentorja,
- finančna nagrada zaposlenim, ki nastopajo v oglasnih kampanjah,
- licitacije in možnost odkupa službenih vozil in
- možnost odkupa rabljene IT-opreme (prenosni računalniki, tablice, monitorji).

” Najbolj všeč mi je, ko se grem lahko razvajat kamorkoli po Sloveniji in pri tem uporabim kartico ugodnosti.

Lidija Gašperšič,
skladiščna logistika



PLAČNA VRZEL MED SPOLOMA

Kadrovska strategija v Lidlu Slovenija temelji na uresničevanju enakih možnosti in zagotavljanju, da se enaka obravnava dosledno izraža tudi v plačnem sistemu. V ta namen od leta 2021 spremljamo razlike v plačilu med spoloma (Gender Pay Gap, GPG).

Ključni podatki za GPG v letu 2023 kažejo, da v Lidlu Slovenija obstaja razlika v plačilu. Kljub temu, da je načelo enakega plačila trdno zasidrano v podjetju, se tej vrzeli zaradi strukturnih razlik ni mogoče popolnoma izogniti. Med strukturne dejavnike, ki vplivajo na plačne

vrzeli, sodijo večji delež žensk na začetnih delovnih mestih, zaposlitev s krajšim delovnim časom oziroma nesorazmerje med številom zaposlenih v upravi in logističnem centru oziroma prodaji.

V podjetju snujemo različne pristope, s katerimi želimo v prihodnjih letih to vrzel zmanjšati. Med drugim smo v letu 2023 sprejeli zavezo Lidlova dobra ekipa, na podlagi katere se bomo usmerjali v oblikovanje ukrepov, s katerimi bomo lahko podprli ženske na različnih področjih.

Razmerje med najnižjo vstopno plačo in zakonsko minimalno plačo glede na spol ob koncu poslovnega leta 2023⁴³

	Ženske	Moški
Trgovine - prodajalec	1:1,122	1:1,122
Logistični center - skladiščnik	1:1,022	1:1,022
Uprava - referent	1:1,317	1:1,317

Gender Pay Gap in Bonus Gender Pay Gap v Lidlu Slovenija ob koncu poslovnega leta 2023

Gender Pay Gap – GPG (neprečiščeno)⁴⁴

Srednja vrednost 28,6 %

Mediana 16,0 %

Bonus Gender Pay Gap – BGPG (neprečiščeno)

Srednja vrednost -6,1 %

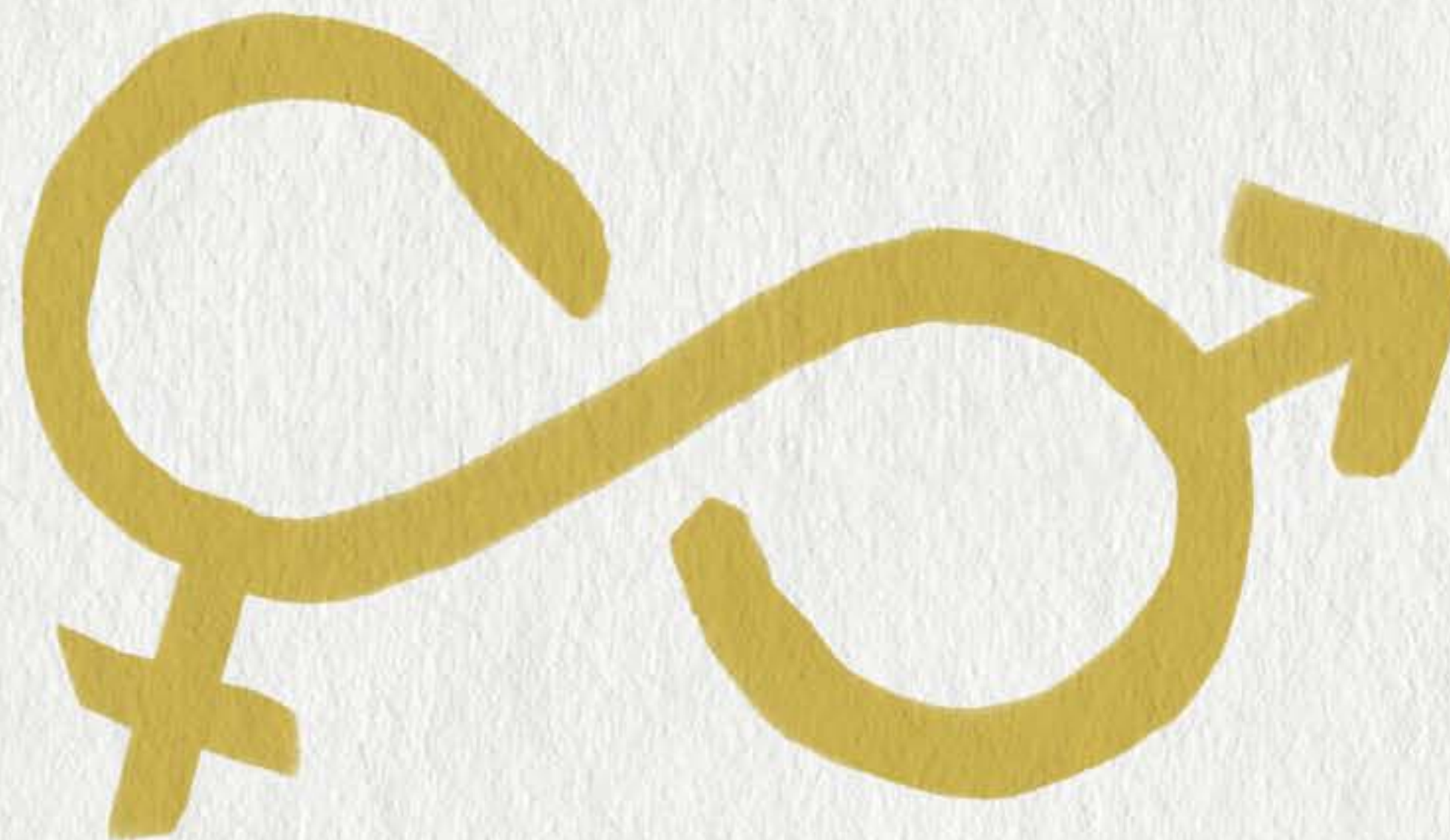
Mediana 0,0 %

Gender Pay Gap – GPG (prečiščeno)⁴⁵ – po plačilnih razredih (v kvartilih)⁴⁶

	Q1 – najnižji plačilni razred	Q2 – nižji do srednji plačilni razred	Q3 – srednji do višji plačilni razred	Q4 – najvišji plačilni razred
Srednja vrednost	0,7 %	0,8 %	1,2 %	22,6 %
Mediana	-0,7 %	2,2 %	2,7 %	17,1 %

Gender Pay Gap – GPG (prečiščeno) – glede na strokovne in vodstvene ravni

	Najvišje vodstvo	Višje vodstvo	Vodilna raven vodstva	Zaposleni
Srednja vrednost	-0,4 %	22,5 %	15,4 %	0,6 %
Mediana	-8,2 %	17,7 %	15,4 %	-0,6 %



V Lidlu Slovenija odgovornost za oblikovanje plačnega sistema in ugodnosti, ob upoštevanju predpisov in zakonov, nosi področje Kadri. Pri usmerjanju in vodenju plačne politike Lidla Slovenija sodeluje tudi Skupina Lidl.

GRI: 3-3, 405-2 / ⁴⁴ T. i. neprečiščeni GPG primerja plače zaposlenih po spolu brez upoštevanja strukturnih razlik, kot so položaj, plačilni razred, delovno razmerje (polni delovni čas/krajši delovni čas), ali drugih dejavnikov. ⁴⁵ T. i. prečiščeni GPG primerja plače zaposlenih po spolu ob upoštevanju nekaterih strukturnih lastnosti, kot so strokovna in vodstvena raven, plačilni razred, delovno razmerje (polni delovni čas/krajši delovni čas), ali drugih dejavnikov. Pri upoštevanju prečiščenega GPG se primerjajo zaposleni znotraj ene »skupine lastnosti«. V Lidlu Slovenija obravnavamo zaposlene na isti strokovni/vodstveni ravni in v istem plačilnem razredu. ⁴⁶ Kvartil obsega eno plačilno obdobje. Pri tem so zaposleni Lidla Slovenija razdeljeni v štiri enako velike plačilne razrede. Vrednost prvega kvartila prikazuje GPG za zaposlene v najnižjem, četrti kvartil pa GPG za zaposlene v najvišjem plačilnem razredu v podjetju.

7



AKTIVNO DRŽAVLJANSTVO IN LOKALNI RAZVOJ



NAŠI KLJUČNI DOSEŽKI IN POGLED V PRIHODNOST

2022

2030

V poročevalskem obdobju smo odprli 5 novih trgovin.

V poslovnem letu 2023 smo uvedli ponudbo piščančjega mesa slovenskega porekla pod lastno blagovno znamko Naše nam paše Premium.

V poslovnem letu 2023 smo Lojtr'co domačih razširili s ponudbo sadja in zelenjave slovenskih dobaviteljev.

V poslovnem letu 2023 smo izvedli projekt Lidl za vitalno Slovenijo.

V poslovnem letu 2024 bomo začeli s certificiranjem trgovin po certifikatu Edge.

V poslovnem letu 2024 bomo pripravili strategijo donacij.

KONTEKST

Gospodarski razvoj v lokalnem okolju je gonilo ustvarjanja delovnih mest, zagotavljanja boljše kakovosti življenja prebivalcev ter vsesplošne socialne blaginje, a skupnost težko obstaja, če v ospredje ne postavlja tudi skrbi za sočloveka.

Leta 2022 je bilo v EU približno **17,4 milijona mladih** (starih od 15 do 29 let) ali



24,5 % izpostavljenih tveganju revščine ali socialne izključenosti.

Od tega jih je 4,1 milijona živelo v hudem materialnem pomanjkanju in socialni izključenosti.⁴⁷



V Sloveniji je leta 2023 pod pragom revščine živelo 264.000 ljudi.

Kar 287.000 ljudi pa je bilo izpostavljenih tveganju socialne izključenosti.⁴⁸

Strategija razvoja Slovenije do 2030 med drugim poudarja močno odvisnost prihodnjega razvoja Slovenije od sposobnosti njenega odzivanja in prilagajanja na trende in izzive v globalnem okolju. Nakazujejo se spremembe v demografskih gibanjih, tekmovanju za svetovne vire in v gospodarskem razvoju, zato so skupno delovanje, povezanost na svetovni, evropski in nacionalni ravni ter čezmejno sodelovanje vse pomembnejši.⁴⁹



LIDLOV VPLIV

Kot eno večjih in hitro rastočih podjetij na slovenskem trgu se v Lidlu Slovenija zavedamo vpliva naše dejavnosti na gospodarski razvoj v lokalnem okolju, ki ga spodbujamo skozi široko mrežo slovenskih dobaviteljev. Obenem nam položaj na trgu daje priložnost, da skozi trajnostne in družbeno odgovorne pobude krepimo vezi in zaupanje z deležniki ter soustvarjamo podobo skupnosti.



LIDLOVA ZAVEZA

V Lidlu Slovenija prepoznavamo svojo vlogo v lokalnem okolju, zato aktivnosti in projekte načrtujemo z mislijo na potrebe skupnosti. Sledimo poslovni strategiji širjenja mreže trgovin in trajnostnega certificiranja svojih nepremičnin. Hkrati povečujemo obseg sodelovanja z lokalnimi dobavitelji in vlagamo v sponzorstva in donacije.

ŠIRITEV IN POSODABLJANJE MREŽE TRGOVIN V DUHU TRAJNOSTNIH ZAVEZ

V poročevalskem obdobju smo nadaljevali širitev mreže trgovin po vsej Sloveniji in odprli 5 novih trgovin, eno smo prenovili. Širitev prodajne mreže, ki je konec poslovnega leta 2023 obsegala 68 trgovin, spodbuja tudi strmo rast zaposlovanja – v podjetju dajemo delo prek 2.000 ljudem, v novoodprtih trgovinah pa smo v poslovnem letu 2023 dodatno zaposlili 39 delavcev.

V poročevalskem obdobju smo odprli 4 trgovine v mestnih središčih oziroma stanovanjskih soseskah.

Novogradnje in posodabljanje trgovin

	2020	2021	2022	2023
Investicije v prenovo in novogradnje		32 mio evrov	77 mio evrov	+140 %
Novoodprte trgovine	1	2	1	4
Prenovljene trgovine	3	4	1	0

S prenovo prodajnih površin in zunanosti trgovin poskrbimo, da te postanejo privlačnejše za kupce in energetsko bolj učinkovite. Pri tem spoštujemo naše trajnostne zaveze in okoljske standarde ter se trudimo ustvarjati okolje, kjer se dobro počutijo naši kupci in zaposleni.

Damir Kovačević,
koordinater gradnje



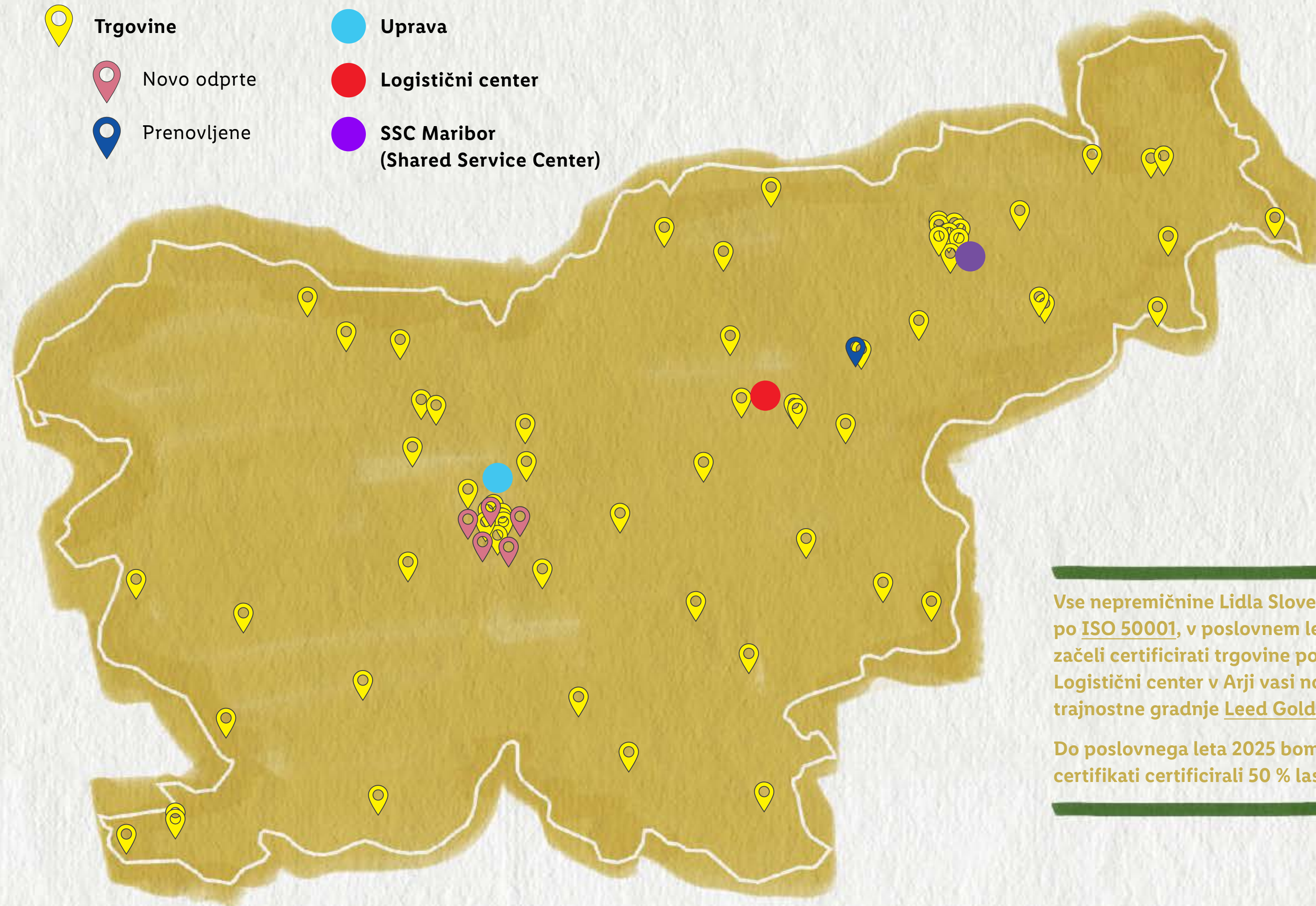
TRAJNO DELAMO SIJAJNO

Ob prenovah trgovin električna oprema, ki jo zamenjamo, ne roma v smeti, ampak jo predamo v nadaljnjo uporabo. Tako smo v zadnjih dveh poslovnih letih podaljšali življenjsko dobo prek 200 zamrzovalnim in hladilnim skrinjam, pečem, čistilnim strojem in viličarjem.



Mreža trgovin Lidla Slovenija z novoodprtimi in posodobljenimi trgovinami

- | | |
|--|--|
|  Trgovine |  Uprava |
|  Novo odprte |  Logistični center |
|  Prenovljene |  SSC Maribor
(Shared Service Center) |



Vse nepremičnine Lidla Slovenija so certificirane po ISO 50001, v poslovnem letu 2024 bomo začeli certificirati trgovine po certifikatu Edge. Logistični center v Arji vasi nosi certifikat trajnostne gradnje Leed Gold.

Do poslovnega leta 2025 bomo s trajnostnimi certifikati certificirali 50 % lastnih nepremičnin.

S širitvijo mreže trgovin Lidl Slovenija prispeva tudi h gospodarskemu razvoju lokalnega okolja. Študija, ki jo je za Lidl Slovenija v letu 2022 opravil Center poslovne odličnosti Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani,⁵⁰ je pokazala, da Lidl Slovenija poleg svojih zaposlenih prek mreže dobaviteljev in s prenosom povpraševanja po mreži dobaviteljev v Sloveniji dodatno podpira še približno 4.000 delovnih mest.

Za primerjavo lahko navedemo podatek, da je imela leta 2021 povprečna gospodarska družba (brez s. p. in zadrug) 7,5 zaposlenega, gospodarska družba v panogi trgovine na drobno (G 47) pa dobrih 11 zaposlenih. Podatki Sursa (2023) kažejo tudi, da je bilo na primer oktobra 2022 po registrskih podatkih delovno aktivnih 930 tisoč ljudi, kar pomeni, da podjetje posredno pomaga ohranjati še 0,4 % delovnih mest v Sloveniji.

dr. Tjaša Redek,
soavtorica študije

RAST PONUDBE LOKALNIH IZDELKOV

S tvornim sodelovanjem s slovenskimi dobavitelji ter krepitvijo ponudbe slovenskih izdelkov v Lidlu Slovenija odgovarjamo na potrebe in pričakovanja kupcev, obenem pa prispevamo k razvoju slovenskega kmetijstva in samooskrbe. V poslovnem letu 2023 je bilo na naših prodajnih policah



prek 2.700 slovenskih izdelkov,

sodelovali smo



z več kot 200 slovenskimi dobavitelji,

zaradi sodelovanja z Lidlom Slovenija pa raste tudi izvoz slovenskih dobaviteljev v države, v katerih poslujejo družbe Skupine Lidl.

Anketiranci ponudbo slovenskih izdelkov na prodajnih policah navajajo kot tretje najpomembnejše trajnostno področje v panogi trgovine z živili, takoj za odgovornostjo do zaposlenih in skrbjo za okolje (Družbena odgovornost trgovcev z živili, Mediana, 2024).

V raziskavi o družbeni odgovornosti trgovcev z živili, ki jo za Lidl Slovenija vsako leto opravi Mediana, anketiranci tradicionalno navajajo, da je za družbeno odgovornega trgovca z živili ključno zagotavljanje ponudbe lokalnih izdelkov (Družbena odgovornost trgovcev z živili, Mediana, 2024). V Lidlu Slovenija skrbimo, da so prodajne police založene z lokalnimi izdelki, po katerih naši kupci radi posegajo. V poslovnem letu 2023 se je tako prodaja slovenskih izdelkov povečala za prek 30 %.

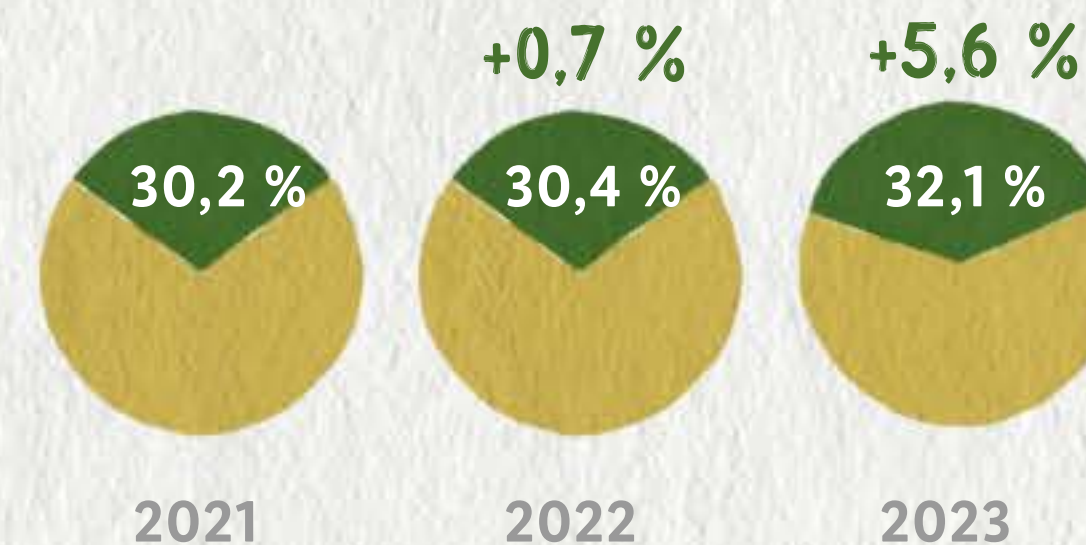


Lokalni izdelki

Delež izdatkov za lokalne dobavitelje



Delež lokalnih izdelkov v ponudbi



Število lokalnih izdelkov v redni ponudbi

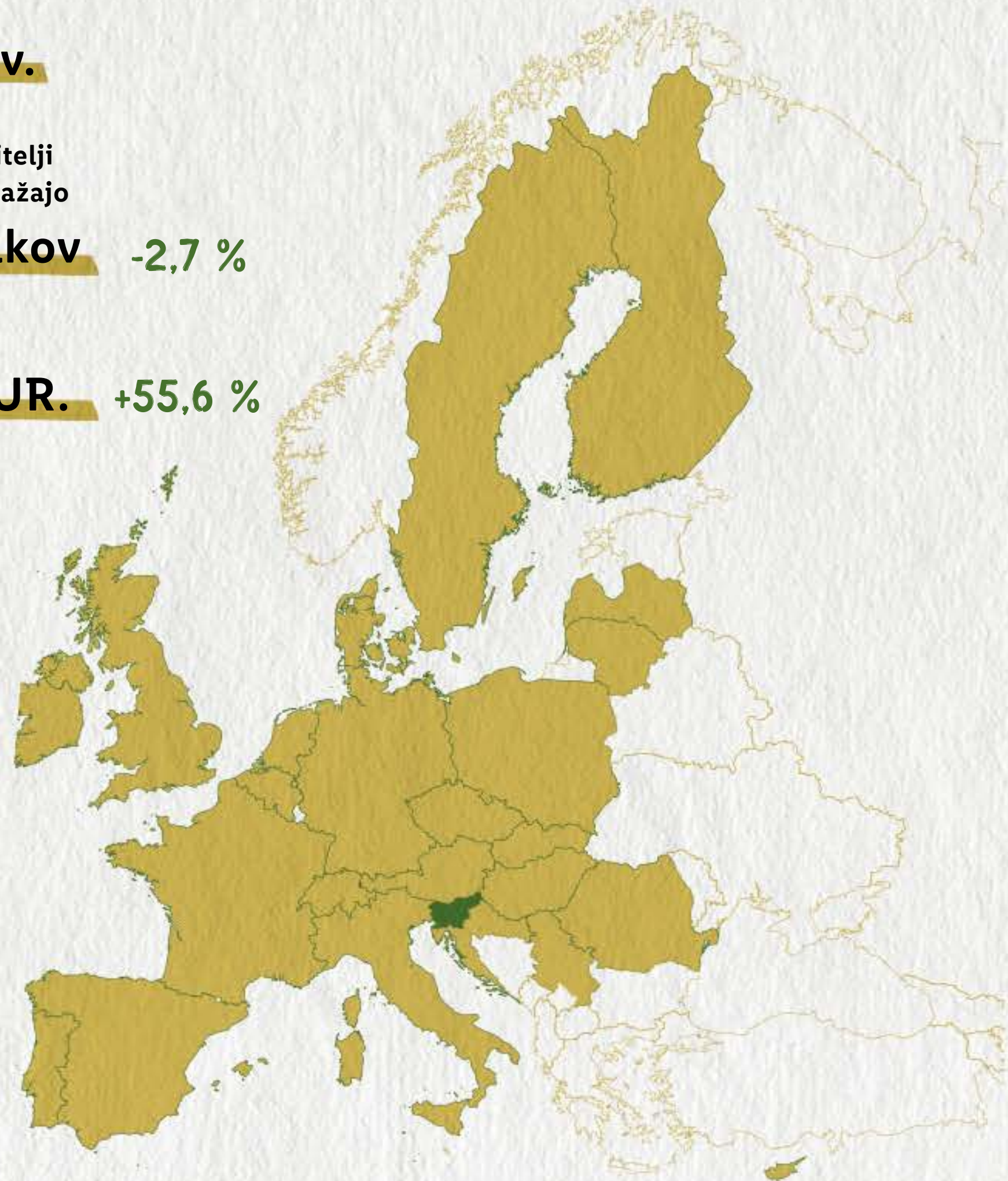


Izvoz v tujino⁵¹

Izdelke prek Lidla Slovenija
izvažamo
v 28 držav.

Slovenski dobavitelji
Lidla Slovenija izvažajo
11,0 % izdelkov -2,7 %

v vrednosti
77,0 mio EUR. +55,6 %



10 najpogosteje izvoženih izdelkov



NAŠE NAM PAŠE PREMIUM

Ponudbo piščančjega mesa pod lastno blagovno znamko Naše nam paše Premium smo dopolnili s šestimi novimi izdelki, skladnimi z načinom reje, prijazne do piščancev, ki zagotavlja upoštevanje visokih standardov oskrbe živali in okoljsko odgovornih kmetijskih praks. Izdelki so izključno slovenskega porekla, naši kupci pa jih lahko prepoznajo po zeleni embalaži z oznako Premium in napisom Prijazno do piščancev.

Raziskava Mediane Ugled podjetja Lidl kot poslovnega partnerja med dobavitelji je pokazala, da se je že tako veliko zadovoljstvo dobaviteljev s sodelovanjem, poslovnim partnerstvom in komunikacijo z Lidlom Slovenija v letu 2023 še povečalo. Poleg tega 90 % vprašanih dobaviteljev trajnostno usmeritev Lidla Slovenija prepoznava kot zelo pomembno, najbolj pomembni področji v povezavi z razvojem trajnosti in njihovim podjetjem pa sta po njihovi oceni krožno gospodarstvo in optimizacija izdelkov.



Z Lidlom Slovenija nas povezuje že več kot desetletno sodelovanje. Najprej smo Lidlovim kupcem ponudili naše sadne jogurte. Skozi leta se je sodelovanje širilo in danes je na njihovih policah mogoče najti kar nekaj izdelkov naše blagovne znamke Zelene Doline. V okviru strateškega partnerstva pa z Lidlom razvijamo tudi izdelke za blagovni znamki Naše nam paše in Pilos. Pozdravljamo Lidlova trajnostna prizadevanja, v katera aktivno vključujejo svoje dobavitelje. Tako smo se na primer z veseljem odzvali vabilu na Podnebno akademijo, v sklopu katere smo pridobili dodatna praktična znanja in podporo pri izvajanju ukrepov za zmanjšanje našega ogljičnega odtisa.

Vinko But,
direktor Mlekarne Celeia



LOJTR'CA DOMAČIH

Lojtr'ca domačih je eden najbolj prepoznavnih projektov Lidla Slovenija, s katerim želimo povečati prepoznavnost lokalnih pridelovalcev, ki iz slovenske prsti in na podlagi lastnega znanja ustvarjajo domače pridelke in izdelke.

Na Lidlovih policah se je v sedmih letih, odkar izvajamo projekt Lojtr'ca domačih, skupno predstavilo že več kot 300 vrhunskih slovenskih butičnih izdelkov.



Leta 2023 smo se Lojtr'ce domačih lotili nekoliko drugače – poudariti smo želeli domačnost in svežino, s ciljem, da obogatimo izbiro na Lidlovi tržnici ter kupcem ponudimo še več **lokalno pridelanega sadja in zelenjave**. Na razpisu je bilo uspešnih **deset slovenskih pridelovalcev sadja in zelenjave**, vsem zmagovalcem pa smo krili tudi stroške pridobitve **certifikata GlobalG.A.P.**, ki ga zahtevamo od vseh svojih dobaviteljev sadja in zelenjave, ter jim tudi pomagali pri postopku certificiranja.

Zmagovalci Lojtr'ce domačih v sezoni 2023 so bili: kmetija Bučar, kmetija Klančnik, kmetija Šinigoj, Jele kitt, kmetija Cvetko, kmetija Jakob, kmetija Lilija, Vrtnarstvo Štravs, kmetija Pleško in ekokmetija Habjan. Ker pa so poletne poplave žal prizadele tudi nekatere zmagovalce Lojtr'ce domačih, na naše prodajne police nismo mogli uvrstiti izdelkov kmetije Cvetko, kmetije Šinigoj, kmetije Jakob, vrtnarstva Štravs in ekokmetije Habjan.

Opažamo, da je ljudem danes sveža, domača zelenjava veliko pomembnejša kot pred leti. Zato se trudimo, da jim ponudimo, kar si želijo: kakovostno, lokalno pridelano. Ponosni smo, da lahko zaradi našega uspešnega sodelovanja z Lidlom pridelke naše kmetije, se pravi solato, mladi česen, kumare, bučke in papriko, uživajo kupci po vsej Sloveniji.

Kmetija Pleško,
Otočec



AKTIVNO VRAČANJE SKUPNOSTI IN PODPORA RAZNOTERIM ORGANIZACIJAM

V Skupini Lidl pod aktivno državljanstvo uvrščamo dobrodelne projekte, ukrepe in kampanje, ki jih izvajamo v lokalnem okolju v vlogi "aktivnega državljana" in ne sodijo v našo osnovno dejavnost, temveč predstavljajo naš prispevek k pozitivnim spremembam v družbi.

Strateško zasnovan pristop k upravljanju aktivnega državljanstva obsega skrben izbor projektov in upravljanje sredstev za družbeno odgovorne projekte, kar ustvarja močnejšo povezanost s skupnostmi, v katerih delujemo, in vpliva na krepitev ugleda podjetja.

Raziskava Mediane Družbena odgovornost trgovcev z živili razkriva, da za respondente družbena odgovornost trgovcev z živili na vseh področjih postaja vse bolj pomembna. Na vrhu ostaja odnos do zaposlenih, takoj za njim sta sponzorstvo in donatorstvo, ki se v letu 2023, najverjetneje tudi zaradi poletnih poplav, izkazujeta kot bistveno bolj pomembna kot kadarkoli doslej (Mediana, 2024).

TRAJNO DELAMO SIJAJNO

V letih 2022 in 2023 smo namenili prek 2,3 milijona evrov donacij organizacijam s področja zdravega sloga življenja, izobraževanja, kulture, športa ter humanitarne pomoči ljudem in živalim, kar je 163,7 % več kot v letih 2020 in 2021.

V povprečju podpiramo prek 200 organizacij, projektov in programov na leto.



LIDL ZA VITALNO SLOVENIJO

V Lidlu Slovenija smo spomladi 2023 v želji po spodbujanju in krepitvi gibanja ter zdravega življenjskega sloga vsega prebivalstva zasnovali pobudo Lidl za vitalno Slovenijo in vse slovenske občine povabili k oddaji predlogov za donacijsko (so)financiranje lokalnih infrastrukturnih projektov, ki povečujejo možnosti za bolj zdrav način življenja prebivalstva in različne generacije spodbujajo h gibanju.



TRAJNO DELAMO SIJAJNO

Na povabilo se je odzvala skoraj tretjina slovenskih občin, prejeli smo več kot 80 predlogov projektov in na koncu izbrali štiri najboljše, za izvedbo katerih smo skupno namenili 345.000 evrov.



Občina **Cerknica** se je na povabilo odzvala s projektom Montažni kolopark, ki se lahko modularno sestavlja, hkrati pa je prenosljiv, zato ga bodo lahko uporabljale tudi sosednje občine. V občini **Šalovci** so s projektom Revitalizacija javnih površin v TNC Peterloug načrtovali dopolnitev javnih površin v turistično-nastanitvenem centru Peterloug, s pomočjo donacije pa postavili otroško igrišče. Na **Ravnah na Koroškem** s pomočjo sredstev obnavljajo Trim stezo – Plac za vse generacije, ki celostno naslavlja področje zdravja v občini in vsem generacijam omogoča gibanje v naravi. V **Mestni občini Ljubljana** so donacijo namenili za nakup opreme v že zgrajenem Centru urbane kulture, ki je namenjen vožnji s skiroji, rolkami in kolesi.



Občina Cerknica se podjetju Lidl Slovenija iskreno zahvaljuje za sofinanciranje projekta Montažni kolopark. Pozdravljamo, da je podjetje družbeno odgovorno in želi prispevati k lokalnemu okolju tudi s podporo tovrstnih projektov. S tem pridobivamo vsi – občine, prebivalci in podjetje. Je pa na žalost teh sinergij med zasebnim in javnim sektorjem v Sloveniji še vedno premalo. Želimo si, da jih bo tudi po vzoru podjetja Lidl v prihodnje več.

Marko Rupar,
župan občine Cerknica



ŽENSKA ROKOMETNA REPREZENTANCA: PODPIRAMO ŽENSKO MOČ

Od leta 2022 je Lidl Slovenija glavni sponzor slovenske ženske članske rokometne reprezentance ter uradni sponzor Rokometne zveze Slovenije. V okviru partnerstva podpiramo številne aktivnosti, ki prispevajo k napredku slovenskega rokometu, obenem pa uresničujemo vizijo in poslanstvo Lidla Slovenija pri ustvarjanju boljšega sveta.



TRAJNO DELAMO SIJAJNO

Pomembno področje naših prizadevanj za boljši svet je enakopravnost spolov, kar izpolnjujemo tudi s podpisom načel Združenih narodov za krepitev vloge žensk (WEP) in z našo dolgoročno zavezanostjo ženskemu rokometu. Prav zato smo prek sponzorske kampanje Podpiramo žensko moč dali glas vrhunskim slovenskim rokometničkam.

Skupina Lidl je že 8 let zapored del svetovnega prvenstva v rokometu za ženske, ki je v 2023 potekalo na Danskem, Norveškem in Švedskem. Kot uradni partner svežine igralkam 32 sodelujočih držav zagotavlja sveže sadje. S partnerstvom želimo vedno znova poudarjati pomen uravnotežene prehrane in spodbujati aktiven življenjski slog.



LIDL-TREK

V poslovnem letu 2023 je Lidl postal glavni sponzor in strateški partner profesionalne kolesarske ekipe Lidl-Trek. Partnerstvo ima cilj na svetovnem kolesarskem prizorišču ustvariti ekipo, ki navdušuje in navdihuje tako rekreativne kot tudi profesionalne kolesarje. Pri tem se ne osredotočamo le na športni uspeh, ampak tudi na ozaveščanje o vplivu športa in ozaveščenega prehranjevanja na zdravje slehernega posameznika.



DONACIJA DELUXE

V poslovnem letu 2022, ob 15-letnici delovanja Lidla Slovenija na slovenskem trgu, smo s tradicionalno donacijo Deluxe zaobjeli celotno Slovenijo in **del sredstev od prodaje prazničnih izdelkov Deluxe namenili nakupu 15 grelnih gnezdec**, tako da smo vsaki slovenski porodnišnici podarili po eno, največji, ljubljanski, pa dve. Nedonošeni novorojenčki za prilagajanje na življenje zunaj maternice namreč potrebujejo podporo in pri tem ima grelno gnezdece pomembno vlogo – omogoča varno zaščito pred podhladitvijo dojenčkov ter ustvarja tesno in prijetno okolje za razvoj in rast. Vseslovenski donaciji se je pridružilo tudi društvo Slojenčki z donacijo

posteljic za novorojenčke, v katere se namestijo grelna gnezdeca. Predajo donacij slovenskim porodnišnicam je pospremila **podoknica za novepečene mamice**, ki jo je izvedla vokalna skupina **Muzikalci**.

V poslovnem letu 2023 smo donacijo Deluxe v višini 20.000 EUR namenili za **nakup prilagojenih učnih in izobraževalnih pripomočkov za Center za izobraževanje, rehabilitacijo, inkluzijo in svetovanje za slepe in slabovidne (Center IRIS)**, kjer se šolajo slepi in slabovidni otroci od vrta do srednje šole ter otroci z avtizmom. Z zbranimi sredstvi za nakup prilagojenih učnih in izobraževalnih pripomočkov smo jim omogočili bolj kakovosten in prilagojen učni proces.



V porodnišnici, ki je zgrajena tik ob nekdanji rimski cesti v najstarejšem slovenskem mestu, smo hvaležni za podarjeno gnezdece. Novorojenčki bi vam zagotovo zapeli hvalnico, če bi znali govoriti. In hvala tudi za lep pevski nastop, podarjen našim novepečenim mamicam.

Oddelek za ginekologijo in porodništvo Splošne bolnišnice Ptuj

DONACIJA POSLOVALNICE MESECA

Ekipe vseh naših trgovin vsak mesec tekmujejo za osvojitve naziva Poslovalnice meseca, konec poslovnega leta pa so s finančno nagrado za vse člane ekipe nagrajene tudi tri najboljše poslovalnice leta.



TRAJNO DELAMO SIJAJNO

V letu 2023 smo v sklopu projekta Poslovalnica meseca društvom in organizacijam iz vse Slovenije namenili več kot 6.000 evrov. Zmagovalna ekipa posameznega meseca poleg nagrade namreč dobi tudi priložnost, da z donacijo podpre lokalno društvo ali organizacijo po svoji izbiri.



V Lidlu Slovenija je za opredeljevanje ciljev in udeležanje ukrepov na področju lokalnega razvoja odgovorno področje Nepremičnine. Razvoj ponudbe lokalnih izdelkov in sodelovanje s slovenskimi dobavitelji sta v pristojnosti področja Nabava. Za vsebine teme aktivno državljanstvo je odgovorno področje Korporativne zadeve.

8



OZAVEŠČENO PREHRANJEVANJE



NAŠI KLJUČNI DOSEŽKI IN POGLED V PRIHODNOST

2022

2030

V poslovnem letu 2023 smo razvili smernice oglaševanja izdelkov, namenjenih otrokom.

V poslovnem letu 2023 smo uvedli oznako Nutri-Score na izdelkih lastnih blagovnih znamk.

V poslovnem letu 2023 smo prejeli nagrado za najbolj inovativen izdelek: proteinski kruh.

Do leta 2025 bomo povečali delež polnozrnatih žit v izdelkih lastnih blagovnih znamk.

Do leta 2025 bomo povečali delež izdelkov z rastlinskimi viri beljakovin.

Do konca leta 2025 bomo zmanjšali vsebnosti soli in sladkorja v izdelkih lastnih blagovnih znamk za 20 %.

KONTEKST

Ponudba hrane ima obsežen globalni vpliv, eden od ključnih izzivov prihodnosti pa bo, kako zagotoviti dovolj hrane za naraščajoče svetovno prebivalstvo. Zato so vedno bolj glasne pobude za trajnostno in ozaveščeno prehranjevanje ter zagotavljanje informiranosti ljudi, da bodo lažje sprejemali trajnostne prehranske odločitve in imeli podlago za to v široki ponudbi.

Leta 2019 je komisija EAT Lancet oblikovala znanstveno podlago za globalne spremembe na področju prehrane. V sodelovanju s 37 znanstveniki iz 16 držav so razvili načrt za zaščito zdravja ljudi in ohranitev planeta – Planetary Health Diet (PHD). S PHD bi do leta 2050 približno



10 milijardam ljudi lahko zagotovili zdravo prehrano, ne da bi preobremenili planet,

vendar bi se vsi morali držati smernic PHD.

Čeprav je PHD trenutno še vedno teoretični model, prvič ponuja celovite in konkretne prehranske smernice v okviru planetarnih meja.

Glede na načela PHD bo morala trajnostna prehrana v prihodnosti



temeljiti pretežno na rastlinski prehrani

z zmernim uživanjem mesa in mlečnih izdelkov, saj trenutna proizvodnja živil živalskega izvora povzroča približno:

- 20 % svetovnih emisij toplogrednih plinov,⁵²
- 80 % svetovne kmetijske rabe zemljišč,⁵³
- 40 % svetovnega izsekavanja pragozdov,⁵⁴
- 30 % svetovne porabe pitne vode.⁵⁵



LIDLOV VPLIV

Kot mednarodni trgovec z živili prek 12.350 poslovalnic oskrbujemo milijone kupcev po vsem svetu. Tako smo soodgovorni za vpliv, ki ga imata hrana in njena pridelava na ljudi, podnebje in biotsko raznovrstnost. Hkrati imamo možnost, da s svojo ponudbo in ozaveščanjem kupcev spodbujamo bolj trajnostne nakupne vzorce in bolj zdrav življenjski slog širše družbe.



LIDLOVA ZAVEZA

Do leta 2025 bomo, ob zagotavljanju najboljšega razmerja med kakovostjo in ceno, krepili ponudbo prehranskih izdelkov, ki spodbujajo uravnoteženo prehranjevanje. Naša prizadevanja slonijo na strategiji ozaveščenega prehranjevanja z zavezujočimi cilji, v središču pa ostaja zagotavljanje varnosti in kakovosti hrane, kar je prednostna zaveza Lidla Slovenija in ključno vodilo pri oblikovanju ponudbe. Z informiranjem krepimo zavedanje ljudi o pomenu uravnoteženega prehranjevanja in si prizadevamo, da bi s povečevanjem ponudbe sezonskih, lokalnih in ekoloških izdelkov ter ponudbo veganskih in vegetarijanskih živil kupcem olajšali sprejemanje trajnostnih nakupnih odločitev.

ZAGOTAVLJANJE VARNOSTI IN KAKOVOSTI IZDELKOV

V Lidlu Slovenija in v okviru Skupine Lidl postavljamo varnost in kakovost izdelkov na prvo mesto ter vseskozi sledimo vodilu, da je



najboljša kakovost izdelkov lahko dostopna vsem.

Za sistematično upravljanje varnosti in kakovosti izdelkov sledimo priznanemu sistemu vodenja kakovosti, ki je certificiran po standardu **ISO 9001:2015**. Standard ureja cilje in načela kakovosti ter opredeljuje procese in odgovornosti, obenem pa naše interne procese dodatno preverja odvetniška pisarna, ki je specializirana za živilsko pravo.

Od poslovnega leta 2021 je oddelek Zagotavljanje kakovosti nosilec certifikata ISO 9001:2025.



TRAJNO DELAMO SIJAJNO

V poročevalskem obdobju je bilo 98 % dobaviteljev lastnih blagovnih znamk certificiranih po **IFS**.

Varnost in kakovost izdelkov nadalje zagotavljamo:

- z zavezovanjem vseh dobaviteljev, ki Lidlu dobavljajo prehranske in neprehranske izdelke lastnih blagovnih znamk, da so certificirani po mednarodnih standardih GlobalG.A.P., IFS (International Featured Standard) ali BRCGS (British Retail Consortium);
- z rednimi periodičnimi in nenapovedanimi revizijami proizvodnih obratov izdelkov lastnih blagovnih znamk, ki jih izvajajo zunanje neodvisne akreditirane organizacije;
- s sistematičnimi preverbami ustreznosti lastnosti vseh živilskih in neživilskih izdelkov lastnih blagovnih znamk glede na navedbe v deklaraciji, ki jih izvajajo zunanje neodvisne akreditirane organizacije;
- s preverjanjem skladnosti celotne ponudbe sadja in zelenjave lastnih blagovnih znamk z interno določenimi smernicami kakovosti in varnosti, ki presegajo zakonsko določene minimalne zahteve.

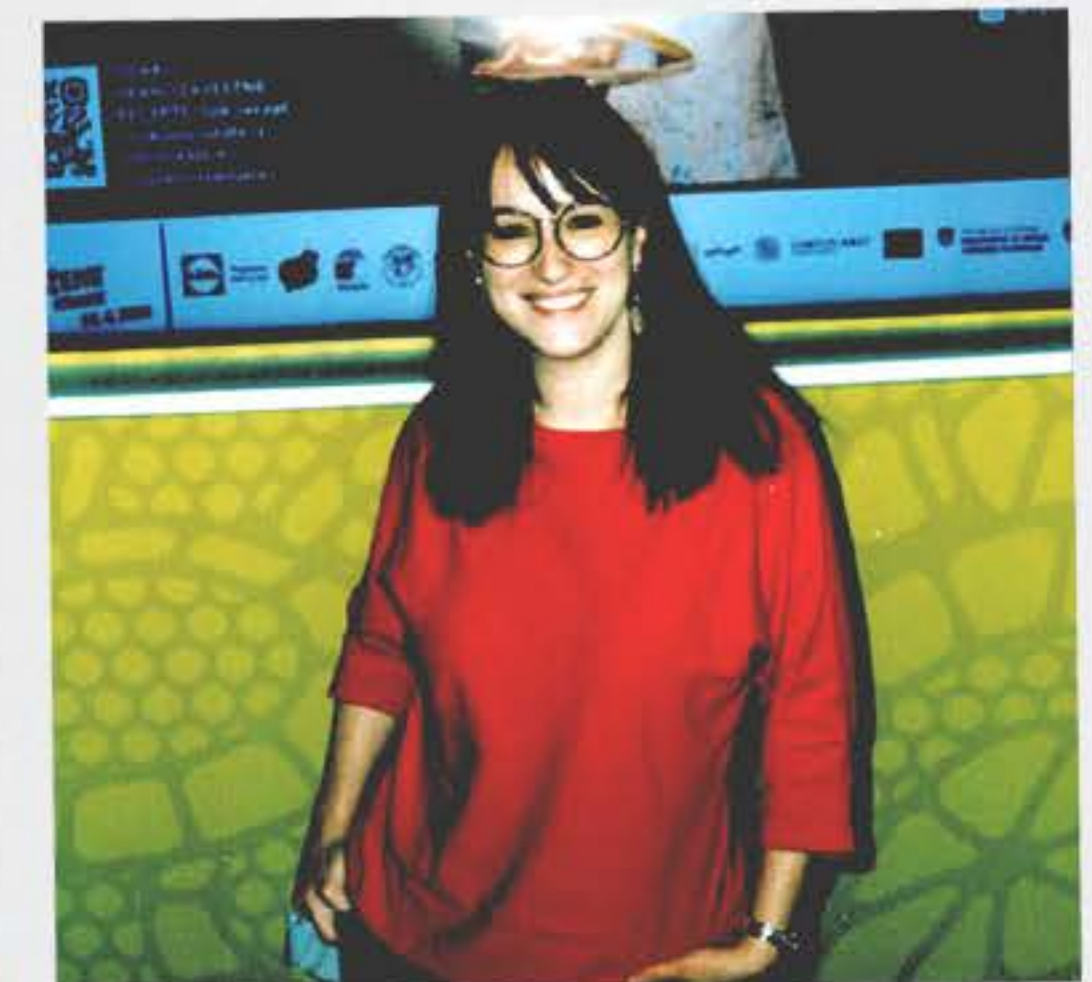
Skupina Lidl ima vzpostavljene tudi redne periodične preglede objektov, kjer se proizvajajo neprehranski izdelki lastnih blagovnih znamk. Izvajajo jih neodvisni strokovnjaki po standardih BSCI ali SA 8000, na podlagi izsledkov pa Skupina Lidl sistematično proučuje priložnosti za izboljšave.

Potencialna odstopanja, ki se med drugim ugotovijo z zgoraj navedenimi postopki, oceni oddelek Zagotavljanje kakovosti in po potrebi sproži ustrezne ukrepe. V poročevalskem obdobju smo izvedli 1.731 analiz za področje prehranskih in neprehranskih izdelkov ter 673 analiz za sadje in zelenjavo. V obdobju poročanja je bilo izvedenih 53 revizij.



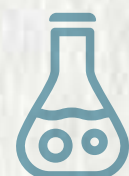
TRAJNO DELAMO SIJAJNO

Neodvisne strokovnjake Biotehniške fakultete Univerze v Ljubljani smo prosili, da ocenijo senzorično kakovost izdelkov naših blagovnih znamk. V poročevalskem obdobju je bilo testiranih 242 izdelkov lastnih blagovnih znamk, od tega jih je oceno odlična kakovost prejelo kar 212 (88 %) izdelkov.



ODPOKLICI IN INŠPEKCIJSKI PREGLEDI

Pri zagotavljanju varnosti izdelkov tesno sodelujemo s svojimi dobavitelji.



V neodvisnih in akreditiranih laboratorijih redno izvajamo testiranja izdelkov

za preverjanje skladnosti z lastnimi standardi kakovosti in zakonskimi zahtevami. Lastni standardi kakovosti med drugim določajo pogostost testiranja v odvisnosti od vrste izdelka.

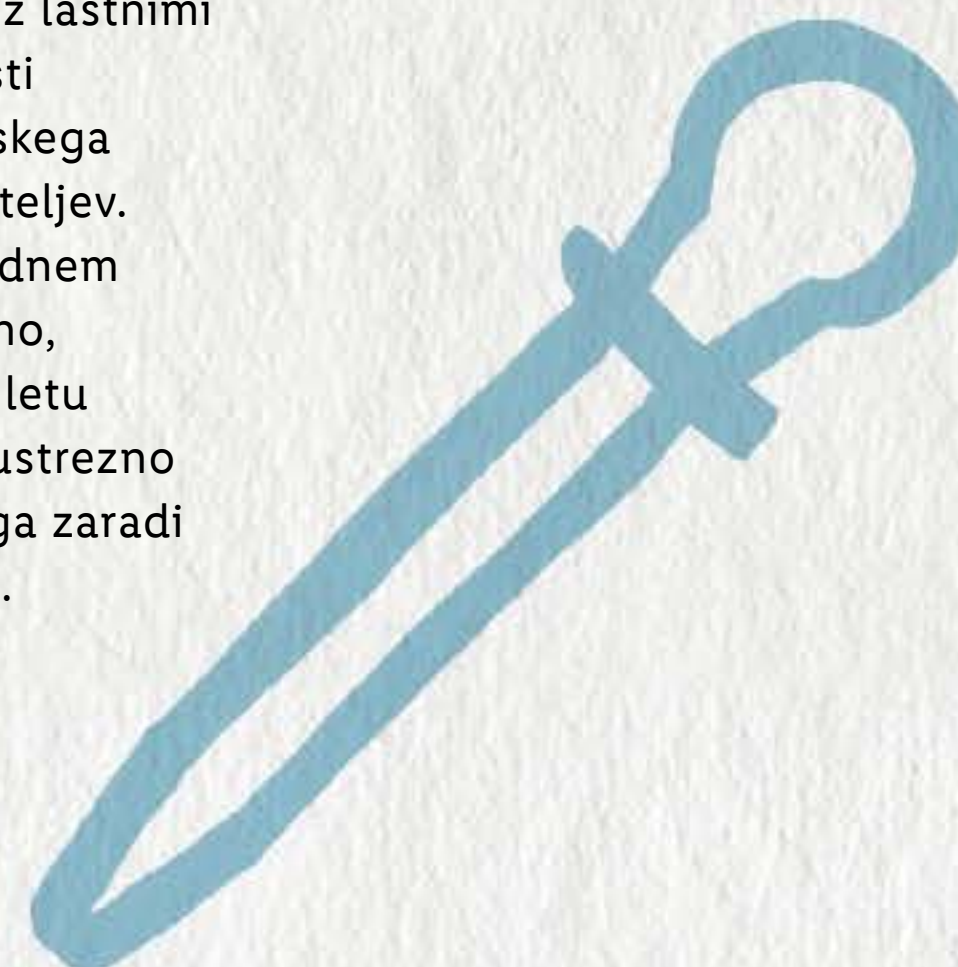
Kljub obsežnemu testiranju se lahko v ponudbi pojavijo izdelki, ki so potencialno nevarni za zdravje. Če odkrijemo takšne izdelke, jih po internem standardiziranem postopku v skladu z zakonodajo nemudoma umaknemo iz prodaje in o tem obvestimo pristojne inšpektorate. Sočasno po različnih komunikacijskih kanalih seznanimo tudi širšo javnost (objave v trgovinah, na www.lidl.si, obvestilo pošljemo tudi STA). Reklamacije kupcev sprejemamo prek [kontaktnega obrazca](#), [digitalne pomočnice](#) (LiA) ali na Lidlovem Infofonu (080 70 60 oziroma infofon@lidl.si).

Poleg internih ukrepov za zagotavljanje varnosti izdelkov z analizami in presojami dobaviteljev tudi inšpekcijske službe redno vzorčijo izdelke iz naše ponudbe ter preverjajo skladnost s predpisi in prostovoljnimi kodeksi v zvezi z vplivi izdelkov in storitev na zdravje in varnost ljudi.

Odpoklici in inšpekcijski pregledi

	2022	2023
Število odpoklicanih izdelkov (lastne blagovne znamke)	7	6
Število odpoklicanih prehrabnih izdelkov (lastne blagovne znamke)	7	4
Število odpoklicanih neprehranskih izdelkov (lastne blagovne znamke)	0	2
Število inšpekcijsko odvzetih vzorcev (prehrabni in neprehranski izdelki)	204	184
Število inšpekcijsko odvzetih vzorcev, kjer niso bila ugotovljena neskladja	203	182
Število inšpekcijsko odvzetih vzorcev, kjer so bila ugotovljena neskladja	1	2

V poročevalskem obdobju smo odpoklicali 13 izdelkov. Izdelke smo odpoklicali zaradi nepravilnosti, ki smo jih odkrili bodisi z lastnimi rednimi notranjimi kontrolami kakovosti bodisi na podlagi rezultatov inšpekcijskega nadzora oziroma samonadzora dobaviteljev. Pri vzorcih, ki jih je ob rednem ali izrednem nadzoru vzela inšpekcija za varno hrano, veterinarstvo in varstvo rastlin, smo v letu 2022 prejeli 2 opomina, vezana na neustrezno senzorično oceno, v letu 2023 pa enega zaradi nezagotavljanja zahtev o varnosti živil.



STRATEGIJA OZAVEŠČENEGA PREHRANJEVANJA

Varnost in kakovost ponudbe je temeljna zaveza Lidla Slovenija, na kateri je oblikovana tudi strategija ozaveščenega prehranjevanja. Ta stoji na treh stebrih.

Do leta 2025

bomo kupcem zagotovili najboljšo ponudbo za ozaveščen in trajnosten način življenja.



NAŠA ZAVEZA ZA OZAVEŠČENO PREHRANJEVANJE

V okviru naših prizadevanj, da kupcem ponudimo širok nabor izdelkov za bolj ozaveščeno prehranjevanje, smo se zavezali k:

- zmanjšanju vsebnosti sladkorja in soli v izdelkih lastnih blagovnih znamk za 20 %;
- zmanjševanju uporabe konzervansov, arom in barvil ter nasičenih maščob;
- zmanjševanju količin ostankov fitofarmaceutskih sredstev v izdelkih, saj od dobaviteljev zahtevamo izpolnjevanje veliko strožjih meril, kot jih postavljajo veljavni predpisi.

Ob tem ostaja okus ključno merilo razvoja izdelkov, zato se v sodelovanju z dobavitelji pri prilagajanju receptur in širitvi ponudbe opiramo tudi na povratne informacije kupcev. Tako spodbujamo razvoj ponudbe lastnih blagovnih znamk, kupcem pa ponujamo varne, trajnostne, zdrave in okusne izdelke.

V ponudbi Lidla Slovenija je 80 % izdelkov lastnih blagovnih znamk, kar pomeni, da v tesnem sodelovanju z dobavitelji skrbimo za razvoj večine izdelkov na naših prodajnih policah ter z rednimi pregledi zagotavljamo njihovo varnost in kakovost.

V poročevalskem obdobju smo se prednostno usmerili na zmanjševanje vsebnosti soli in sladkorja, poleg tega pa smo sprejeli tudi nove zaveze za uravnoteženo prehranjevanje, in sicer na področjih polnozrnatih izdelkov, povečevanja rastlinskih virov beljakovin v ponudbi in prilagojenega oglaševanja izdelkov, namenjenih otrokom.



Zmanjševanje vsebnosti soli:
prej 1,35 g/100 g
sedaj 0,74 g/100 g

Zmanjševanje vsebnosti sladkorja:
prej 16,3 g/100 g
sedaj 11,9 g/100 g

Zmanjšanje vsebnosti sladkorja in soli

V okviru Skupine Lidl smo se zavezali, da bomo do leta 2025 za 20 % zmanjšali količine dodane soli in sladkorja v izdelkih lastnih blagovnih znamk. Pri tem nas primarno vodita načelo zagotavljanja varnih izdelkov in zadovoljevanje različnih okusov kupcev. Zato se pri doseganju ciljev pri posameznih izdelkih soočamo z omejitvami (npr. količino sladkorja zaradi okusa, ki ga kupci pričakujejo od posameznih izdelkov, zmanjšujemo le omejeno in postopno). Kljub temu ocenjujemo, da bomo s spremembami in dopolnitvami ponudbe lahko izpolnili zavezo za zmanjšanje skupne količine sladkorja in soli v izdelkih lastnih blagovnih znamk.

V primerjavi z izhodiščnim letom 2015 nam je v poslovnem letu 2023 v ponudbi Lidla Slovenija uspelo zmanjšati skupno količino soli v izdelkih lastnih blagovnih znamk za 18,3 %, skupno količino sladkorja v izdelkih lastnih blagovnih znamk pa za 19,6 %.

Polnozrnat sestavine v izdelkih in polnozrnat izdelki

Študije, kot je Globalno poročilo o prehrani Svetovne zdravstvene organizacije (SZO), kažejo, da so polnozrnat žita največji vzvod za zdravo staranje. Polnozrnat izdelki vsebujejo več vlaknin, ki spodbujajo zdravje črevesja in tako preprečujejo zdravstvena tveganja, kot so sladkorna bolezen ter bolezn srca in ožilja.

ZATO SMO SE ZAVEZALI, DA:

- bomo do konca leta 2023 preučili možnosti dodajanja polnozrnatih alternativ pri posameznih vrstah izdelkov;
- bomo do leta 2025 postopoma povečevali delež polnozrnatih žit v izdelkih lastnih blagovnih znamk;
- bomo do leta 2025 postopoma zagotavljali večjo preglednost ponudbe z navajanjem vsebnosti vlaknin v izdelkih v tabeli hranilnih vrednosti.



Rastlinski viri beljakovin

Pridelava rastlinskih virov beljakovin na splošno zahteva manj kmetijskih površin in vode ter ustvarja manj izpustov toplogrednih plinov. Posledično ima manjši vpliv na okolje v primerjavi z živinorejo. Proizvodnja 100 g živalskih beljakovin na primer zahteva šest- do sedemkrat več kmetijskih površin kot proizvodnja 100 g sojinih beljakovin. Rastlinski nadomestki mesa ter naravni rastlinski viri beljakovin, vključno s stročnicami in oreški, v manjšem obsegu obremenjujejo podtalnico in zemljo ter ustvarjajo manj toplogrednih plinov.⁵⁶

Prizadevamo si, da bi kupcem ponudili širok nabor lokalnih in sezonskih izdelkov, v skladu s smernicami interne strategije za beljakovine pa bogatimo tudi ponudbo vegetarijanskih in veganskih izdelkov lastnih blagovnih znamk. V Lidlu Slovenija kupcem od leta 2016 ponujamo veganske in vegetarijanske izdelke pod lastno blagovno znamko Vemondo. Z njo ne želimo nagovarjati le veganov in vegetarijancev, ampak k poseganju po teh izdelkih spodbuditi in zanje navdušiti tudi širšo javnost.

V poročevalskem obdobju smo kupcem ponudili 111 veganskih izdelkov lastne blagovne znamke Vemondo. Ponudbo bomo v prihodnosti razširili ter izboljševali okus, videz, teksturo in trajnostne lastnosti izdelkov.

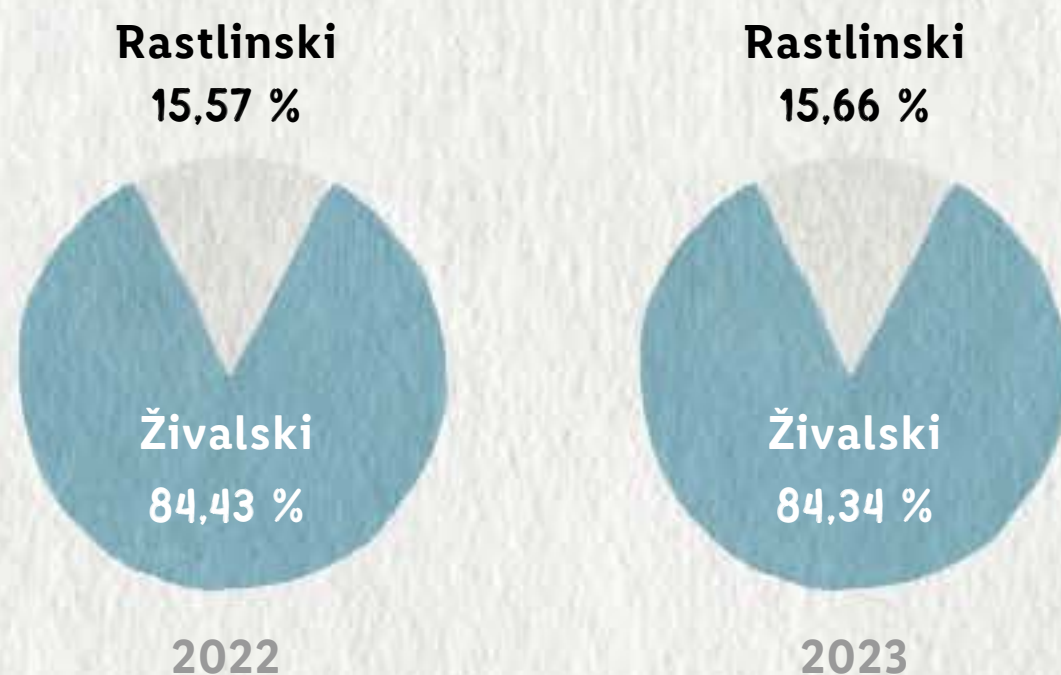
ZAVEZALI SMO SE, DA:

- bomo od poslovnega leta 2023 zagotavljali preglednost deleža živalskih virov beljakovin v primerjavi z rastlinskimi v izdelkih lastnih blagovnih znamk;
- bomo do leta 2025 v ponudbo dodajali stročnice, oreške ter veganske nadomestke za meso in mlečne izdelke.

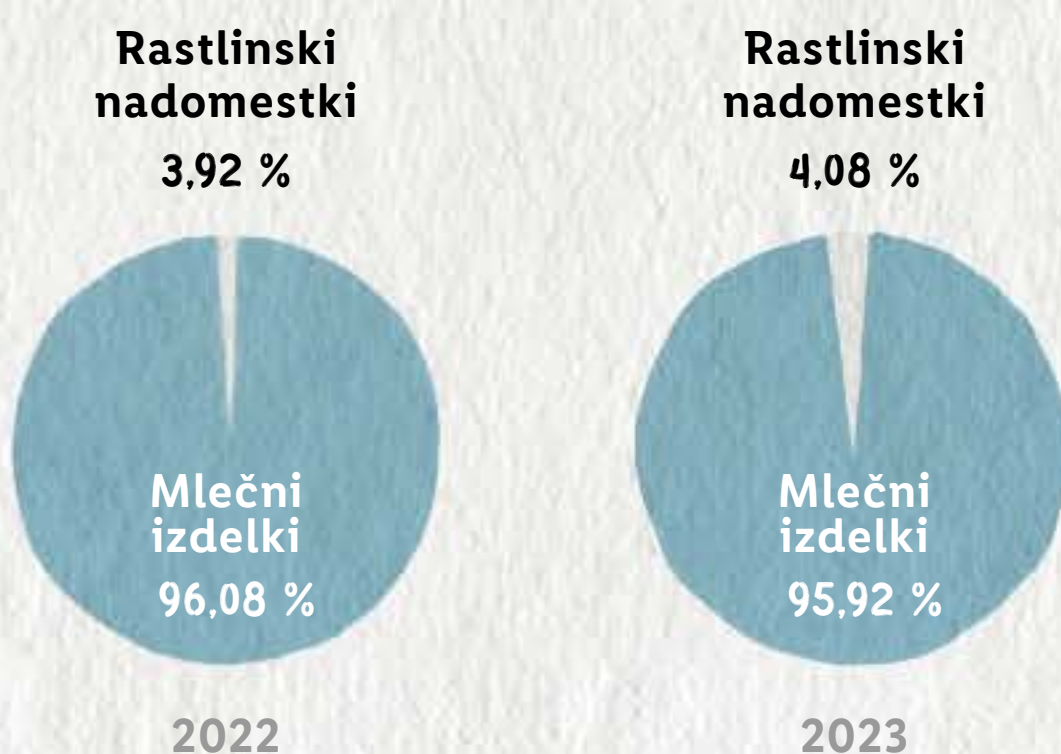


Razmerje rastlinskih in živalskih virov beljakovin v ponudbi

Viri beljakovin
(brez mlečnih izdelkov in njihovih nadomestkov)



Mlečni izdelki in njihovi nadomestki



Spodbujanje uravnotežene prehrane otrok

Posebno skrb namenjamo uravnoteženi prehrani otrok, saj se prehranjevalni vzorci oblikujejo že zgodaj v otroštvu. Tako v skladu s priporočili Svetovne zdravstvene organizacije (SZO) od januarja 2023 ne oglašujemo več živil lastnih blagovnih znamk, ki ne ustrezajo merilom SZO za zdravo prehrano.

NAŠI CILJI PRI OGLAŠEVANJU OTROKOM

- Spodbujamo oglaševanje bolj zdrave in uravnotežene prehrane otrok.
- Od leta 2023 v skladu s smernicami SZO za zdravo prehrano ne oglašujemo nezdravih izdelkov lastnih blagovnih znamk. To zajema promocijske dejavnosti na televiziji, radiu, v družbenih medijih in na letakih.
- Do konca leta 2025 bomo zagotovili, da bomo živila lastnih blagovnih znamk z otroškimi elementi na embalaži na prodajne police umeščali le, če bodo ustrezala merilom SZO za zdravo prehrano. Pri tem bomo postopoma spreminjali videz embalaže. Izjema so promocijski artikli za božič, veliko noč in noč čarovnic.⁵⁷

TRAJNO DELAMO SIJAJNO

Podjetje Don Don je za Lidl Slovenija ustvarilo proteinski kruh brez kvasa, ki se odlikuje po izjemnih senzoričnih lastnostih, vsebnost soli pa ne presega 1,0 g na 100 g izdelka. Inštitut za nutricionistiko je izdelek nagradil s prestižno nagrado za inovativnost pri izboljševanju sestave živil.

V okviru projekta Zdravko Lidl priporoča se osredotočamo na spodbujanje vitalnega življenjskega sloga, kamor poleg redne telesne aktivnosti sodi tudi uravnotežena prehrana.

S tem projektom želimo v sodelovanju z Inštitutom za nutricionistiko kupce ozaveščati o izdelkih, ki so zaradi določenih hranilnih vrednosti še posebej priporočljivi.



Preglednost in opolnomočenje

Med pomembna prizadevanja Lidla Slovenija na področju ozaveščenega prehranjevanja sodi tudi ozaveščanje kupcev. Le ozaveščeni kupci lahko sprejemajo informirane, zavestne nakupne odločitve, ki pozitivno vplivajo na način prehranjevanja in vodijo v bolj zdrav življenjski slog, obenem pa varujejo okolje.

Zato smo si kot del Skupine Schwarz zastavili cilj, da bomo do konca leta 2025:

- kupcem zagotovili večjo preglednost družbenih, okoljskih in zdravstvenih vplivov izdelkov ter jim tako omogočili sprejemanje bolj informiranih nakupnih odločitev.

V Lidlu Slovenija si prizadevamo zagotoviti večjo preglednost vse do dobavnih verig, kupce pa ozaveščamo s pomočjo jasnih informacij o izdelkih. Pri tem se opiramo na oznake, s katerimi si lahko kupci pomagajo pri bolj trajnostnem nakupovanju. Naš cilj je, v sodelovanju s kupci, podpirati bolj trajnostno poslovanje.

Vsi izdelki lastnih blagovnih znamk Lidla Slovenija omogočajo sledljivost do izvora surovin, kar, poleg varnosti in kakovosti izdelkov, potrjuje certifikata IFS ali GlobalGAP. V segmentu sadja in zelenjave na primer navajamo državo izvora in dobavitelja.

OZNAČEVANJE IZDELKOV

Označevanje izdelkov zagotavlja ključne informacije o izdelku, vključno z njegovimi sestavinami, datumom izdelave, rokom uporabe, hranilno vrednostjo in navodili za uporabo. Te informacije kupcem pomagajo pri sprejemanju ozaveščenih nakupnih odločitev, še zlasti če imajo alergije, prehranske omejitve ali druge zdravstvene težave.



SKLADNOST PRI OZNAČEVANJU

V skladu z Evropsko uredbo o zagotavljanju informacij o živilih potrošnikom 1169/2011, ki opredeljuje enotno in jasno označevanje izdelkov, na embalaži izdelkov lastnih blagovnih znamk navajamo:

- ime živila,
- seznam sestavin,
- sestavine, ki lahko povzročijo alergije ali preobčutljivost,
- rok uporabnosti,
- neto količino,
- ime ali naziv podjetja in naslov nosilca živilske dejavnosti,
- označbo hranilne vrednosti,
- izdelke z vegansko ali vegetarijansko recepturo.

V skladu z našo zavezo zagotavljanja večje preglednosti na izdelkih lastnih blagovnih znamk dodatno navajamo tudi informacije o hranilni vrednosti. Preglednica hranilne vrednosti na enem mestu prikaže, katera hranila izdelek vsebuje in kakšna je njegova kalorična vrednost. Kadar je navedena porcija, sta v skladu z uredbo o informacijah o živilih potrošnikom (VO (EU) št. 1169/2011) ustrezno preračunana tudi energijska vrednost na porcijo in delež izkoriščenosti glede na priporočene dnevne potrebe odrasle osebe.

NUTRI-SCORE

Nutri-Score je prostovoljni sistem za označevanje hranilne vrednosti živil, ki ga je razvilo francosko ministrstvo za zdravje (Santé Publique France). Metodologija izračuna se na ravni EU nenehno razvija. Petstopenjska kombinacija barv in črk na lestvici Nutri-Score sega od zelenega A do rdečega E in kupcem poenostavlja izbor živil z ugodnejšimi prehranskimi lastnostmi.

Lidl je bil med prvimi podjetji, ki so uvedla prostovoljno označevanje hranilne vrednosti z oznako Nutri-Score. V Lidlu Slovenija smo si zastavili cilj, da bomo postopno uvajali označevanje Nutri-Score na izdelkih lastnih blagovnih znamk.

Nutri-Score je naše ključno vodilo pri oblikovanju ponudbe: širimo obseg ponudbe z novimi izdelki z ugodno oceno Nutri-Score in hkrati optimiziramo recepture obstoječih izdelkov.



MEDNARODNI STANDARDI

V Lidlu Slovenija opažamo, da se kupci pri svojih nakupih s pridom opirajo na oznake, s katerimi so opremljeni izdelki na prodajnih policah. Raziskava, ki jo je za nas opravil Inštitut za raziskovanje trga in medijev Mediana, pa je pokazala, da kupci družbeno odgovornost trgovcev z živili ocenjujejo tudi glede na delež trajnostno certificirane ponudbe, ki jo zagotavljajo trgovci (Družbena odgovornost trgovcev z živili, Mediana, 2024).

Certifikatom, s katerimi so označeni prehranski izdelki, smo se posvetili v [poglavju o surovinah](#). Boljšo kakovost in trajnost neprehranskih izdelkov pa kupci prepoznajo po standardih in certifikatih, kot sta GOTS ali FSC.

V Lidlu Slovenija postopoma uvajamo oznake za ločevanje odpadkov. Z njimi želimo prispevati k ozaveščanju kupcev na tem področju ter jih motivirati k pravilnemu in doslednemu ločevanju odpadkov.



GOTS (Global Organic Textile Standard) zagotavlja bolj trajnostno proizvodnjo tekstila v celotni dobavni verigi, od ekološko pridelanih surovin do trajnostne proizvodnje in preglednega označevanja.



FSC (Forest Stewardship Council) označuje izdelke, ki so pridobljeni iz lesa iz gozdov, s katerimi se gospodari okoljsko odgovorno.



V Lidlu Slovenija je za opredeljevanje ciljev in udeležanje ukrepov na področju ozaveščenega prehranjevanja krovno odgovorno področje Nabava.

Pregled ciljev na področju ozaveščenega prehranjevanja

VARNOST ŽIVIL

ZMANJŠEVANJE VSEBNOSTI NEŽELENIH SNOVI

V TEKU Zmanjševanje vsebnosti onesnaževal in njihovih ostankov znatno pod vrednosti zakonskih zahtev.

ZMANJŠEVANJE UPORABE PESTICIDOV

V TEKU Ponudba živil brez ostankov pesticidov, kolikor je to mogoče.
Zmanjševanje ostankov aktivnih sestavin na največ tretjino zakonsko dovoljene mejne vrednosti.
Delež vseh ostankov aktivnih sestavin do največ 80 % zakonsko določene najvišje ravni.
Največ štiri določljive vrste ostankov aktivnih sestavin na živilo.



OZAVEŠČENO PREHRANJEVANJE

POLNOZRNATA ŽITA IN VLAKNINE

DO KONCA LETA 2023 Analiza izdelkov za razširitev ponudbe s polnozrnatimi alternativami.

DO LETA 2025 Postopno povečevanje deleža polnozrnatih žit v izdelkih lastnih blagovnih znamk.

Preglednost nad vsebnostjo vlaknin na deklaracijah izdelkov lastnih blagovnih znamk.

MAŠČOBE IN OLJA

V TEKU Povečevanje deleža visokokakovostnih in trajnostno pridelanih rastlinskih olj v izdelkih lastnih blagovnih znamk, po možnosti regionalnega izvora.

SLADKOR IN SOL

DO LETA 2025 20 % zmanjšanje povprečne vsebnosti dodanega sladkorja in soli v izdelkih lastnih blagovnih znamk.

DODATKI

V TEKU Uporaba naravnih sestavin namesto umetnih aditivov.
Zmanjšanje količine barvil, prenehanje uporabe azo barvil, kinolin rumene in zelene barve S.
Zmerna uporaba arom, tudi v veganskih nadomestkih.
Brez splošne obsežne vitaminizacije in mineralizacije.
Zmanjšanje in opustitev uporabe konzervansov ob upoštevanju varnosti živil.

OGLAŠEVANJE OTROKOM

NEMUDOMA Spodbujamo oglaševanje bolj zdrave in uravnotežene prehrane otrok.

OD LETA 2023 Brez oglaševanja nezdravih živil lastnih blagovnih znamk otrokom v skladu s smernicami SZO za zdravo prehrano.

DO KONCA LETA 2025 Zasnova embalaže izdelkov, namenjenih otrokom, v skladu s smernicami SZO za zdravo prehrano. Izjeme: akcijska ponudba za božič, veliko noč in noč čarovnic.

TRAJNOSTNA PREHRANA

RASTLINSKI VIRI BELJAKOVIN

OD LETA 2023 Transparentno poročanje deleža izdelkov, ki so vir rastlinskih beljakovin, v primerjavi z živalskimi viri beljakovin.

DO LETA 2025 Širitev ponudbe z izdelki, ki so rastlinski vir beljakovin.

TRAJNOSTNI RAZVOJ IZDELKOV

V TEKU Cilji za surovine v skladu z nabavno politiko Lidla Slovenije.

Spodbujanje lokalnih in sezonskih živilskih izdelkov.

ODPADNA HRANA

DO LETA 2030 Do leta 2030 bomo za 50 % zmanjšali količino odpadne hrane s podaljšanim časom prodaje izdelkov na dan poteka roka uporabe (v primerjavi z letom 2018).

PREGLEDNOST IN OPOLNOMOČENJE

OZNAČEVANJE IZDELKOV

V TEKU Vzpostavitev splošnega in enotnega označevanja trajnostnih izdelkov v EU.

NUTRI-SCORE

V TEKU Postopno uvajanje označevanja Nutri-Score na izdelkih lastnih blagovnih znamk.

NAČIN REJE

V TEKU Informacije o načinu reje sveže perutnine in drugega mesa ter mleka na embalaži izdelkov lastnih blagovnih znamk.

POTRJENA KAKOVOST

Visoko kakovost izdelkov lastnih blagovnih znamk Lidla Slovenija potrjujejo tudi številne raziskave, priznanja in nagrade.

BEST BUY AWARDS

17 priznanj v letih 2022 in 2023

Neodvisna organizacija ICERTEAS s sedežem v Švici je na podlagi javnomnenjskih raziskav med kupci Lidlu Slovenija v poročevalskem obdobju podelila priznanje za najboljše razmerje med kakovostjo in ceno v 15 kategorijah (17 priznanj).

IZBRAN PRODUKT LETA 2022

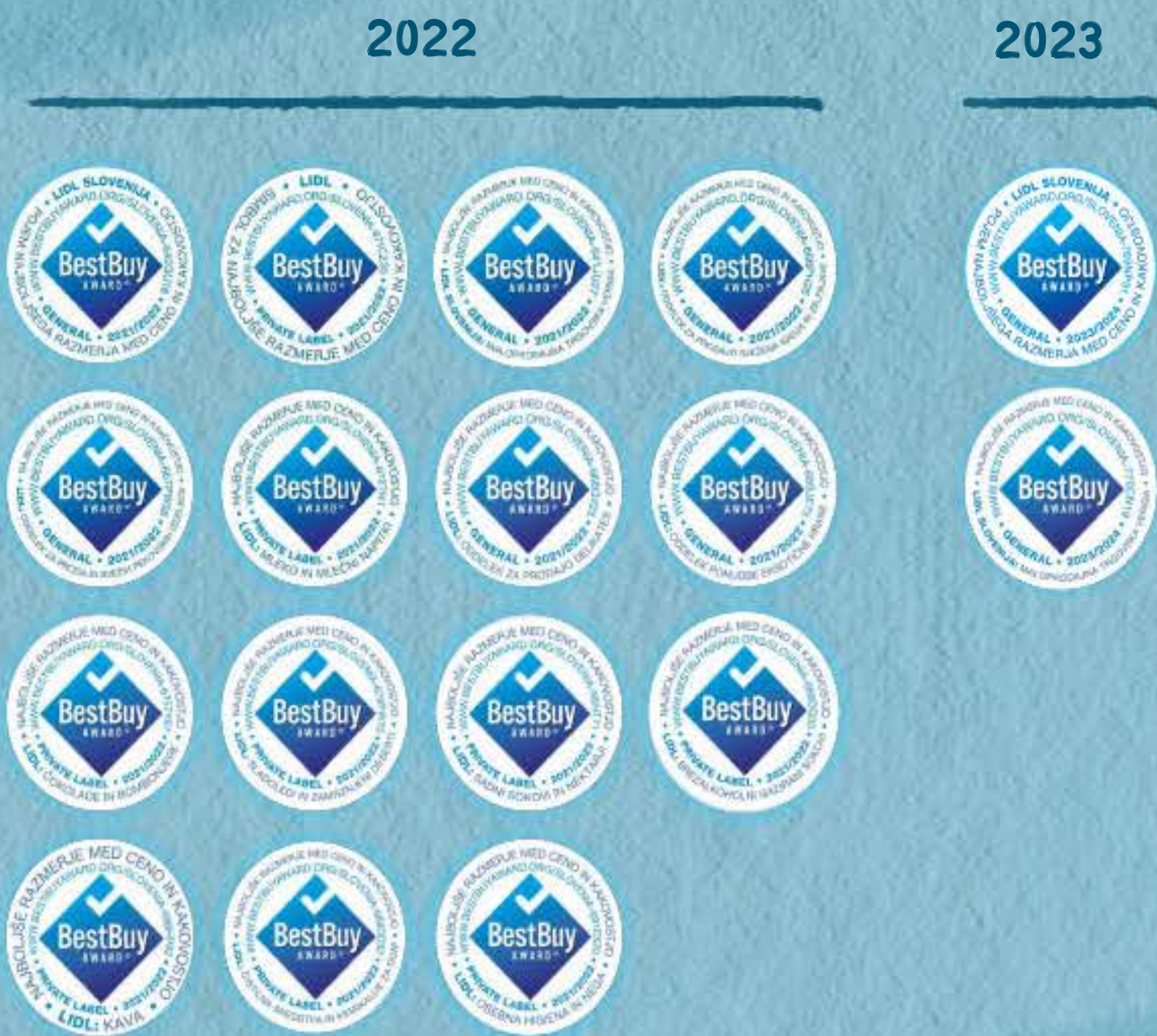
8 priznanj (6 izdelkov in 2 celotni liniji izdelkov)

Pečat Izbran produkt leta se vsako leto podeljuje na podlagi glasov kupcev v okviru nacionalne raziskave, ki jo v Sloveniji izvaja neodvisno raziskovalno podjetje NielsenIQ.

TESTI ZVEZE POTROŠNIKOV SLOVENIJE (ZPS)

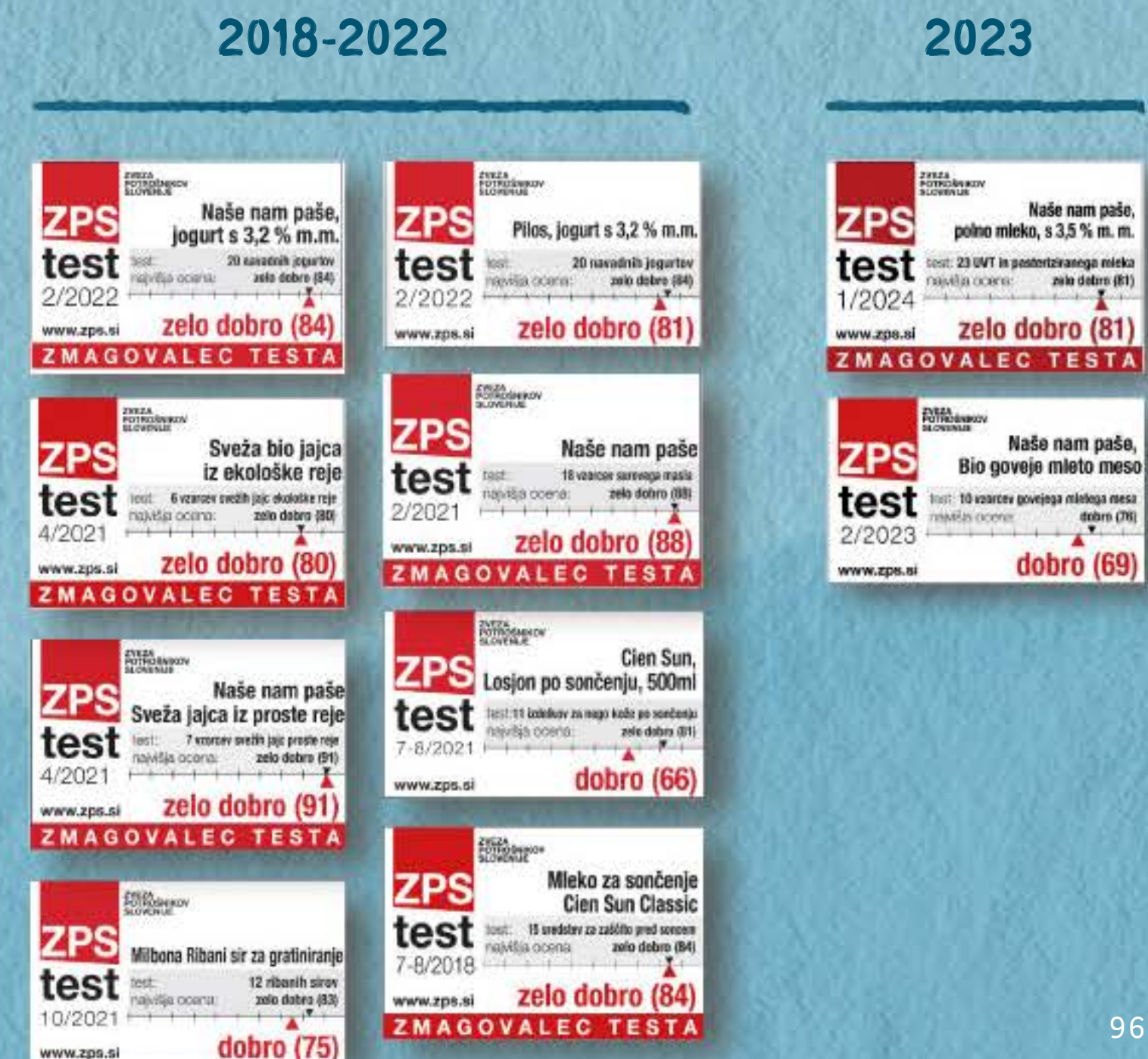
Zmagovalci na 1 testu v letu 2023

V poslovnem letu 2023 je na testih, ki jih je izvedla Zveza potrošnikov Slovenije, zmagal 1 izdelek lastne blagovne znamke Naše nam paše, 1 izdelek blagovne znamke Naše nam paše pa je bil ocenjen z oceno dobro. Kupci so lahko v poročevalskem obdobju posegali tudi po zmagovalnih in z oceno (zelo) dobro ocenjenih izdelkih iz preteklega poročevalskega obdobja.



V poslovnem letu 2022 so priznanja prejeli izdelki:

1. COSHIDA hrana za mačke (celotna linija)
2. CIENSUN izdelki za sončenje (celotna linija)
3. GRILLMEISTER grill burger s cheddar sirom, zorjenim minimalno 10 dni
4. LINŠKI KEKSI Naše nam paše
5. MILBONA PROTEINSKI PUDING
6. BON GELATI krem sladoled z mandlji
7. VEGANSKI DONUT
8. PIŠČANČJA POSEBNA KLOBASA BREZ GSO Naše nam paše



ZLATA PRIZNANJA GOSPODARSKE ZBORNICE SLOVENIJE (GZS)

45 priznanj v letu 2022 in 34 v letu 2023

Zlata priznanja za doseženo odlično kakovost kruha, pekovskega in finega pekovskega peciva ter testenin letno podeljuje multidisciplinarna strokovna komisija Zbornice kmetijskih in živilskih podjetij pri GZS, ki ocenjuje videz, vonj in okus izdelkov. V poročevalskem obdobju smo prejeli 79 zlatih priznanj.

2023



QUDAL®

V letih 2022 in 2023 dvakrat zapored zlato priznanje QQuality meDAL™

Od poslovnega leta 2020 smo edini trgovec z zlatim priznanjem QQuality meDAL™, ki se podeljuje za izdelke in storitve, ki po izkušnjah in mnenju kupcev dosegajo najvišjo raven kakovosti.

2022/2023



SUPERBRANDS

Lidl Slovenija je Superbrands v letih 2022 in 2023

V poslovnih letih 2022 in 2023 smo ponovno prejeli nagrado Superbrands, ki potrjuje, da kupci blagovno znamko Lidl Slovenija zelo dobro poznajo, ji nadpovprečno zaupajo in jo razumejo kot edinstveno. Hkrati po mnenju kupcev zadovoljuje njihove potrebe in se z njo lahko identificirajo.

2022



2023



9



VARNOST IN ZDRAVJE PRI DELU



Da delamo



bolje, skrbimo za



zdravo in



varno okolje

NAŠI KLJUČNI DOSEŽKI IN POGLED V PRIHODNOST

2022

2030

V poslovnem letu 2023 smo zasnovali novo »well-being« strategijo **Dober lajf**.

V poslovnem letu 2024 bomo nadgradili koncept **ambasadorjev zdravja**.

V poslovnem letu 2024 bomo oblikovali novo strategijo varnosti in zdravja pri delu.

V poslovnih letih 2024 in 2025 bomo izvajali trajnostno izobraževanje za zaposlene v okviru **iniciative YOU**.

V poslovnih letih 2024 in 2025 bomo vzpostavili program aktivnosti in delavnic za **vzdrževanje duševnega zdravja**.

KONTEKST

V okviru projekta Usposabljanje delodajalcev za promocijo varnosti in zdravja pri delu (e-VZD)⁵⁸ izvedene nacionalne raziskave so sodelujoči opredelili strateško pomembna področja zdravja in varnosti pri delu. Kot najpomembnejše so ocenili



obvladovanje in preprečevanje stresa v zvezi z delom (92 %),

sledila so področja **ohranjanje in krepitev duševnega zdravja zaposlenih (91 %)** ter **načrtovanje in vrednotenje ukrepov promocije zdravja na delovnem mestu (89 %)**.

Obsežna mednarodna raziskava, ki jo je s **3.400 anketiranci iz 10 držav** opravila mednarodna organizacija UKG, je pokazala, da kar



81 % zaposlenim duševno zdravje pomeni več od dobrega plačila.

63 % vprašanih obenem priznava, da duševno počutje vpliva na predanost delu, kar 80 % pa jih poroča, da imajo v spodbudnih delovnih okoljih tudi več energije za delo.⁵⁹

Odgovorni delodajalci krepijo programe zagotavljanja varnosti in dobrega počutja na delovnem mestu, saj se zavedajo, da imata zdravje in dobro počutje pomemben vpliv na uspešno obvladovanje izzivov, s katerimi se zaposleni vsakodnevno srečujejo.



LIDLOV VPLIV

Delo v trgovinski panogi je dinamično, spremljajo ga fizične in psihične obremenitve, ki lahko ob neustreznih ravnanjih puščajo posledice. V Lidlu Slovenija se zavedamo vpliva na dobro počutje zaposlenih ter sprejemamo svojo odgovornost pri opolnomočenju in zaščiti zaposlenih na področju zdravja in varnosti na delovnem mestu. Zavedamo se, da so zdravi in motivirani zaposleni gonilo uspeha podjetja, naša dolžnost pa je vzpostaviti politike in procese, ki v podjetju vse to tudi omogočajo.



LIDLOVA ZAVEZA

Skrb za varnost in zdravje pri delu vseh delavcev, za katere smo odgovorni v Lidlu Slovenija (zaposleni in agencijski delavci), je močno zasidrana v poslovanje Lidla Slovenija. Oblikovali smo številne programe in aktivnosti, s katerimi se posvečamo področju telesnega in duševnega zdravja ter varnosti na delovnem mestu. Rezultati raziskave o »well-beingu«, ki smo jo v Lidlu Slovenija opravili v letu 2022, so pokazali naklonjenost zaposlenih do aktivnosti, ki podpirajo to področje (tretjina zaposlenih je podpora Lidla Slovenija na področju »well-beinga« dala visoko, skoraj polovica pa srednjo oceno). Zato se strateško osredotočamo na izvajanje in nadgradnjo preventivnih in ciljno usmerjenih aktivnosti za ohranjanje zdravja in varnosti na delovnem mestu.

SISTEM UPRAVLJANJA VARNOSTI IN ZDRAVJA PRI DELU

Cilj sistema upravljanja varnosti in zdravja pri delu v Lidlu Slovenija, ki temelji na zakonu o varnosti in zdravju pri delu (ZVZD-1), je



nenehno izboljševanje splošnega zdravstvenega stanja zaposlenih.

Vključuje storitve zdravja pri delu ter obravnava fizično, duševno in socialno zdravje kot celoto. V sistem, ki ga interno revidiramo vsaka tri leta, ob uvedbi novih tehnologij ali ob spremembah procesov, so vključeni vsi posamezniki, za katere smo odgovorni v Lidlu Slovenija: zaposleni v podjetju in agencijski delavci.

Za spremljanje in nadgradnjo področja varnosti in zdravja pri delu je odgovoren pooblaščenec z opravljenim strokovnim izpitom iz varnosti in zdravja pri delu, ki tudi koordinira delo pogodbenih zunanjih strokovnjakov in izvaja usposabljanja zaposlenih na tem področju.

OPREDELITEV IN OCENA TVEGANJ

V Lidlu Slovenija **redno izvajamo oceno tveganj za različne dejavnosti, ki jih opravljajo zaposleni**, in prilagajamo s tem povezane ukrepe za zmanjšanje tveganj v skladu z ISO 45001 in ZVZD-1. Tako tudi vsako leto analiziramo vse podatke o poškodbah pri delu.

Ocena tveganj, ki jo izvaja usposobljen zunanji izvajalec z opravljenim strokovnim izpitom iz varnosti in zdravja pri delu ter s pooblastili Ministrstva za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti za opravljanje nalog varnosti in zdravja pri delu, določa ukrepe za odpravo ali zmanjšanje tveganj pri delu, bodisi s preprečevanjem tveganih ravnanj bodisi z zaščito. Tveganje na posameznem delovnem mestu ali na skupnih delovnih mestih se oceni glede na stopnjo resnosti možne poškodbe ali poklicne bolezni, stopnjo verjetnosti, da pride do teh poškodb, ter stopnjo pogostosti, ki opredeljuje čas izpostavljenosti nevarnosti ali obremenitvi. Ocena tveganj se opravi tudi ob spremembi procesa ali uvedbi nove tehnologije, ki bi lahko negativno vplivala na varnost in zdravje zaposlenih. **Če je ugotovljeno tveganje, se sprejmejo ustrezni ukrepi za njegovo preprečitev.**

Učinkovitost uvedenih ukrepov vsaj enkrat na leto preveri Oddelek za varnost in zdravje pri delu. Preverjanje zajema analize vseh ocenjenih tveganj in načrtovanih ukrepov, analizirajo se tudi podatki o (skorajšnjih) nezgodah v podjetju in vsa poročila pooblaščenca za varnost in zdravje pri delu ter drugih vpletenih oseb.

Pri oblikovanju in sprejemanju dokumentov s področja varnosti in zdravja pri delu sodelujejo tudi zaposleni. Vsi dokumenti so pred sprejetjem objavljeni na interni spletni strani. Zaposleni so o tem obveščeni in imajo sedem dni časa, da vsebine pregledajo, dajo svoje pripombe in predloge ter pridobijo dodatne obrazložitve.

Če se zgodi nezgoda pri delu, jo najprej analizira vodja. V primeru, da je skladno z zakonom potrebna prijava, jo obravnava oddelek za varnost in zdravje pri delu. Analize služijo tudi za nadgradnjo ali načrtovanje nadaljnjih preventivnih ukrepov.

V Lidlu Slovenija pozdravljamo samoiniciativnost zaposlenih na področju varnosti in zdravja pri delu ter jih zato spodbujamo tudi k prijavljanju zaznanih nepravilnosti, saj jih lahko na podlagi prijav bolj učinkovito in ažurno odpravimo. Tako tudi zaposleni pripomorejo k bolj varnemu

delovnemu okolju. Zaposleni lahko morebitne kršitve prijavijo neposredno in anonimno pri pooblaščenca za varnost in zdravje pri delu ali prek sistemov za obveščanje o kršitvah na področju skladnosti. Pri tem dosledno upoštevamo smernice za varovanje osebnih podatkov.



STORITVE MEDICINE DELA

V Lidlu Slovenija zagotavljamo skladnost z zakonskimi obveznostmi, kot jih predvideva Pravilnik o preventivnih zdravstvenih pregledih delavcev. Pooblaščen zunanji zdravnik medicine dela določa tudi enotna merila ravnanja drugih pristojnih zdravnikov za izpolnjevanje varnostnih in zdravstvenih zahtev pri delu za Lidl Slovenija, obenem potrjuje oceno tveganj podjetja.

Zaupnost podatkov zagotavljamo skladno z GDPR (General Data Protection Regulation) in Lidlovimi internimi smernicami. Osebnosti podatke zaposlenih zbiramo in obdelujemo v skladu z veljavno zakonodajo in internimi smernicami, s čimer zaposlene tudi redno seznanjamo.

Do osebnih podatkov, ki so potrebni za izvedbo delovnega procesa, imajo dostop izključno posamezniki, ki se morajo s podatki seznaniti zaradi narave dela, ki ga opravljajo. Osebnosti podatki so zavarovani z gesli, določen je tudi rok hrambe posameznih podatkov.

TRAJNO DELAMO SIJAJNO

V letu 2023 smo Lidlovcem in Lidlovcem v okviru stebra Dobro počutje ponudili novo ugodnost: brezplačen pregled pri različnih vrstah specialistov (ortoped, fizioterapevt, kineziolog, ginekolog, urolog), ki jo je izkoristilo 170 zaposlenih.



” Specialist je podrobno izvedel pregled in mi dal veliko uporabnih informacij glede nadaljnjih preiskav.⁶⁰ ”

” Glede na dolge čakalne vrste, vse pohvale Lidlu, da omogoča tovrstne preglede pri specialistih.⁶¹ ”

” Hvala, ker se trudite in nenehno iščete ideje, kako izboljšati našo kakovost življenja.⁶² ”

” Zelo sem hvaležna, da podjetje zaposlenim omogoča takšne nadstandardne storitve, pohvalno!⁶³ ”

VKLJUČEVANJE ZAPOSLENIH V ZAGOTAVLJANJE ZDRAVJA IN VARNOSTI PRI DELU

V okviru usposabljanj ozaveščamo zaposlene o vprašanih varnosti in zdravja pri delu ter si prizadevamo, da se **aktivno vključujejo** v proces ocenjevanja tveganj in **sodelujejo pri zagotavljanju varnih pogojev za delo**.

Pred sprejetjem nove ocene tveganj so zaposleni povabljeni, da predstavijo svoje mnenje o ugotovljenih tveganjih, verjetnosti uresničitve tveganj, njihovi resnosti in o ukrepih. Zaposleni imajo tudi možnost soustvarjanja dobrih praks prek interne platforme za upravljanje idej Genijalc, internih raziskav javnega mnenja, predloge pa lahko posredujejo tudi vodji ali pooblaščenca za varnost in zdravje pri delu.

Poslovodstvo vsako četrletje prejme poročilo z informacijami o številu in resnosti nezgod pri delu, uspešnosti izvedbe vaj evakuacij in o usposabljanjih s področja varnosti in zdravja pri delu, kot tudi poročilo o številu usposobljenih za ponujanje prve pomoči, gašenje začetnih požarov in opravljenih kontrolnih pregledih.



USPOSABLJANJE ZAPOSLENIH NA PODROČJU ZDRAVJA IN VARNOSTI PRI DELU

Vsi zaposleni morajo po zakonu



opraviti usposabljanje na področju varnosti in zdravja pri delu

pred nastopom delovnega mesta in občasno tudi med delovnim razmerjem, ko se pojavijo nova tveganja. Usposabljanje izvaja zunanji pooblaščenec izvajalec med delovnim časom zaposlenih, pridobljeno znanje pa se oceni na koncu usposabljanja.

Zaposlenim omogočamo tudi usposabljanje za odgovorne osebe za izvajanje prve pomoči, odgovorne osebe za gašenje začetnih požarov, izvajanje evakuacij in mentorje. V preteklih 2 letih se je usposabljanj udeležilo 963 zaposlenih.

Zaposleni so usposobljeni, kako prepoznati nevarne situacije, se pred njimi zaščititi in delovno mesto nemudoma zapustiti, če ocenijo, da sta ogrožena njihova varnost in zdravje. V primeru takšnega ravnanja so zaščiteni pred povračilnimi ukrepi, s čimer so seznanjeni v okviru usposabljanja varnosti in zdravja pri delu. Morebitne kršitve lahko prijavijo tudi prek sistemov za obveščanje o kršitvah na področju skladnosti.

Za bolj ranljive skupine, kot so bodoče matere, mladi ali invalidi, izvajamo posebna izobraževanja zdravja in varnosti pri delu.

Učinkovitost izobraževanj na področju zdravja in varnosti pri delu ocenjujemo tudi z rednim anketiranjem zaposlenih.



Z DOBRIM POČUTJEM DO DOBREGA LAJFA

Poleg zakonsko določenih ukrepov na področju zdravja in varnosti pri delu v Lidlu Slovenija že od leta 2013 izvajamo različne aktivnosti promocije zdravja. V letu 2022 smo zastavili **Strategijo promocije zdravja**, ki smo jo v letu 2023 nadgradili in preimenovali v celostno "well-being" strategijo **Dober lajf**.



TRAJNO DELAMO SIJAJNO

V okviru organizacije Best Employer Awards, ki nagraduje podjetja, ki s svojimi projekti izkazujejo odličnost na področju znamčenja delodajalca, je bil **Dober lajf** nagradjen kot najboljši program dobrega počutja zaposlenih.



Eden izmed ključnih stebrov Dobrega lajfa je **Dobro počutje**, znotraj katerega so zaposlenim na voljo različne aktivnosti, povezane s **telesnim in duševnim zdravjem**. Posebno pozornost namenjamo ozaveščanju o skrbi za lastno zdravje ter dolgoročnem ohranjanju in spodbujanju zdravja zaposlenih, kar dobro vpliva na delovno uspešnost, zadovoljstvo in pripadnost. Pri aktivnostih sodelujejo tudi naši ambasadorji zdravja, ki so glasniki dobrega počutja.

V podjetju imamo več kot 100 ambasadorjev zdravja, ki so navzoči v vseh ekipah naših trgovin, skladišč in v upravi, njihova naloga pa je podajanje informacij o aktivnostih v podjetju na področju dobrega počutja in ozaveščanje zaposlenih o pomenu zdravja.

V primeru daljših odsotnosti zaposlene ob vrnitvi na delo podpremo z osvežitvenimi uvajalnimi plani in jim ponudimo ustrezno strokovno podporo, ki pripomore k hitrejšemu in lažjemu vključevanju v delovni proces.

Dobro počutje

Telesno zdravje

V ospredje postavljamo **gibanje, zdravo prehrano in preventivne dejavnosti**, vključno z zagotavljanjem ustreznih delovnih pogojev in delovne opreme.

Zaposleni se lahko udeležijo različnih športnih dogodkov, dostopajo do vsebine Lidlove Vitalnice, sodelujejo v projektu za preventivo mišično-kostnih obolenj in pridobivajo informacije o različnih tematikah, npr. upravljanje stresa in preventiva na področju rakavih obolenj. Pri nekaterih aktivnostih lahko sodelujejo tudi družinski člani zaposlenih.



Duševno zdravje

Aktivnosti, ki posredno ali neposredno spodbujajo izboljšanje oziroma vzdrževanje duševnega zdravja zaposlenih: ena ključnih aktivnosti je **anonimno psihološko svetovanje** (Employee Assistance Program), ki ga izvaja neodvisni strokovnjak in je namenjeno tudi družinskim članom zaposlenih.

Vsakodnevno gibanje spodbuja posameznikovo dobro počutje, višjo raven energije, pozitivno samopodobo, samozavest in na splošno življenjsko zadovoljstvo. Tako skozi vsa življenjska obdobja lažje ohranjamo telesne sposobnosti in primerno telesno težo, hkrati krepimo imunski sistem, povečujemo odpornost proti stresu in lažje ubežimo depresiji. S kakovostnim in dobrim spanjem, uravnoteženo prehrano, sproščenostjo in umirjenostjo pa našemu telesu pomagamo, da lahko vsak dan deluje čim bolje.

Hana Verdev,
ambasadorka Lidlove Vitalnice



Odgovornost za uresničevanje zakonskih obveznosti in številnih dodatnih programov za zagotavljanje varnosti in zdravja pri delu, ob tesnem sodelovanju s področjem Kadri, prevzema Oddelek za varstvo pri delu. Oddelka se pri izvajanju vseh ukrepov redno usklajujeta, ob upoštevanju zakonodaje in potreb zaposlenih.

10



OPOLNOMOČENJE



ko sodelujemo,

hitreje napredujemo

NAŠI KLJUČNI DOSEŽKI IN POGLED V PRIHODNOST

2022

2030

V poslovnem letu 2023 smo vpeljali Talent Management za zaposlene v prodaji in skladišču prek izobraževalne platforme SF Learning.

V poslovnem letu 2023 smo vzpostavili osnovni program za dodatno izobraževanje zaposlenih v upravi v okviru Lidlove Akademije.

V poslovnem letu 2023 smo predstavili program za upravljanje talentov Talent Pool.

V poslovnem letu 2023 smo pričeli s programom Lidl Fit-in ter programom za vodstvene delavce v trgovinah in skladišču.

V poslovnem letu 2023 smo pričeli s skupinsko trajnostno iniciativo YOU.

V poslovnem letu 2024 bomo Lidlovo akademijo nadgradili z nadaljevalnim programom.

V poslovnih letih 2024 in 2025 bomo razširili skupinsko trajnostno iniciativo YOU.

KONTEKST

V zavesti ljudi prihaja do sprememb. Po rezultatih Gallupove raziskave⁶⁴ iz leta 2023 skoraj 6 od 10 zaposlenih na svetu »potihem odhaja«, ker nimajo občutka, da je v podjetju še prostor za njihovo osebno rast. Vprašani tudi poudarjajo, da bi se počutili bolje, če bi na delovnem mestu imeli več priznanja, spodbudnejše priložnosti za učenje, bolj pravično obravnavo, jasnejše cilje in boljše vodje. Programi za razvoj zaposlenih so zato strateška investicija v prihodnost, ključni mehanizem za zavzetost, razvoj in ohranjanje talentov.



Spreminjajo se tudi nakupovalni trendi.

Kupci se vedno bolj nagibajo k skrbi za zdravje, zdravemu načinu življenja in zeleni prihodnosti,⁶⁵ obenem pa od podjetij in blagovnih znamk zahtevajo jasne dokaze o trajnostnem delovanju.

V duhu pričakovanj kupcev je v letu 2024 Svet EU storil korak naprej pri omejevanju zavajajočih informacij o trajnostnem delovanju podjetij s sprejetjem direktive o krepitvi vloge kupcev pri zelenem prehodu. Nova direktiva bo omogočila boljše obveščeno in zaščito kupcev pred izkrivljenimi ali neresničnimi informacijami na področju trajnosti.⁶⁶

Uspešna podjetja prepoznajo potencial vlaganja v opolnomočenje ključnih deležnikov. S skrbjo za zaposlene in ustvarjanjem privlačnega delovnega okolja zagotavljajo stabilnost v podjetju, z jasno in dvosmerno komunikacijo s partnerji in kupci pa prispevajo k večji informiranosti in opolnomočenosti družbe ter krepijo zaupanje v podjetje in ugled svoje blagovne znamke.



LIDLOV VPLIV

Podjetja smo kot delodajalci odgovorna za svoje zaposlene. Ob ustvarjanju spodbudnih in varnih pogojev za delo imamo velik vpliv na rast in karierni razvoj zaposlenih ter tudi na njihovo opolnomočenje na področju trajnosti. Prav z vlaganjem v razvoj kompetenc, vseživljenjsko učenje ter informiranje in ozaveščanje zaposlenih (o trajnostnih temah) v Lidlu Slovenija med zaposlenimi spodbujamo zavzetost, ki se nato izraža v njihovem prispevku k (trajnostni) preobrazbi podjetja. Obenem se zavedamo svojega vpliva in odgovornosti pri transparentnem ozaveščanju kupcev o trajnostni ponudbi in drugih trajnostnih vsebinah podjetja.



LIDLOVA ZAVEZA

V Lidlu Slovenija v okviru stebra Dobra kariera strategije Dober lajf oblikujemo aktivnosti, ki prispevajo k strokovnemu in osebnemu razvoju zaposlenih. S skupinsko trajnostno iniciativo YOU nadgrajujemo njihovo informiranost in znanje na področju trajnosti s ciljem opolnomočenja za bolj trajnostno delovanje tako v poklicem kot tudi v zasebnem življenju. S številnimi projekti in aktivnostmi informiranja in ozaveščanja ključnih deležnikov skrbimo, da so naše trajnostne vsebine pravočasno in transparentno predstavljene ter prispevajo k večji trajnostni opolnomočenosti družbe, ki se kaže (tudi) v informiranih nakupnih odločitvah.

INTERNO IZOBRAŽEVANJE IN USPOSABLJANJE ZAPOSLENIH

V okviru strategije Dober Lajf posebno pozornost posvečamo stebru Dobra kariera, zato se usmerjamo v ciljno razvijanje kompetenc in veščin zaposlenih ter sistematično pristopamo k razvoju njihovih kariernih poti.

O razvojnih programih, namenjenih zaposlenim, smo podrobno pisali tudi v drugem trajnostnem poročilu Trajno=Sijajno.

” Zmaga v programu Študent+ in enomesečno pripravništvo v področju Kadri mi je prineslo veliko znanja, širine in poznanstev, ki mi pomagajo razumeti, kako zelo so procesi in ljudje med seboj povezani. To je izkušnja, ki mi je še bolj približala Lidl kot podjetje in kar me je konec koncev tudi prepričalo, da sem se tu zaposlila in postala del #teamlidl.

Teja Habjan,
referentka v kadrovskem oddelku

PROGRAMI ZA RAZVOJ MLADIH TALENTOV

Program Študent+

Zmagovalci programa Študent+ dobijo možnost opravljanja pripravništva v podjetju.

V letu 2023 so bila izvedena

4 pripravništva,

v letu 2022

2 pripravništvi.

Program Trainee

V poročevalskem obdobju je bilo v program Trainee vključenih

10 traineejev.

Dijaške in študentske prakse

V letu 2023 je bilo izvedenih

61 praks,

v letu 2022

44 praks.



PROGRAMI UVAJANJA



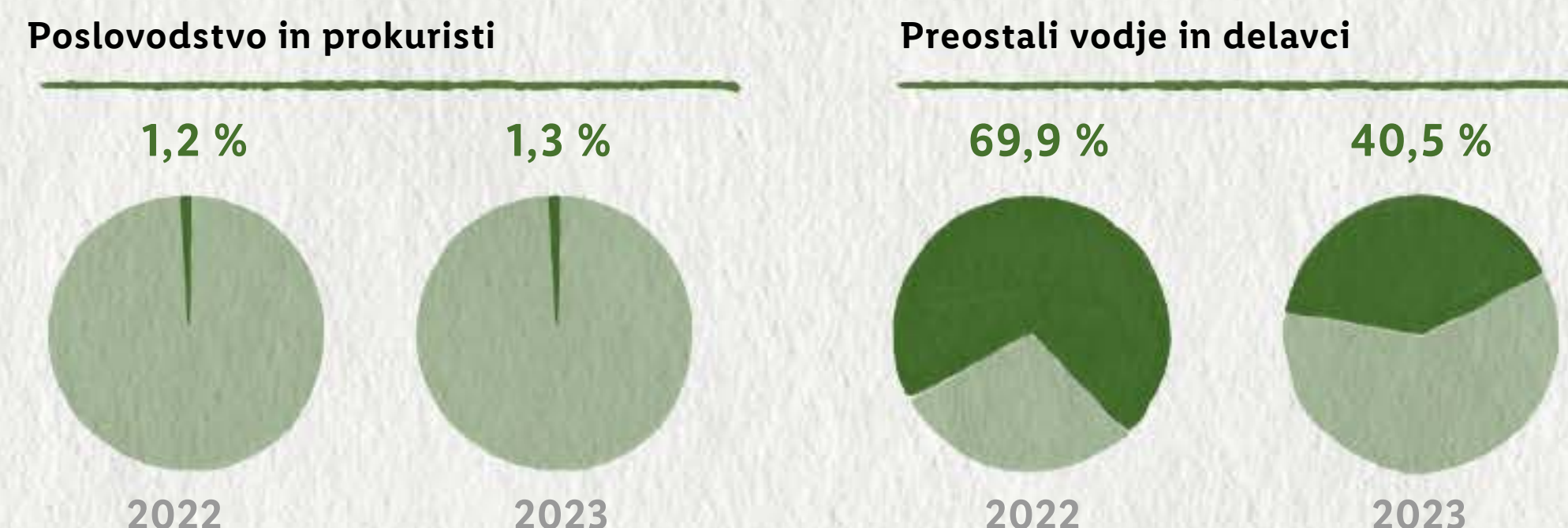
V sklopu prenove programov uvajanja smo v letu 2022 vzpostavili dodatno podporno osebo iz kadrovskega oddelka – HR Onboarding buddyja, ki prve tri mesece nudi podporo novozaposlenim v upravi. HR Onboarding buddy novozaposlenim pomaga, da se hitreje vključijo v kulturo podjetja, spoznajo sodelavce ter se privadijo na novo delovno okolje. Poleg tega skrbi za stalno uvajanje izboljšav na podlagi izvedenih anket in delavnic v sklopu uvajanja.

UPRAVLJANJE TALENTOV IN DODATNA IZOBRAŽEVANJA

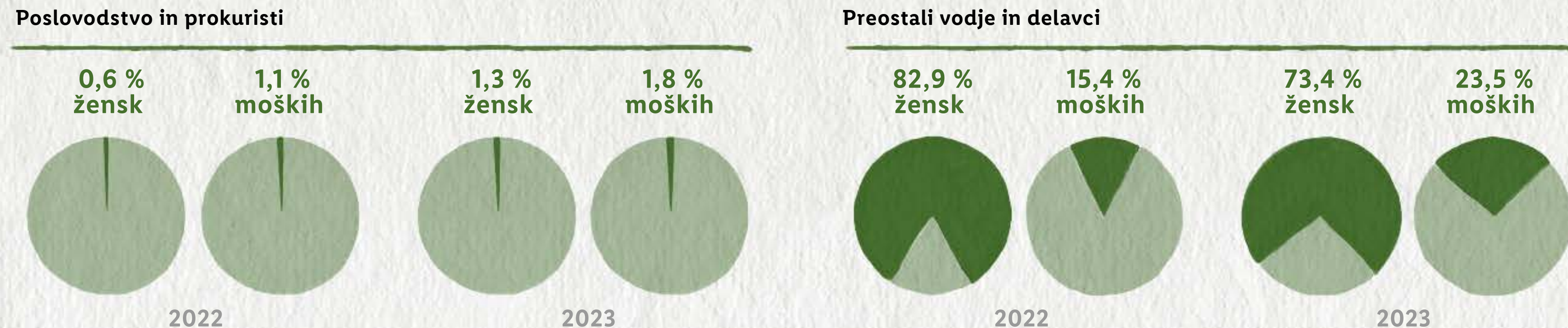
Talent management

Decembra 2023 smo nadgradili program Talent Management in vanj vključili tudi prodajalce in skladiščnike, kar zaposlenim in njihovim vodjem omogoča lažje in učinkovitejše spremljanje ter spodbujanje kariernega razvoja.

Delež zaposlenih, ki so bili vključeni v letne razvojne pogovore



Delež zaposlenih, ki so bili vključeni v letne razvojne pogovore po spolu



TRAJNO DELAMO SIJAJNO

V letu 2023 je bilo v Talent Management vključenih 847 zaposlenih (41,8 %), v letu 2022 pa 1.388 zaposlenih (71,1 %).⁶⁷

Dodatna izobraževanja

Zaposlenim je na voljo raznolika ponudba dodatnih izobraževanj, ki jih podpira pri kariernem razvoju. Poleg dosedanjih izobraževalnih aktivnosti smo v poročevalskem obdobju na novo vpeljali naslednje programe:

- **osnovni program Lidlove Akademije,**
- **Talent Pool,**
- **HR-dneve za (nove) vodje in svetovalce,**
- **koncept mentorstva in mentor z medaljo.**

OSNOVNI PROGRAM LIDLOVE AKADEMIJE

Osnovni program Lidlove Akademije smo vzpostavili z namenom bolj usmerjenega poklicnega in osebnega razvoja delavcev. Ponuja kombinacijo raznolikih učnih aktivnosti (interna in eksterna šolanja, po spletu in v živo, videoučenje ter e-učenje), ki so ciljno oblikovane za razvoj kompetenc in veščin na posamezni

karierni stopnji. Program vsebuje 7 različnih strokovnih in vodstvenih programov, ki so vezani na različne karierne nivoje, kar omogoča hitrejši in učinkovitejši razvoj ob kariernih prehodih, saj ima vsak delavec, ki napreduje, na voljo vnaprej pripravljen razvojni program za novo karierno stopnjo.

TALENT POOL

Program za upravljanje talentov je bil oblikovan za delavce, ki kažejo potencial za prevzem večjih odgovornosti, kar lahko pomeni tudi napredovanje na višji strokovni ali vodstveni položaj. Vsebuje interna in eksterna izobraževanja za krepitev potenciala.



TRAJNO DELAMO SIJAJNO

V letu 2023 je bilo v program Talent Pool vključenih 24 zaposlenih.

”Dodatni izobraževalni programi se mi zdijo zelo uporabni. Mogoče znanja ne uporabim vedno takoj, ampak čez čas se izkaže, da mi različne delavnice in tečaji koristijo tako službeno kot zasebno. Vsako zanimivo prakso, o kateri slišim na delavnicah, nato še dodatno raziščem in jo preizkusim v praksi, saj želim videti, kako se obnese pri vodenju sodelavcev in učinkovitejšem doseganju ciljev.

Naske Mehić,
vodja operative v skladišču



HR-DNEVI

V procesu razvijanja vodij smo v letu 2023 organizirali prve HR-dneve za (nove) vodje in svetovalce z namenom, da se spoznajo z raznolikimi tematikami na področju kadrovskega managementa. Udeleženci so se podrobneje seznanili s kadrovskimi tematikami in pridobili nova znanja za uporabo kadrovskih orodij.



TRAJNO DELAMO SIJAJNO

V letu 2023 smo v Lidlu Slovenija organizirali 36 izobraževalnih dni, ki se jih je udeležilo 176 vodij in kandidatov za vodje, v letu 2022 se je 24 izobraževalnih dni udeležilo 153 vodij in kandidatov za vodje. HR-dnevov se je v poročevalskem obdobju udeležilo 60 vodij.

KONCEPT MENTORSTVA IN MENTOR Z MEDALJO

V Lidlu Slovenija posebno pozornost namenjamo tudi programu Mentorstvo, s katerim novim sodelavcem omogočamo nemoteno uvajanje v delovno okolje in poskrbimo za hitro usposobljenost za delo. V poslovnem letu 2023 smo začeli vpeljevati koncept mentorstva v skladišče, v trgovinah ta koncept živi že več let. Mentorji, ki od novih sodelavcev prejmejo najvišje ocene, so nagrajeni s priznanjem in pridobijo naziv Mentorji z medaljo.



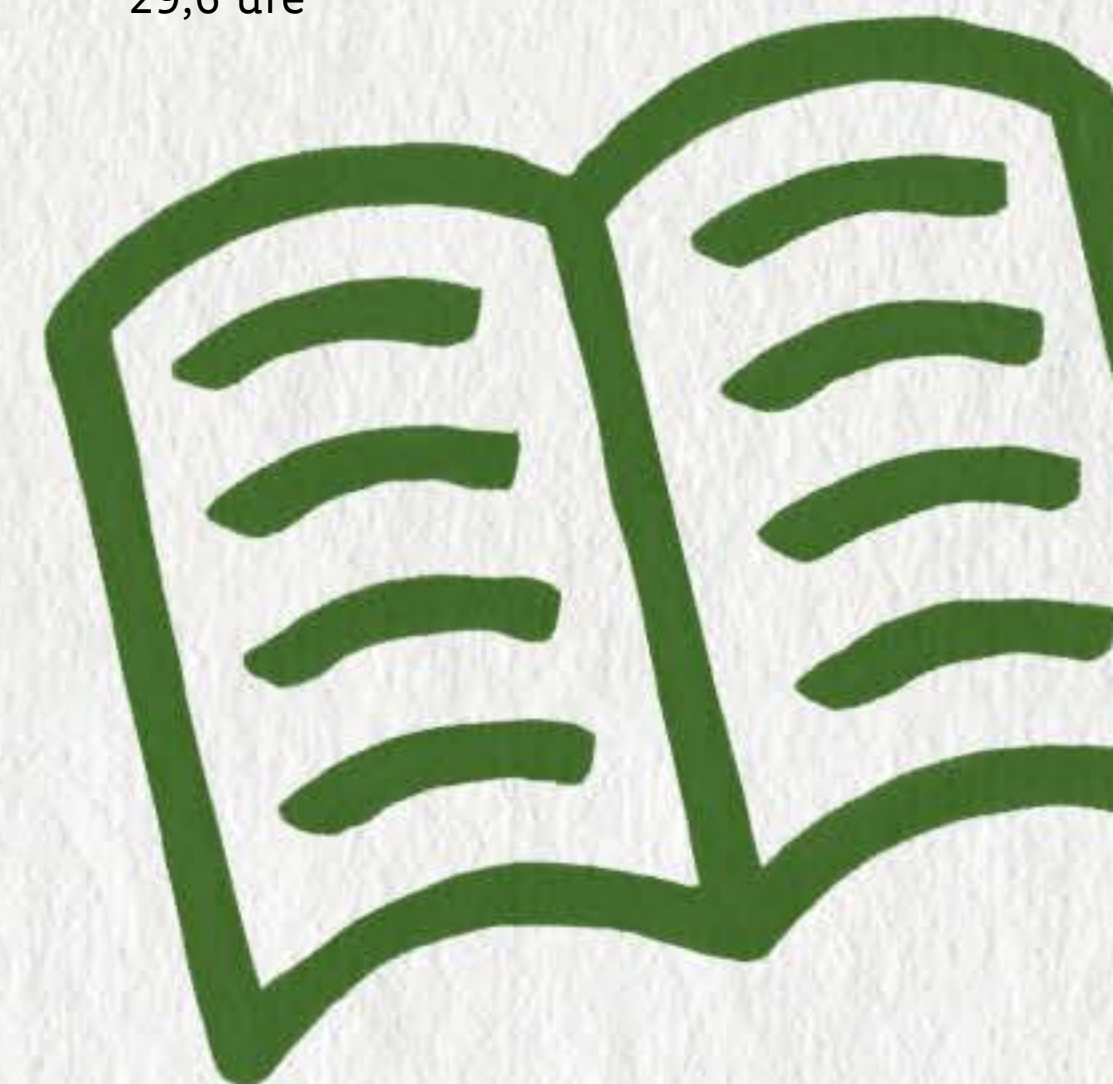
Povprečno število ur dodatnega izobraževanja na zaposlenega glede na kategorijo zaposlenih

Poslovno leto 2023

	Ženske	Moški	Povprečje
Poslovodstvo in prokuristi	72,7 ure	43,4 ure	52,6 ure
Preostali vodje in delavci	16,7 ure	21,8 ure	17,6 ure
Povprečje	17,1 ure	22,3 ure	17,3 ure

Poslovno leto 2022

	Ženske	Moški	Povprečje
Poslovodstvo in prokuristi	93,3 ure	52,6 ure	66,7 ure
Preostali vodje in delavci	29,4 ure	28,1 ure	29,1 ure
Povprečje	29,9 ure	28,8 ure	29,6 ure



TRAJNOSTNA INICIATIVA YOU

V poslovnem letu 2023 je na ravni Skupine Lidl zaživela mednarodna trajnostna pobuda **Lidl YOU**, ki je povezala okoli



**375.000 zaposlenih
v 31 državah**

z namenom ustvarjanja skupnosti ter ozaveščanja in izobraževanja zaposlenih o pomenu trajnosti v podjetju, s čimer smo interno okrepili temelje za nadaljnjo trajnostno preobrazbo. Ta sloni na zavedanju, da se spremembe vedno začnejo pri ljudeh, na uspešnost trajnostnih strategij podjetij pa vpliva odnos zaposlenih do trajnostnih tem in posledično njihovih dejanj v delovnem in domačem okolju.

Trajnostna pobuda je potekala pod sloganom Lidl YOU – empowered by #teamlidl.

„Za nas v Lidlu Slovenija je trajnost več kot le beseda. Je vrednota, s katero se vsak dan vse več ukvarjamo. Postala je ne le pomemben, temveč vse bolj tudi ključen del vsega, kar počnemo.“

Ivan Udiljak,
nekdanji generalni direktor Lidla Slovenija
v nagovoru ob pričetku trajnostne
iniciative YOU

Cilj pobude Lidl YOU, v katero se je vključilo tudi 2.000 sodelavk in sodelavcev Lidla Slovenija, je bil zaposlenim sistematično približati teme Lidlove trajnostne strategije, še trdneje zasidrati trajnostno delovanje v kulturo podjetja in delovni vsakdan zaposlenih ter jih spodbuditi, da sami ali kot del ekip aktivno stopijo na pot ustvarjanja boljšega sveta.

V Lidlu Slovenija smo pobudo zasnovali v 3 korakih:

- **1. korak: Informiranje in komuniciranje**
- **2. korak: Usposabljanje**
- **3. korak: Trajnostna skupnost**



V okviru informiranja in komuniciranja je pobuda Lidl YOU vključevala obsežno interno ozaveščevalno kampanjo. V poslovnem letu 2023 smo zaposlenim podrobneje predstavili prve tri teme trajnostne strategije: Pošteno ravnanje, Varovanje podnebja in Krepitev dialoga. V poslovnem letu 2024 so sledile preostale tri teme trajnostne strategije.

Usposabljanja smo prilagodili življenjskemu ciklu zaposlenih v podjetju. Temeljijo na razvoju novih oblik učenja in izmenjavi znanj ter aktivacijskih spodbud za podporo celotni Lidlovi ekipi pri prehodu od razumevanja k ukrepanju na ključnih strateških področjih trajnostnega delovanja podjetja.

Opolnomočenje zaposlenih skozi njihov življenjski cikel



Alumni:

posameznik zunaj podjetja
(nekdanji zaposleni)



Rekrutiranje:

posameznik zunaj podjetja,
zanima se za Lidl



Pred odhodom:

zaposleni zapusti
podjetje



Pred prihodom:

zaposleni, še ni prevzel
delovnih obveznosti



Razvoj:

možnosti razvoja



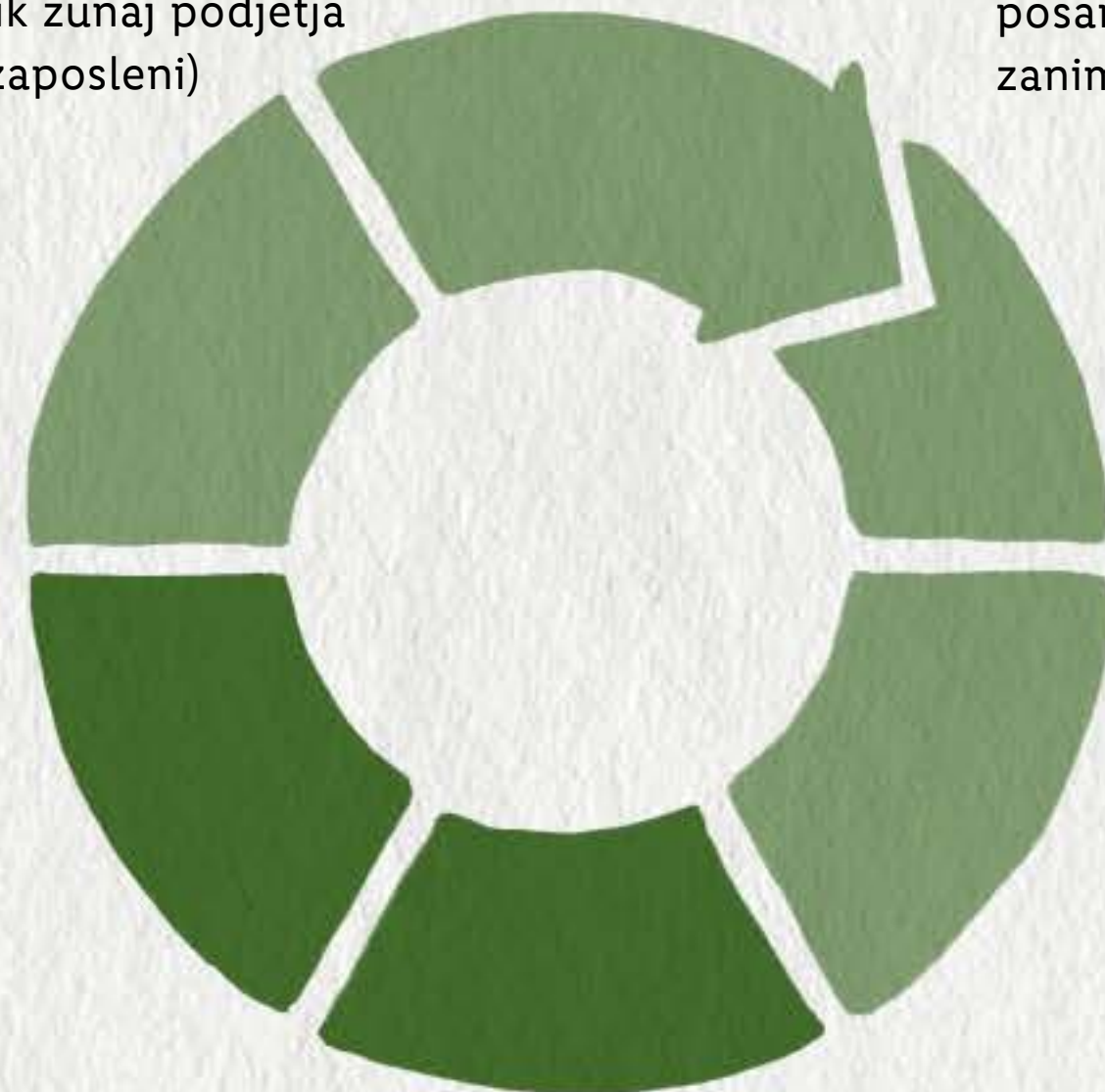
Uvajanje:

zaposleni prvih
6 mesecev



Ohranjanje:

vsakdanjik zaposlenega



V zadnjem koraku bomo v poslovnem letu 2025 usposabljanja dodatno nadgradili s trajnostno skupnostjo, ki bo zasnovana kot Lidlovo trajnostno stičišče s številnimi moduli, video treningi, seminarji in drugimi uporabnimi trajnostnimi vsebinami za zaposlene.



Trajnostne vsebine, ki smo jih lahko prebiral na naši spletni strani, so mi bile zelo zanimive in poučne. Spodbudile so me, da nekaj dobrega naredim tudi sama. Tako sem na svoj vrt zasadila jablano, češnjo in slivo ter s tem poskrbela, da se bodo v prihodnosti na njem lahko pasle čebele in druge žuželke.

Eva Grah Roblek,
tajništvo uprave



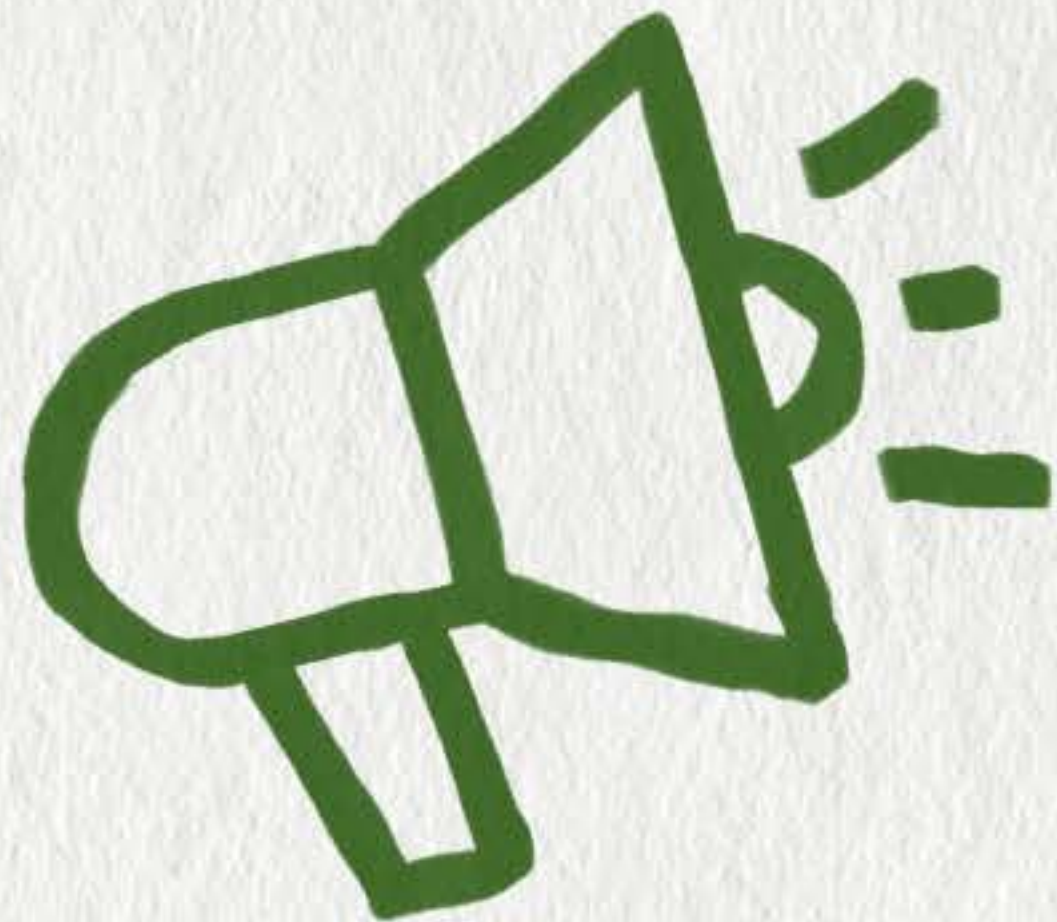
OZAVEŠČANJE KUPCEV

Ozaveščanju kupcev o trajnostnih vsebinah in trajnostnem delovanju ter razvoju Lidla Slovenija namenjamo posebno pozornost. Z leti smo v podjetju vzpostavili razvejen splet komunikacijskih kanalov, ki nam omogoča odprto dvosmerno komunikacijo s ciljnimi javnostmi, informiranje o trajnostnih vsebinah in podajanje aktualnih informacij, odgovore na vprašanja, odzive na pobude in predloge deležnikov, reševanje reklamacij in obveščanje o strateških aktivnostih na področju trajnostnega delovanja.

Kot odgovoren trgovec smo si zastavili cilj, da v čim večjem obsegu pripomoremo k dvigu informiranosti družbe. To vodi v opolnomočenje za bolj trajnostno delovanje posameznikov in širše družbe ter k sprejemanju zavestnih nakupnih odločitev, ki so pomemben korak pri spreminjanju nakupnih navad in življenjskega sloga.

V nadaljevanju se osredotočamo na kvantitativni pregled ozaveščevalnih aktivnosti Lidla Slovenija, posamezni projekti pa so glede na vsebino podrobneje opisani pri posameznih temah trajnostnega poročila.

Kupci se s trajnostnimi vsebinami Lidla Slovenija seznanjajo predvsem prek letakov, v trgovinah in aplikaciji Lidl Plus (Družbena odgovornost trgovcev z živili, Mediana, 2024).



Ključni komunikacijski kanali



DRUŽBENA OMREŽJA

[Facebook](#)

[Instagram](#)

[X \(Twitter\)](#)

[LinkedIn](#)

[YouTube](#)



SPLETNA MESTA

[korporativno spletno mesto](#)

[spletno mesto pobude Ustvarimo boljši svet](#)

[spletno mesto maskote Zdravko Lidl za promocijo zdravja in zdravega življenjskega sloga](#)

[nasveti za zdrav življenjski slog](#)

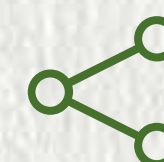
[predstavitev slovenskih dobaviteljev v okviru programa Lojtr'ca domačih](#)

[slovenski izdelki lastne blagovne znamke](#)
[Naše nam paše](#)



VPLIVNEŽI

Sodelovanje s širokim naborom hišnih vplivnežev



GIPHY

151 GIF-ov **+8,6 %**

prek 194 mio **+67,3 %**
ogledov

skoraj 1.3 mio **+55,4 %**
povprečnih ogledov
na GIF



PODCAST USTVARIMO BOLJŠI SVET

2022

7 epizod

2023

7 epizod



REŠEVANJE REKLAMACIJ

Lidlov Infofon
080 70 60



ODNOSI Z MEDIJI

Redni stiki s predstavniki
medijskih hiš



OGLAŠEVANJE

360° prodajne in
trajnostne kampanje



DOKUMENTI O TRAJNOSTNIH ZAVEZAH

[Trajnostne zaveze](#)
na ravni Skupine Lidl



TEDENSKI PRODAJNI LETAK

Distribucija po slovenskih
gospodinjstvih

2022

46 trajnostnih **-67,8 %⁶⁸**
vsebin

2023

103 trajnostne **+123,9 %**
vsebine



NOVIČNIK

Dvakrat tedensko, e-pošta

2022

20 trajnostnih **-60,0 %⁶⁹**
vsebin

2023

28 trajnostnih **+40,0 %**
vsebin

ODNOSI Z MEDIJI

Z mediji gradimo tvorne odnose ter jih prek sporočil za javnost in drugih oblik komuniciranja redno obveščamo o trajnostnih pobudah in programih, hkrati smo odprti za novinarska vprašanja in druge predloge sodelovanj z medijskimi hišami.

Število medijskih objav na temo trajnosti



Vsebine, ki so jim mediji namenili največ pozornosti

2022

Odpadna hrana

241 objav

Donacija Deluxe

85 objav

Lidlov mladi vinar

72 objav

2023

Odpadna hrana

275 objav

Zveza za šport invalidov Slovenije - Slovenski paralimpijski komite

89 objav

Lidl za vitalno Slovenijo

51 objav



V Medianini raziskavi Družbena odgovornost trgovcev z živili (2024) je prek 50 % anketirancev navedlo, da informacije, ki jih dobijo od Lidla Slovenija o različnih trajnostnih vsebinah, občasno ali pogosto vplivajo na njihove nakupne odločitve: anketiranci se po nakupih pogosteje odpravijo s svojo vrečko, kupujejo slovenske izdelke in zavržejo manj hrane, ker kupijo, kolikor potrebujejo.

GRI: 3-3, Lidlova tema: Ozaveščanje kupcev / ⁷⁰ Povečanje obsega trajnostnih objav je predvsem posledica širšega obsega aktivnosti na področju odpadne hrane. ⁷¹ Povečanje obsega trajnostnih objav je predvsem posledica sponzorstva kolesarske ekipe Lidl Trek na ravni Skupine Lidl.



DRUŽBENA OMREŽJA

Facebook Lidl Slovenija

SLEDILCI

2022	2023
348.653	350.210
+1,1 %	+0,4 %

ŠTEVILO TRAJNOSTNIH OBJAV⁷²

2022	2023
74	54
-36,2 %	-27,0 %

POVPREČEN DOSEG⁷⁴

2022	2023
51.122	36.725
-2,1 %	-28,2 %

NAJBOLJ USPEŠNE TRAJNOSTNE OBJAVE

Paralimpijske igre: Jernej Slivnik 13. mesto

5.345 interakcij

Paralimpijske igre: Jernej Slivnik čestitke za borbenost

4.256 interakcij

Paralimpijske igre: Paraodbojkarji

2.039 interakcij



Instagram

SLEDILCI

2022	2023
66.283	68.103
+4,9 %	+2,8 %

ŠTEVILO TRAJNOSTNIH OBJAV⁷³

2022	2023
37	29
-36,2 %	-21,6 %

POVPREČEN DOSEG⁷⁵

2022	2023
10.226	20.479
-57,7 %	+100,3 %

NAJBOLJ USPEŠNE TRAJNOSTNE OBJAVE

Hrana ni za tjavendan (deklica_si)

1.394 interakcij

Roza oktober: Zappleši in se preglej

1.180 interakcij

Emkej x Lidl Slovenija: Male geste

1.121 interakcij



GRI: 3-3, Lidlova tema: Ozaveščanje kupcev / ^{72,73} Upad števila trajnostnih objav na Facebooku in Instagramu je posledica optimizacije agende objavljenih vsebin glede na prednostne tematike. ^{74,75} Zaradi spremenjene oglaševalske strategije, usmerjene v vključevanje (engagement) uporabnikov, in posledično prilagojene razporeditve sredstev smo v poslovnem letu 2022, na Facebooku tudi v poslovnem letu 2023, imeli manjši doseg kot v prejšnjih letih. Močno povečanje povprečnega dosega na Instagramu v poslovnem letu 2023 je predvsem posledica intenzivne uporabe "reels videov".

LinkedIn

SLEDILCI

2022	2023
10.000	11.300
+19,0 %	+13,0 %

ŠTEVILO TRAJNOSTNIH OBJAV⁷⁶

2022	2023
91	139
+5,8 %	+52,7 %

NAJBOLJ USPEŠNE TRAJNOSTNE OBJAVE

Preklopili smo na zeleno elektriko

Višje plače in drugi dodatki za Lidlovke in Lidlovce

Prejeli smo priznanji Top Employer Slovenija in Top Employer Europe 2023

Po številu sledilcev na družbenih omrežjih je Lidl Slovenija na prvem mestu med vsemi slovenskimi trgovci.



YouTube

SLEDILCI

2022	2023
9.860	11.600
+33,2 %	+17,6 %

ŠTEVILO TRAJNOSTNIH VIDEOV⁷⁷

2022	2023
42	45
-12,5 %	+7,1 %

POVPREČNO ŠTEVILO OGLEDV NA VIDEO⁷⁸

2022	2023
16.940	17.017
+33,4 %	+0,5 %

SKUPNO TRAJANJE OGLEDV⁷⁹

2022	2023
284.827 ur	121.413 ur
+3.551,6 %	-57,4 %

NAJBOLJ USPEŠNI TRAJNOSTNI VIDEI

Emkej x Lidl Slovenija - Male geste

192.484 ogledov

Podkast UBS: Marko Oman

121.232 ogledov

Podkast UBS: Ana Struna Bregar

118.903 ogledov



GRI: 3-3, Lidlova tema: Ozaveščanje kupcev / ⁷⁶ Povečanje obsega trajnostnih objav na LinkedInu je posledica strategije intenzivnejšega umeščanja tovrstnih vsebin v primerjavi s preteklimi leti. ⁷⁷ Upad števila trajnostnih objav na YouTubeu je posledica optimizacije agende objavljenih vsebin glede na prednostne tematike. ⁷⁸ Gibanje števila ogledov videovsebin je posledica oglaševanja. ⁷⁹ Čas ogledov videov na YouTubeu se je v poslovnem letu 2022 znatno podaljšal zaradi promoviranja Lidlovega podkasta Ustvarimo boljši svet s povprečnim trajanjem 30 minut. Uporabniki so si večino podkastov ogledali v celoti. Hkrati smo v poslovnem letu 2022 vlagali več sredstev v promocijo tega formata. Upad časa ogledov videov na YouTubeu v poslovnem letu 2023 je posledica uvajanja kratkih, 15-sekundnih izsekov podkasta.



TRAJNO DELAMO SIJAJNO

S kampanjo Male geste smo s priljubljenim slovenskim raperjem Emkejem in Lidlovim rakunčkom Slovenke in Slovence spodbujali k preprostim dejanjem, ki lahko pomenijo veliko spremembo za sočloveka. Za to je obilo priložnosti že pri nakupovanju, ko lahko nekemu odstopimo mesto v vrsti ali mu pomagamo poiskati izdelek in mu tako polepšamo dan. Del sredstev od vsake prodane igrače rakunčka in prazničnih izdelkov Deluxe, skupaj 20.000 evrov, smo namenili nakupu pripomočkov za izobraževanje in rehabilitacijo otrok s posebnimi potrebami v okviru Centra za izobraževanje, rehabilitacijo, inkluzijo in svetovanje za slepe in slabovidne Ljubljana (Center IRIS).

Na digitalni konferenci InOrbit je kampanja prejela nagradi za:

- najboljšo uporabo organskega dosega na družbenih omrežjih (organic search) in
- najboljšo uporabo vsebinskega marketinga.



V Lidlu Slovenija je za opredeljevanje ciljev in udejanjanje ukrepov na področju izobraževanja in usposabljanja zaposlenih odgovorno področje Kadri. Ozaveščanje in opolnomočenje javnosti na področju trajnosti, s poudarkom na kupcih, je v domeni področij Korporativne zadeve in Marketing.

11 — ANEKSI



ANEKS 1: MOČNO VPETI V GLOBALNO POSLOVNO OKOLJE

VERIGA VREDNOSTI V LIDLU SLOVENIJA

Lidl Slovenija d.o.o. k.d. je hčerinska družba fundacije Lidl Stiftung & Co. KG s sedežem v Žejah pri Komendi s primarno dejavnostjo trgovinske prodaje hrane in potrošnega blaga. Kot trgovsko podjetje delujemo na stičišču med proizvajalci in kupci. Pri tem ustvarjamo neposredne in posredne odnose s kupci in številnimi dobavitelji v raznoterih dobavnih verigah. Naše dejavnosti segajo vse od pridelave in spravila primarnih kmetijskih proizvodov ter živinoreje in ribištva pa do odgovornega gospodarjenja z gozdovi za pridobivanje surovin za embalažo, neprehrambne ter kozmetične izdelke in čistila. Veriga vrednosti nadalje zajema predelavo surovin ter prevoz blaga v logistične centre in trgovine, kjer izdelke ponudimo našim kupcem. Ti so v središču dejavnosti na koncu verige vrednosti.

Pridobivanje surovin, nadaljnja predelava primarnih kmetijskih proizvodov ter proizvodni in transportni procesi vplivajo na okolje in ljudi. Zato želimo prispevati k zagotavljanju postopnega izboljševanja okoljskih in družbenih standardov. V ta namen partnersko sodelujemo z dobavitelji, zmanjšujemo porabo surovin, kjer je to mogoče, in uvajamo koncept krožnega gospodarstva že v fazi proizvodnje. Dodatno si prizadevamo za izboljšanje življenjskih in delovnih razmer ljudi v proizvodnih državah.

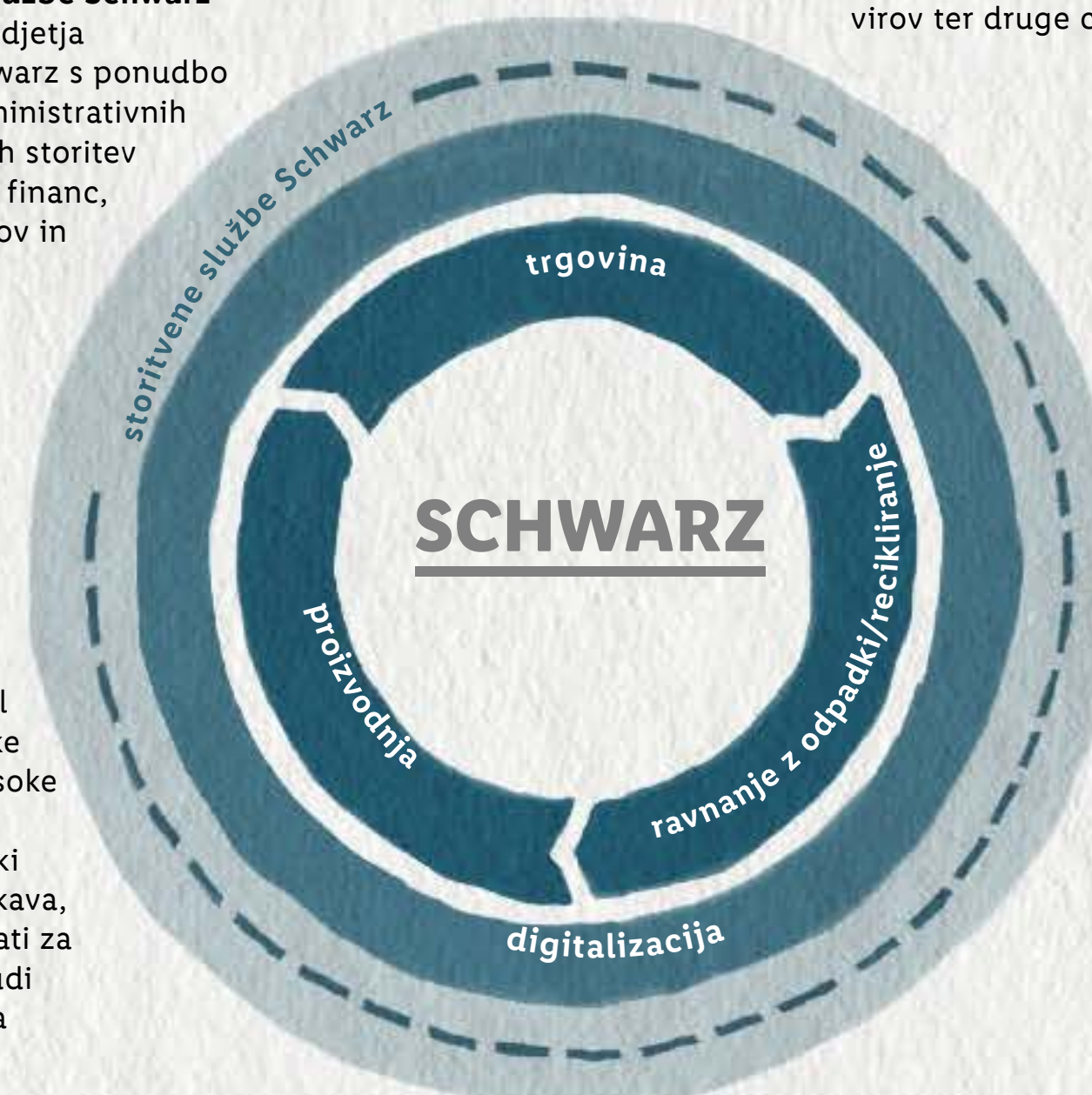
Storitvene službe Schwarz podpirajo podjetja Skupine Schwarz s ponudbo različnih administrativnih in operativnih storitev na področjih financ, človeških virov in nabave.

SCHWARZ
Produktion

Schwarz Produktion za Lidl in Kaufland proizvaja izdelke lastnih blagovnih znamk visoke kakovosti iz skupin pijače, čokolada, sladoled, pekovski izdelki, oreški, suho sadje, kava, testenine in papir. Trije obrati za plastiko in recikliranje so tudi del edinstvenega krogotoka proizvodnje PET plasten.



Lidl in Kaufland svojim strankam v več kot 32 državah vsak dan ponujata široko paleto izdelkov. V celotni verigi vrednosti se zavzemata za zaščito podnebja in biotske raznovrstnosti, ohranjanje virov ter druge cilje trajnostnega delovanja.



pre
zero

Družba PreZero se ukvarja z odpadki in recikliranjem ter vlaga v čisto prihodnost s sledenjem viziji zapiranja krogotokov materialov v 11 državah.

schwarz
digits

Schwarz Digits je IT in digitalna devizija Skupine Schwarz, ki prek različnih blagovnih znamk po vsem svetu zagotavlja napredne IT in digitalne rešitve ter skrbi njihov nadaljnji razvoj. Osredotoča se na digitalne proizvodne zmogljivosti, (spletne) trgovine ter programe zvestobe. Obenem ponuja vrhunske storitve v oblaku, zagotavlja kibernetsko varnost ter razvija rešitve, povezane z umetno inteligenco in maloprodajo.

Kot trgovec vplivamo tudi na nakupno vedenje velikega števila ljudi, ki jih želimo opolnomočiti za sprejemanje trajnostnih, informiranih in ozaveščenih nakupnih odločitev. Zato nenehno preverjamo, kako lahko ponudbo izdelkov naredimo še bolj trajnostno in bolj zdravo – ter o tem transparentno informiramo in ozaveščamo svoje kupce.

SKUPINA SCHWARZ

Skupina Schwarz je vodilna mednarodna trgovska skupina s približno 13.900 trgovinami in 575.000 zaposlenimi v 32 državah. Družbe Skupine Schwarz so v poslovnem letu 2023 ustvarile 167,2 milijarde evrov skupnega prometa. Podjetja Skupine Schwarz pokrivajo celotno verigo vrednosti od proizvodnje in trgovine do recikliranja in digitalizacije.

LIDL STIFTUNG & CO. KG.

Lidl s sedežem v Neckarsulmu je del Skupine Schwarz in predstavlja eno vodilnih podjetij za prodajo živil na drobno v Nemčiji in Evropi. Trenutno posluje v 31 državah po svetu z 12.350 trgovinami in več kot 225 logističnimi centri. Deluje tudi v Aziji in skupaj zaposluje okoli 375.000 ljudi.

Lidl Stiftung & Co. KG v sodelovanju z družbami Lidl v posameznih državah vzpostavlja okvir za poslovanje. Odgovoren je za zasnovo in oblikovanje standardiziranih procesov po vsem svetu.

ANEKS 2: SODELUJEMO V DOMAČIH IN MEDNARODNIH ORGANIZACIJAH TER POBUDAH

V Lidlu Slovenija se aktivno udeležujemo v družbenopolitičnih razpravah, zato so spremljanje zakonodaje, dialog z deležniki ter sodelovanje s panožnimi združenji pri oblikovanju mnenj in stališč pomemben sestavni del našega delovanja. Pri tem sledimo cilju hitrega prenosa zakonskih zahtev v poslovanje ter tesnega sodelovanja z dobavitelji pri temah, ki bodo pomembne v prihodnje.

Podpiramo cilje Združenih narodov

V Lidlu Slovenija se zavedamo odgovornosti za trajnostni razvoj, ki jo nosimo kot podjetje, hkrati si prizadevamo, da o svojih trajnostnih zavezah transparentno obveščamo tudi širšo javnost. Zato smo se podjetja Skupine Schwarz v začetku leta 2020 pridružile iniciativi Združenih narodov globalni dogovor (United Nations Global Compact, UNGC), največji in najpomembnejši svetovni pobudi za odgovorno korporativno upravljanje, ki podjetjem zagotavlja globalni okvir za nadaljnji trajnostni razvoj. S tem smo se zavezale desetim univerzalnim načelom UNGC na področju človekovih pravic, dela, okolja in boja proti korupciji.⁶⁵

Lidl Slovenija je včlanjen v naslednja združenja, organizacije in pobude:

- CER Partnerstvo za trajnostno gospodarstvo
- Združenje delodajalcev Slovenije
- Združenje Manager
- Ameriška gospodarska zbornica
- Slovensko društvo za odnose z javnostmi
- Združenje poslovnih finančnikov Slovenije
- Zveza računovodij, finančnikov in revizorjev Slovenije
- Društvo za marketing Slovenije
- Slovenska oglaševalska zbornica
- Zavod IAB
- Gospodarska zbornica Slovenije
- Trgovinska zbornica Slovenije
- Društvo varnostnih inženirjev
- Zbornica varnosti in zdravja pri delu
- Evropski inštitut za skladnost in etiko poslovanja

Prek Lidl Stiftung smo zastopani v naslednjih združenjih, organizacijah in pobudah:

- ACT – Action, Collaboration, Transformation
- Alliance for Water Stewardship
- Amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI)
- Partnership for Sustainable Textiles
- Donau Soja
- 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 Roundtable on Sustainable Beef (GRSB)
- ILO Better Work
- International ACCORD
- 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

Prek podjetij Skupine Schwarz smo zastopani v:

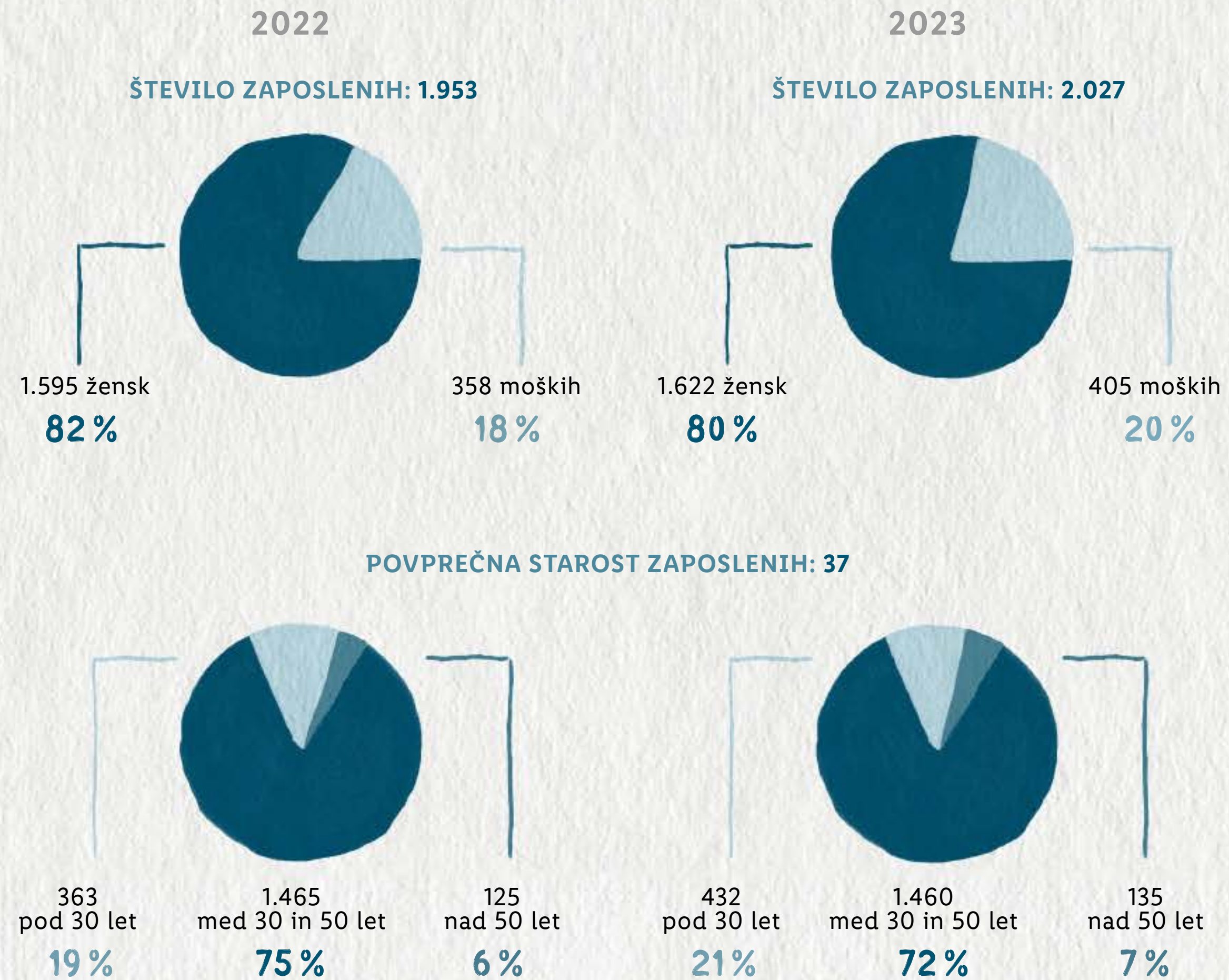
- Ellen MacArthur Foundation
- UN Global Compact
- Science Based Target initiative

Poleg tega pa sodelujemo še z naslednjimi partnerskimi organizacijami:

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

ANEKS 3: Z NAMI ŽE PREK 2.000 LIDLOVK IN LIDLOVCEV

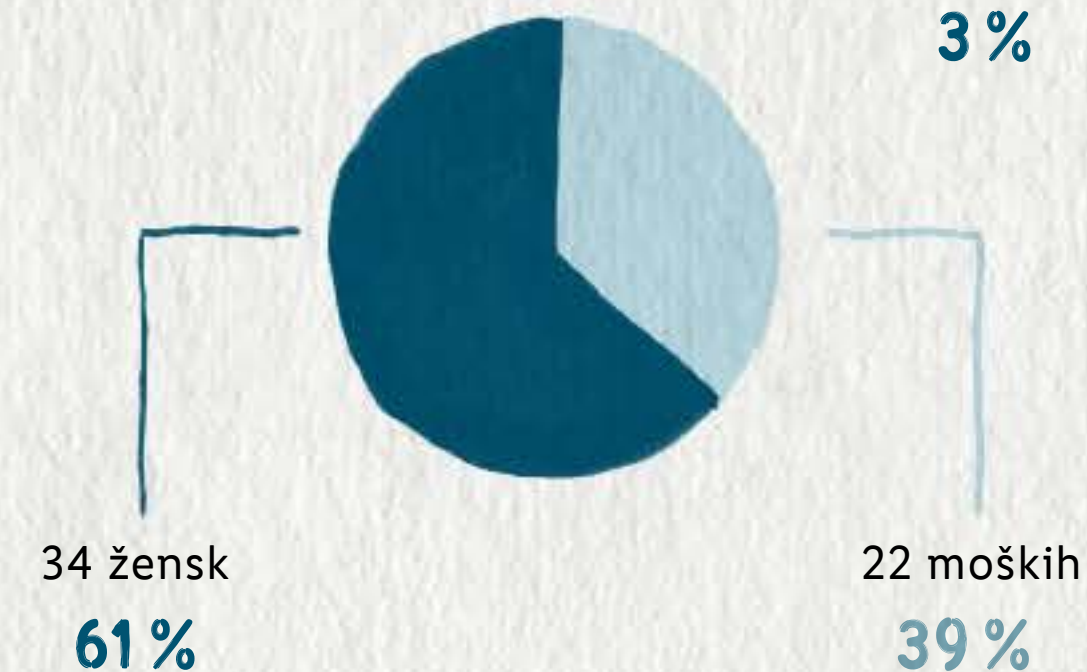
V poslovnem letu 2023 je Lidl Slovenija zaposloval več kot 2.000 delavcev, od katerih je bila večina (77 %) zaposlena za polni delovni čas, 99 % je bilo zaposlenih za nedoločen čas.



2022

ZAPOSLENI ZA DOLOČEN DELOVNI ČAS: 56

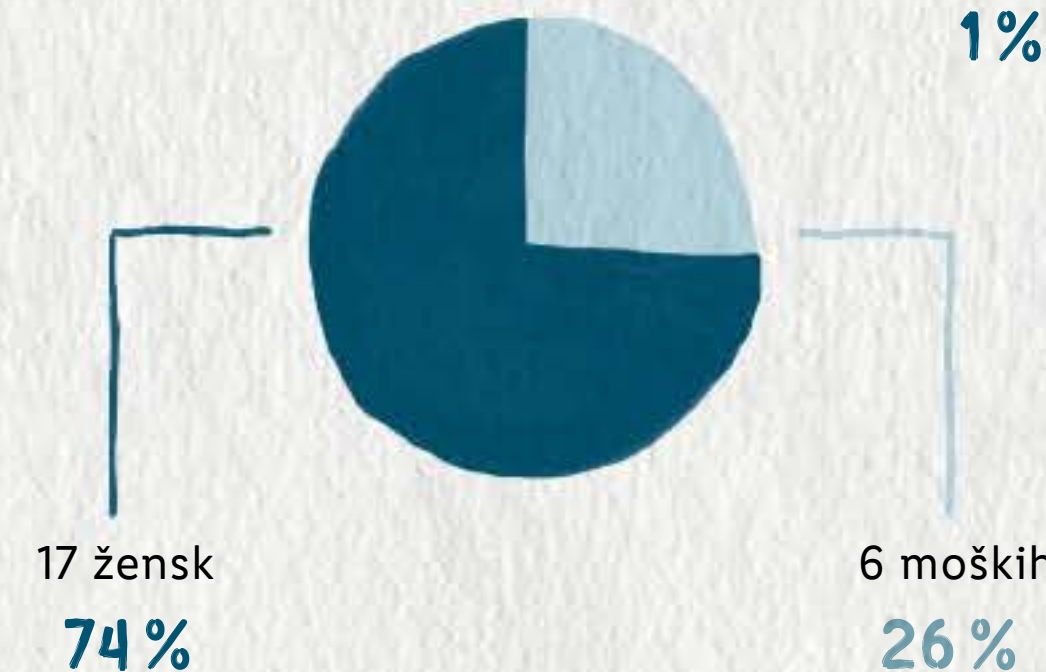
3%



2023

ZAPOSLENI ZA DOLOČEN DELOVNI ČAS: 23

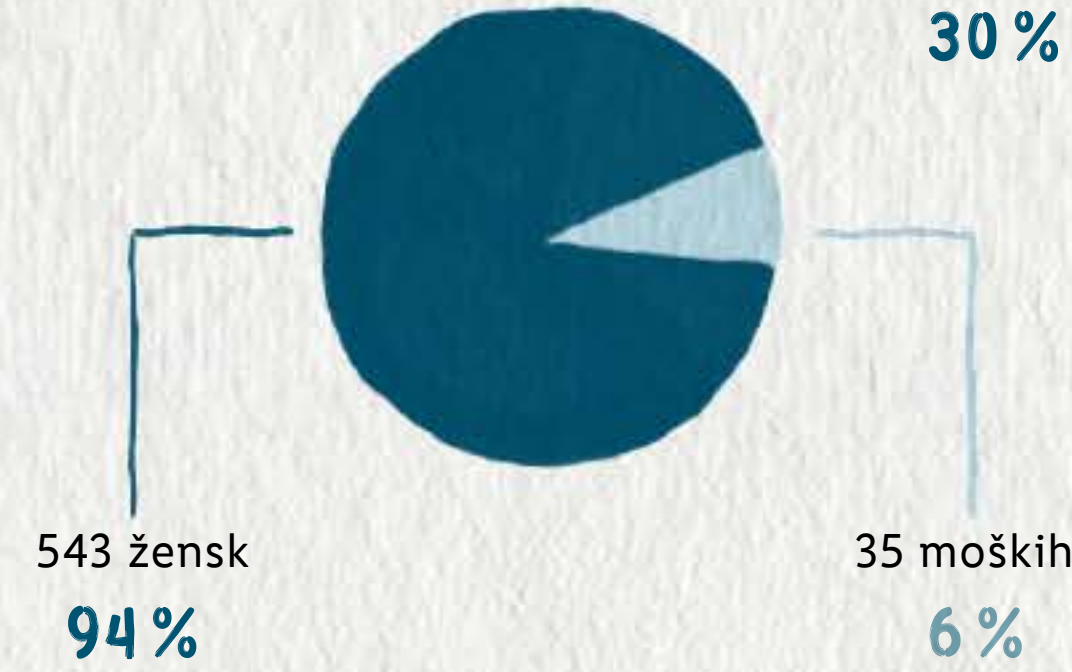
1%



2022

ZAPOSLENI ZA KRAJŠI DELOVNI ČAS: 578

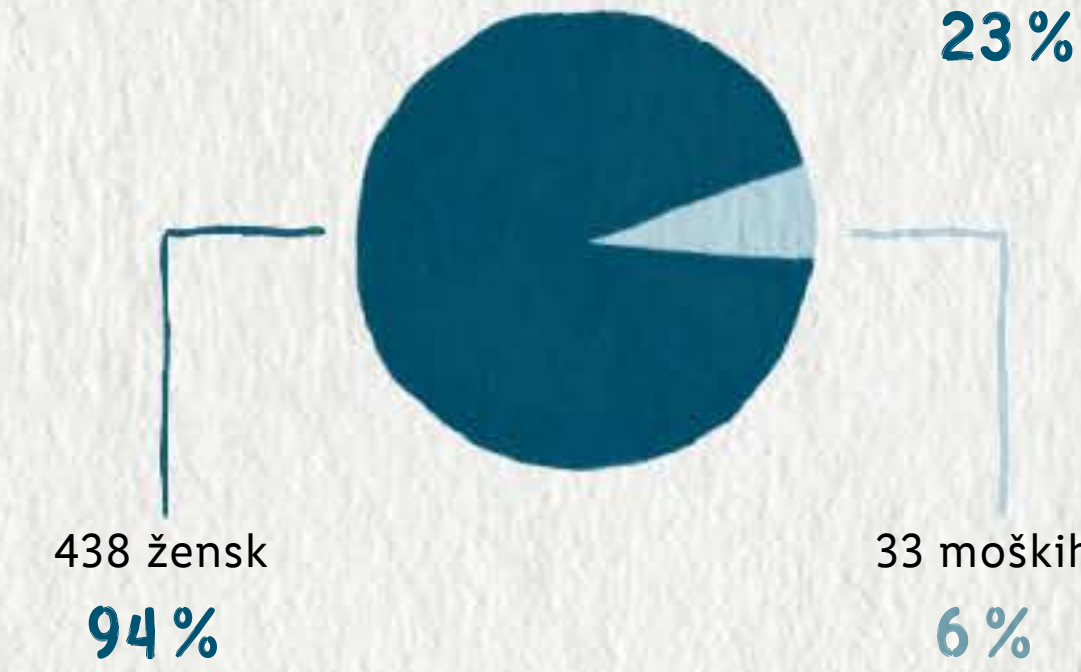
30%



2023

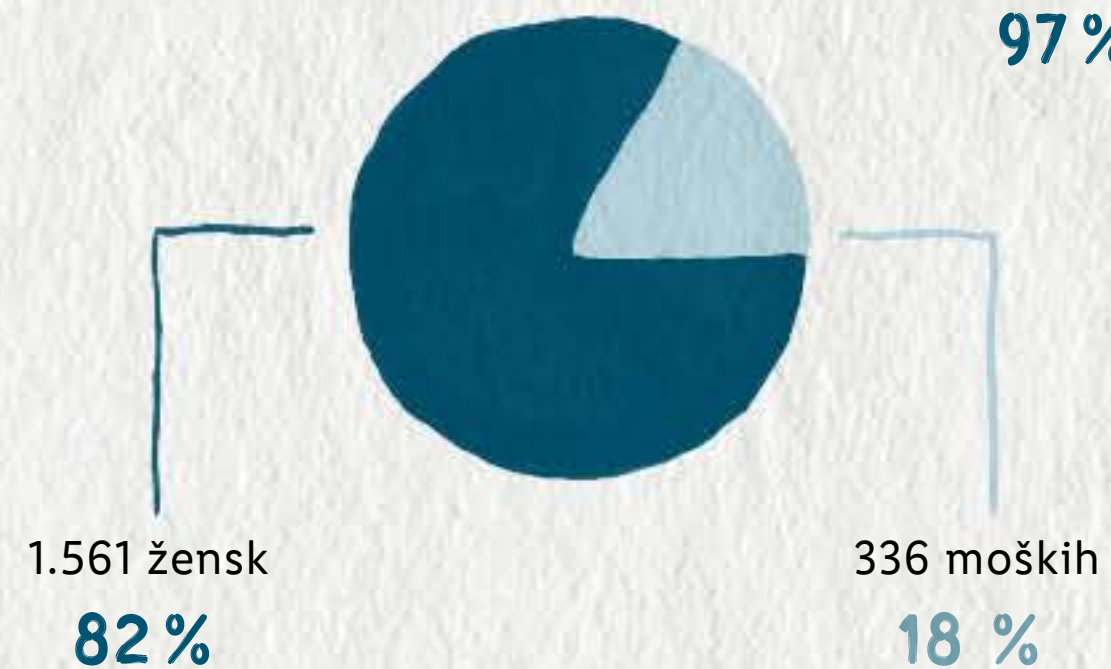
ZAPOSLENI ZA KRAJŠI DELOVNI ČAS: 471

23%



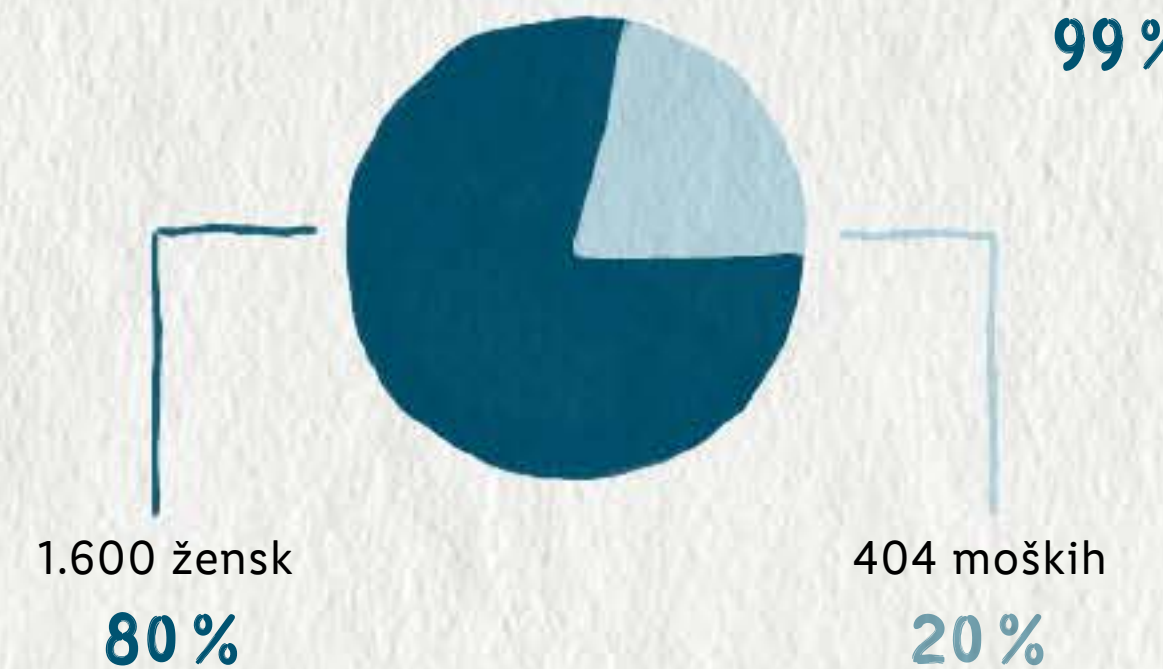
ZAPOSLENI ZA NEDOLOČEN DELOVNI ČAS: 1.897

97%



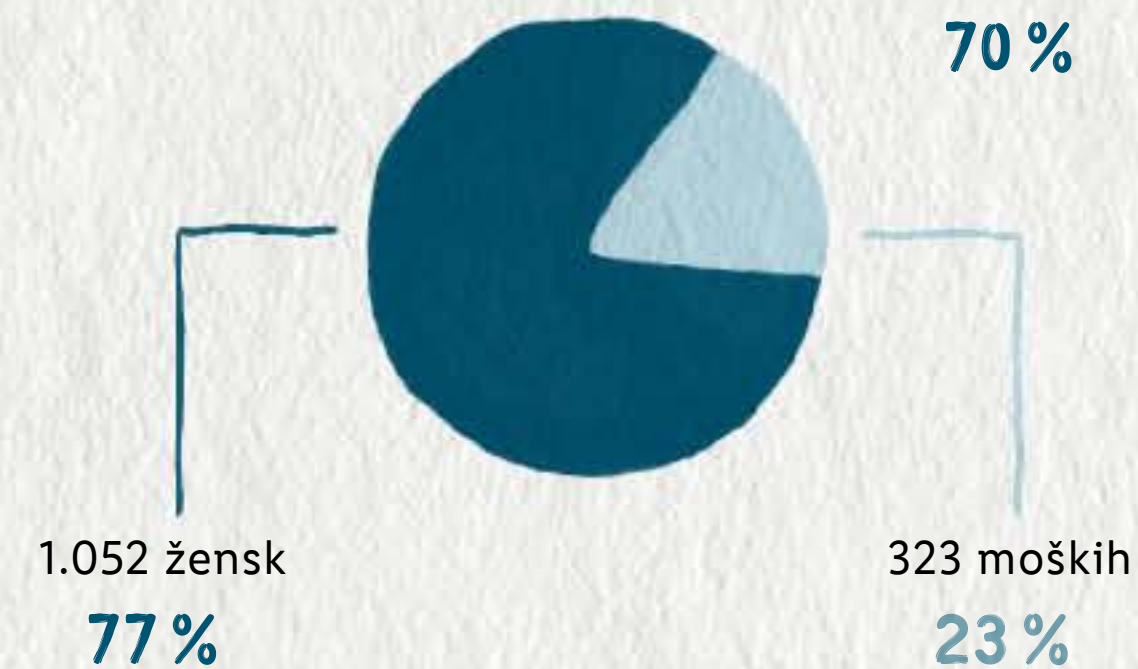
ZAPOSLENI ZA NEDOLOČEN DELOVNI ČAS: 2.004

99%



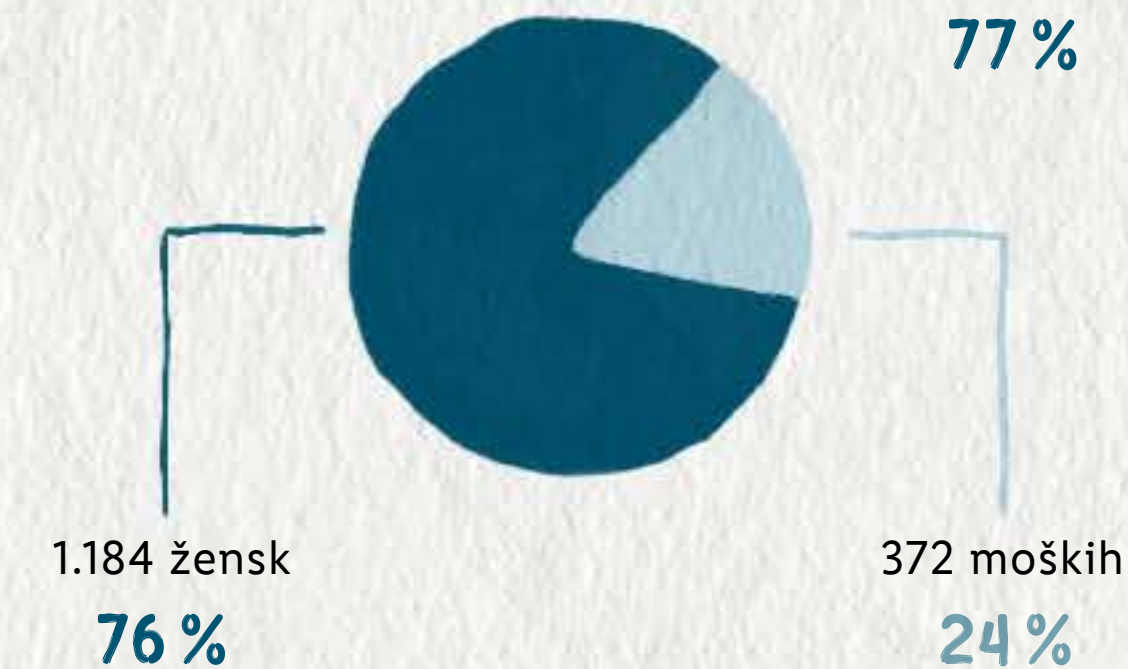
ZAPOSLENI ZA POLNI DELOVNI ČAS: 1.375

70%



ZAPOSLENI ZA POLNI DELOVNI ČAS: 1.556

77%



2022

ZAPOSLENI PO KOLEKTIVNI POGODBI: 1.953

100%

2023

ZAPOSLENI PO KOLEKTIVNI POGODBI: 2.027

100%

ANEKS 4: OHRANJAMO UČINKOVITO UPRAVLJAVSKO STRUKTURO

Družbo Lidl Slovenija je ob koncu poslovnega leta 2023 upravljalo poslovodstvo, sestavljeno iz 5 direktorjev. 4 direktorji so odgovorni za področja skupnih služb, kadrov, nabave in investicij, generalni direktor pa ima poleg vodenja poslovodstva še izvršilno funkcijo na področjih Prodaja in Korporativne zadeve. V poslovodstvu imamo 2 ženski članici in 3 člane s tujim državljanstvom. Člani poslovodstva delujejo neodvisno, na podlagi njihovih kompetenc jih imenuje Skupina Lidl, ki praviloma daje prednost kandidatom z delovnimi izkušnjami v okviru podjetij Skupine Schwarz, da bi s tem zagotovila posebna znanja in izkušnje, ki izhajajo iz sistema.

Krovno odgovornost za področje trajnostnega razvoja nosi **generalni direktor**.

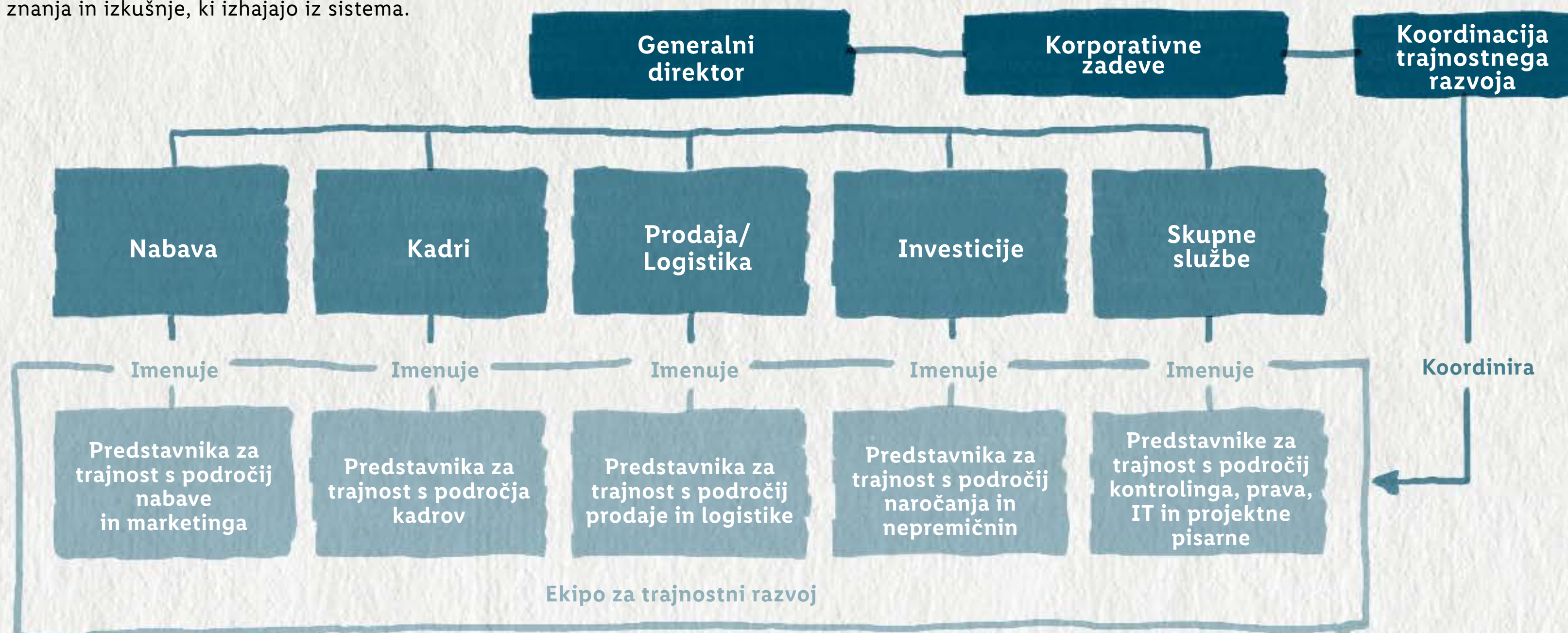
Koordinacija trajnostnega razvoja, ki deluje v okviru področja Korporativne zadeve, je skupaj s poslovodstvom odgovorna za strateško usmeritev podjetja in za usklajevanje delovanja med posameznimi vsebinskimi področji. V pristojnosti koordinacije trajnostnega razvoja je, v sodelovanju z vsebinskimi področji, poleg spremljanja in upravljanja različnih trajnostnih projektov, tudi:

- opredeljevanje tveganj in priložnosti na področju trajnosti,
- priprava trajnostne strategije in spremljanje njene realizacije,
- priprava podnebne strategije in spremljanje njene realizacije,
- priprava trajnostnega poročila,
- upravljanje iniciativ na področju aktivnega državljanstva in
- upravljanje sodelovanja z deležniki.

Področje koordinacije trajnostnega razvoja prek vodje področja Korporativne zadeve poroča generalnemu direktorju. Primeri tovrstnega poročanja so revizija trajnostne strategije in trajnostno poročanje ter najmanj četrletno usklajevanje po posameznih strateških področjih, temah in aktivnostih.

Poslovodstvo je, kot to določa tudi postopek bistvenosti, vključeno v proces opredelitve bistvenih tem trajnostnega poročila in revizijo vsebine poročanih tem, medtem ko je potrditev trajnostnega poročila v pristojnosti generalnega direktorja. Postopek bistvenosti je podrobneje opisan v [Aneksu 6](#). Poslovodstvo družbe je aktivno vključeno tudi v oblikovanje trajnostne in podnebne strategije ter spremljanje njenih realizacij. Sodeluje v razpravah in trajnostnih pobudah v okviru posameznih interesnih združenj, medijev in drugih javnosti. Deležno je rednih usposabljanj na področju trajnosti, ki izhajajo iz sistema podjetij Skupine Schwarz in širše.

Koordinator trajnostnega razvoja vodi **ekipo za trajnostni razvoj**, ki jo sestavljajo predstavniki vsebinskih področij Lidla Slovenija. Vsak član ekipe s svojim znanjem in izkušnjami prispeva k trajnostnemu razvoju podjetja. Ekipo za trajnostni razvoj oblikuje ključne aktivnosti na podlagi trendov in strateških trajnostnih ciljev, koordinator trajnostnega razvoja pa predloge ukrepov neposredno ali prek vodje področja Korporativne zadeve predstavi poslovodstvu, ki s svojimi odločitvami usmerja trajnostno delovanje družbe.



ANEKS 5: Z ODPRTIM DIALOGOM URESNIČUJEMO TRAJNOSTNE CILJE

Pri zagotavljanju cenovno dostopne in trajnostne ponudbe se v Lidlu Slovenija opiramo na tvorno sodelovanje z deležniki, s katerimi postavljamo in uresničujemo trajnostne cilje, vstopamo v partnerstva ter skupaj beležimo rezultate. Verjamemo, da je odprt dialog, kamor sodi tudi transparentno komuniciranje, nujen za stimulatивно dolgoročno sodelovanje ter rast in razvoj podjetja in panoge.

V rednih časovnih intervalih – vsaj na vsaki dve leti – opravljamo analize deležnikov in ocenjujemo, kateri deležniki so strateško pomembni za podjetje. Naše ocene so zasnovane na opravljanju raziskav in poglobljenem spremljanju tem, ki se pojavljajo v družbeni razpravi. Hkrati upoštevamo spremembe v političnem prostoru in aktivnosti relevantnih nevladnih organizacij ter primerjamo izsledke z rezultati postopka bistvenosti.



ZAPOSLENI

NAMEN

- informiranje
- izobraževanje
- opolnomočenje
- sodelovanje

KANALI IN ORODJA

- aplikacija We are Lidl
- intranet Lidl NET
- interna revija Lajf@Lidl
- Lajf TV
- klepetalnica Čvekač
- platforma za upravljanje idej Genijalc
- interna izobraževalna platforma
- nagradne igre
- igrifikacije
- ankete
- fokusne skupine
- raziskave
- dogodki

FREKVENCA

- redno

TEME

Trajnostna strategija s poudarkom na bistvenih temah.



KUPCI

NAMEN

- informiranje
- izobraževanje
- opolnomočenje
- sodelovanje

KANALI IN ORODJA

- korporativna spletna mesta
- aplikacija Lidl Plus
- družbena omrežja
- pomoč kupcem
- Infofon
- dogodki
- podkast Ustvarimo boljši svet
- prodajno mesto
- letak
- novičnik
- promocijske kampanje
- tržne raziskave

FREKVENCA

- redno

TEME

Trajnostna strategija in trajnostna ponudba s poudarkom na ozaveščenem prehranjevanju, krožnem gospodarstvu, varovanju podnebja, odpadni hrani in certificiranih izdelkih.



DOBAVITELJI IN POSLOVNI PARTNERJI

NAMEN

- informiranje
- opolnomočenje
- izmenjava (znanj)
- razvijanje trajnostne strategije in izdelkov

KANALI IN ORODJA

- korporativna spletna mesta
- neposredno sodelovanje
- dogodki
- trajnostno poročilo
- družbena omrežja
- članki v strokovnih medijih
- tržne raziskave

FREKVENCA

- redno

TEME

Trajnostna strategija in trajnostna nabavna politika s poudarkom na varstvu virov, ozaveščenem prehranjevanju, varovanju podnebja in človekovih pravicah.

Interna platforma Genijalc je, kot pove že samo ime, namenjena zbiranju genialnih idej, kreativnih rešitev in uporabnih predlogov izboljšav, ki se Lidlovcem in Lidlovkam utrnejo med delom. Lahko gre za upravne, logistične ali prodajne delovne procese, pa tudi za razvoj ali nadgradnjo izdelkov. Najboljše ideje tudi finančno nagradimo.

Meta Krajnc Dvoršek,
strokovna referentka v oddelku Upravljanje poslovnih procesov

Prek delovne skupine Trgovinske zbornice Slovenije smo sodelovali pri oblikovanju vsebine zakona o uvajanju naprav za proizvodnjo električne energije iz obnovljivih virov energije v fazi javne razprave. Oblikovali smo pripombe in predloge, ki bi olajšali implementacijo v praksi, dali predlog za poenostavitev administrativnih postopkov pri pridobivanju soglasij in pozvali k zagotavljanju nepovratnih finančnih sredstev države.

Eva Kržan,
sodelavka na področju Pravo/Compliance



PREDSTAVNIKI OBLASTI IN ZDRUŽENJA

NAMEN

- dialog
- razvijanje standardov
- sodelovanje pri uvajanju trajnostne zakonodaje

KANALI IN ORODJA

- korporativna spletna mesta
- aktivna članstva v različnih združenjih
- panožne iniciative
- neposredno sodelovanje
- trajnostno poročilo

FREKVENCA

pogosto

TEME

Vloga trgovcev v dobavni verigi s poudarkom na trajnostni zakonodaji, varstvu podnebja, odpadni hrani, krožnem gospodarstvu, raznolikosti in vključevanju.



MEDIJI

NAMEN

- informiranje
- dialog
- sodelovanje

KANALI IN ORODJA

- korporativna spletna mesta
- sporočila za medije
- odgovori na novinarska vprašanja
- partnerstva
- družbena omrežja
- okrogle mize
- trajnostno poročilo

FREKVENCA

redno

TEME

Trajnostna strategija s poudarkom na posameznih ključnih temah.



NEVLADNE ORGANIZACIJE

NAMEN

- sodelovanje
- izmenjava znanj
- dialog
- razvijanje trajnostne strategije
- sodelovanje pri oblikovanju stališč za trajnostno zakonodajo

KANALI IN ORODJA

- korporativna spletna mesta
- dogodki
- družbena omrežja
- neposredno sodelovanje
- razprave
- trajnostno poročilo

FREKVENCA

pogosto

TEME

Trajnostna strategija s poudarkom na krožnem gospodarstvu in odpadni hrani.

ANEKS 6: Z VKLJUČEVANJEM DELEŽNIKOV V POSTOPEK BISTVENOSTI DO KLJUČNIH TEM TRAJNOSTNEGA POROČANJA

V Lidlu Slovenija smo leta 2022 revidirali **postopek za opredelitev bistvenih trajnostnih tem** in s tem dosegli, da že od samega začetka upoštevamo nove in spremenjene zakonodajne zahteve, vključno s posodobljeno opredelitvijo bistvenosti standardov GRI 2021. Tako v novem pristopu predvidevamo tudi **načelo dvojne bistvenosti**, ki ga uvaja evropska direktiva o trajnostnem poročanju CSRD. Postopek bistvenosti temelji na prenovljenem Lidlovem modelu odgovornosti 2.0.

V okviru postopka bistvenosti smo **17 trajnostnih tem** opredelili na podlagi **dveh dimenzij**:

- **upoštevamo pozitivne in negativne vplive Skupine Lidl na ljudi, okolje in družbo (t. i. perspektiva od znotraj navzven) in**
- **upoštevamo vpliv trajnostnih tem na uspešnost poslovnega modela Lidla Slovenija (t. i. perspektiva od zunaj navznoter).**

Postopek bistvenosti posodabljam v okviru trajnostnega poročanja na vsaki dve leti. Ves čas ostaja standardiziran in enoten za vse Lidlove države ter omogoča vključevanje nacionalne perspektive.

Postopek bistvenosti smo izvedli v **treh korakih**:

- 1. Lidlova mednarodna raziskava** o pomenu vpliva, ki zajema analizo izpostavljenosti in intervjuje s strokovnjaki,
- 2. nacionalna raziskava poslovne pomembnosti** (z delavnicami) ter
- 3. potrditev in konsolidacija rezultatov** v matriki bistvenosti za posamezno državo.

1. VREDNOTENJE VPLIVA SKUPINE LIDL

Lidlov vpliv na ljudi, okolje in družbo kot celoto smo za vse Lidlove države opredelili v dvostopenjskem postopku, ki ga sestavljajo analiza izpostavljenosti in intervjuji podjetja Lidl Stiftung s strokovnjaki za trajnost.

IZVEDBA KVANTITATIVNE ANALIZE IZPOSTAVLJENOSTI

Z analizo izpostavljenosti smo določili potencialne neposredne in posredne vplive Lidla na ljudi, okolje in družbo. Analizirali smo Lidlov vpliv na okolje in družbo in ga kvantitativno opredelili na podlagi ekonomskih podatkov ter podatkov o posameznih podjetjih in sektorjih v mednarodni verigi vrednosti. Da bi zadostili kriteriju vpetosti v globalno okolje, smo upoštevali morebitne potrebe po ukrepanju v posameznih državah, kar je omogočilo primerljivost trajnostnih tem. Za opredelitev držav, v katerih ima Lidl s svojim delovanjem potencialno največji vpliv, smo v naslednjem koraku na podlagi podatkov o prodaji, panožnih in ekonomskih kazalnikov oblikovali Lidlovo verigo vrednosti. To je omogočilo opredelitev neposrednih in posrednih gospodarskih dejavnosti, značilnih za posamezno državo, in ekonomsko ponderiranje vrednosti. Ponderiranje je vključevalo predvsem države, v katerih je Lidl poslovno bolj aktiven in ima zato potencialno večji vpliv na posamezne trajnostne teme. V zadnjem koraku smo na podlagi potreb po ukrepanju in ekonomskih kriterijev ocenili pomembnost posameznih trajnostnih tem in s tem oblikovali prvo komponento pomembnosti vpliva.

IZVEDBA KVALITATIVNIH INTERVJUJEV S STROKOVNJAKI

Po analizi izpostavljenosti smo statistične rezultate potrdili s kvalitativno raziskavo. Kombinacija obeh metod povečuje zanesljivost analize, omogoča bolj poglobljene izsledke in zmanjšuje morebitne pomanjkljivosti posamičnih metodologij. Izvedli smo intervjuje z devetimi mednarodnimi strokovnjaki, predstavniki posameznih skupin deležnikov, in tako pridobili še globlje razumevanje vpliva na 17 trajnostnih tem iz Lidlovega modela odgovornosti. Pri izbiri strokovnjakov smo upoštevali specifičnost trga v posameznih državah in raznolikost trajnostnih tem. Intervjuje je pripravil, izvedel in analiziral zunanji partner.

Presek analize izpostavljenosti in intervjujev s strokovnjaki prikazuje pomembnost vpliva Lidlovega delovanja na vsako od 17 trajnostnih tem. Ta je prikazan z vrednostmi na osi x matrike bistvenosti.

Analizo izpostavljenosti in intervjuje s strokovnjaki smo primerjali glede na kakovost in razpoložljivost podatkov.

2. OCENA POMEMBNOСТИ TRAJNOSTNIH TEM

V Lidlu Slovenija smo z ekipo za trajnostni razvoj, ki združuje predstavnike vsebinskih področij podjetja, izvedli delavnico za opredelitev poslovne relevantnosti 17 trajnostnih tem za poslovanje Lidla Slovenija. Člani ekipe za trajnostni razvoj so z analizo priložnosti in tveganj ocenjevali vpliv posameznih trajnostnih tem na uspešnost poslovnega modela Lidla Slovenija. Delavnico smo pospremili z razpravo in vrednosti prenesli na os y matrike bistvenosti. Matriko bistvenosti je nadalje validiralo poslovodstvo družbe.

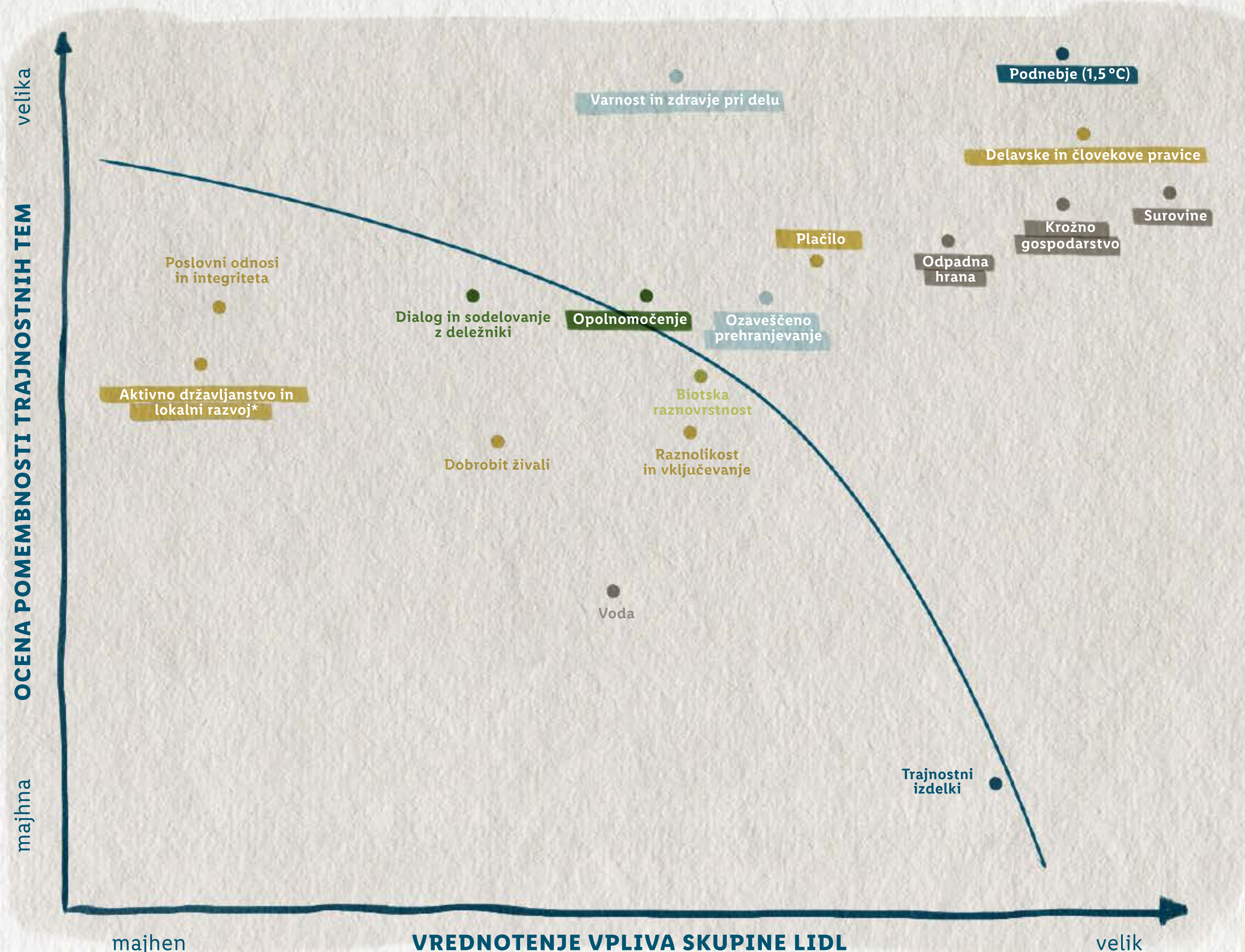
3. ZDRUŽITEV OBEH DIMENZIJ ANALIZE

Iz matrike bistvenosti je razvidno, da je za Lidl Slovenija bistvenih devet trajnostnih tem.

To pomeni, da ima pri teh temah poslovanje Skupine Lidl velik vpliv na ljudi, okolje in družbo oziroma da se na teh področjih kažejo največje priložnosti in tveganja za poslovanje Lidla Slovenija. Bistvene teme so tiste nad linijo bistvenosti in pomenijo izhodišče za trajnostno poročilo podjetja.

Poleg opredeljenih bistvenih tem v trajnostnem poročilu **obravnavamo tudi temo Aktivno državljanstvo in lokalni razvoj, ki sicer leži pod linijo bistvenosti, vendar smo jo v poročanje vključili zaradi strateškega pomena, ki ga ima za Lidl Slovenija.** V matriki bistvenosti in v kazalu GRI je označena z *.

Matrika bistvenosti



ANEKS 7: PRI POSLOVANJU DOSLEDNO UPOŠTEVAMO VELJAVNO ZAKONODAJO IN NOTRANJE SMERNICE

Skladnost z zakonodajo je naše osrednje korporativno načelo, ki je zavezujoče za vse zaposlene. Lidl Slovenija in njegovo poslovodstvo se izrecno zavezujeta, da bosta spoštovala korporativno načelo in zagotavljala njegovo dosledno uporabo v praksi.

SISTEM UPRAVLJANJA SKLADNOSTI POSLOVANJA

V Lidlu Slovenija smo uvedli sistem upravljanja skladnosti poslovanja (Compliance Management System, CMS), ki vsebuje zavezujoče zahteve in elemente za zagotavljanje ustrezne ravni skladnosti. Glavni cilj sistema CMS je preprečevanje kršitev veljavne zakonodaje in notranjih smernic ter njihovo dosledno prepoznavanje in odpravljanje (načelo ničelne tolerance). CMS se osredotoča na boj proti korupciji in goljufijam, varstvo konkurence, poslovne partnerje ter skladnost na področju varstva podatkov. Pomemben del sistema CMS je tudi skladnost na področju davkov, računovodstva, produktne odgovornosti in kadrov.

Ukrepi za zagotavljanje skladnosti v Lidlu Slovenija vključujejo implementacijo zakonodaje in obveščanje o novih zakonskih predpisih (npr. o varstvu potrošnikov, zagotavljanju kakovosti in varnosti izdelkov ter varstvu podatkov), izvajanje usposabljanj za zaposlene ter obravnavanje in spremljanje vseh notranjih in zunanjih prijav morebitnih kršitev na področju skladnosti. Za učinkovito upravljanje sistema CMS je ključna ustrezna notranja organizacija družbe: področje Pravo/Compliance, ki je odgovorno za skladnost, skupaj z odgovornimi osebami za skladnost redno preverja ustreznost in učinkovitost izvajanja CMS ter preučuje možnosti za njegovo izboljšavo.

Sistemi za obveščanje o kršitvah na področju skladnosti (interno in eksterno)

Informacije o sistemih za obveščanje o kršitvah na področju skladnosti lahko vsi interni in zunanji deležniki pridobijo na spletni strani [Lidla Slovenija](#). Zaposlenim so informacije dostopne tudi na intranetu v zavihku Compliance.

POOBlašČENEC ZA ZAGOTAVLJANJE SKLADNOSTI

Sistem obveščanja o kršitvah na področju skladnosti prek pooblaščenca (interno, eksterno; možnost anonimne prijave)

compliance@lidl.si

ali

Lidl Slovenija d.o.o. k.d.

Področje Pravo/Compliance

Pod lipami 1

1218 Komenda

SPLETNI SISTEM OBVEŠČANJA O NESKLADNOSTIH

Spletni sistem za obveščanje o neskladnostih (interno, eksterno; možnost anonimne prijave)

[Business Keeper Monitoring System](#), do katerega lahko vse interne in eksterne osebe dostopajo prek katerekoli naprave, ki omogoča dostop do interneta.

PROTIKORUPCIJSKI ZAUPNIK

Zaupni sistem obveščanja prek Odvetniške pisarne Devetak in partnerji, d. o. o. (interno in eksterno; možnost anonimne prijave)

info@devetak.si

ali

Odvetniška pisarna Devetak in partnerji d. o. o.

Helena Devetak, odvetnica

Prvomajska ulica 23

5000 Nova Gorica

Tel.: 05 300 14 00

ZAUPNIK PRIJAVITELJEV

Prijava kršitev v delovnem razmerju po zakonu o zaščiti prijaviteljev (interno, eksterno; možnost anonimne prijave)

prek [obrazca](#)

ali

Tel.: 040 715 151

POOBlašČENEC ZA VARSTVO OSEBNIH PODATKOV

Sistem obveščanja o kršitvah na področju varovanja osebnih podatkov (interno, eksterno)

skrbnik_OP@lidl.si

OBVEŠČANJE O DOMNEVNIH NESKLADNOSTIH

V Lidlu Slovenija smo vselej odprti za informacije zaposlenih, kupcev ali poslovnih partnerjev o potencialnih kršitvah na področju skladnosti – tj. o dogodkih, pri katerih zaposleni domnevno kršijo zakonodajo ali notranje smernice oziroma jih domnevne kršitve prizadevajo. Če obstaja sum ali če pride do kršitve skladnosti, vključno s kršitvami Kodeksa za poslovne partnerje podjetij Skupine Schwarz, zaposleni in druge zunanje osebe o tem obvestijo pooblaščenca za skladnost poslovanja ali zaupnika zaposlenih. Vsako prijavo obravnavamo strogo zaupno, prav tako prijave za prijavitelje ne prinašajo nikakršnih negativnih posledic. Obravnavajo se vse prejete prijave domnevnih kršitev.

Zaradi varstva podatkov in zaščite prijaviteljev v tem poročilu ne razkrivamo informacij o vsebini prijav. Prav tako ne razkrivamo informacij, ki bi omogočile povezljivost s posameznikom.

Ključne ugotovitve iz prijav domnevnih kršitev uporabljamo za prepoznavanje tveganj in nadaljnji razvoj ukrepov za zagotavljanje skladnosti. Če na podlagi prijav opredelimo tveganja na področju skladnosti, ki so neposredno ali posredno povezana s poslovanjem Lidla Slovenija, si prizadevamo sprejeti ustrezne ukrepe za njihovo odpravo in zagotoviti, da enako ravna tudi kršitelji.

Ustrezna ozaveščenost vseh zaposlenih o naših zahtevah na področju skladnosti je temeljna predpostavka za zagotavljanje skladnosti v podjetju.



OBVEŠČANJE IN USPOSABLJANJE ZAPOSLENIH

Ozaveščanje in usposabljanje zaposlenih se tako začneta takoj ob nastopu dela, obnovitvena šolanja pa izvajamo vsako leto ali vsaki dve leti, odvisno od posameznega šolanja. Področje Pravo/ Compliance vsakokrat ob začetku poslovnega leta pripravi komunikacijski načrt z akcijskim načrtom vsebin, ki bodo v središču pozornosti v tekočem letu. Pooblaščenim osebam za skladnost in varstvo podatkov sta pristojni, da preverjata upoštevanje zavez CMS. To izvajata z naključnimi pregledi, ki so osredotočeni na določeno področje dela.

SKLADNOST V DOBAVNIH VERIGAH

Do kršenja človekovih in okoljskih pravic lahko prihaja tudi v mednarodnih dobavnih verigah. Da bi izpolnili svojo korporativno dolžnost skrbnega ravnanja, v Lidlu Slovenija vzdržujemo navedene kanale za prijavo nepravilnosti, do katerih lahko posamezniki, vpeti v Lidlove dobavne verige, dostopajo tudi prek Lidlovega spletnega mesta.



ANEKS 8: KORPORATIVNA DOLŽNOST SKRBNEGA RAVNANJA

V Lidlu Slovenija smo načela korporativne dolžnosti skrbnega ravnanja jasno zasidrali v delovne procese podjetja. Pri tem se trenutno osredotočamo predvsem na dobavno verigo, na katero imamo s svojim poslovanjem največji vpliv.

Kodeks ravnanja za poslovne partnerje podjetij

Skupine Schwarz opredeljuje naša temeljna načela za sodelovanje z dobavitelji in opisuje pričakovanja podjetij Skupine Schwarz do poslovnih partnerjev na področju človekovih pravic in okoljskih vprašanj.

Kodeks ravnanja za poslovne partnerje podjetij Skupine Schwarz je že vrsto let sestavni del pogajanj z našimi dobavitelji z namenom, da bi dobavitelje zavezali k spoštovanju v njem zapisanih načel in standardov. Ti temeljijo na mednarodnih standardih s področij otroškega in prisilnega dela, plač in delovnega časa, pravične obravnave ter preprečevanja diskriminacije. Kodeks ravnanja za poslovne partnerje je podrobneje predstavljen v [Aneksu 9](#).

V Lidlu Slovenija uvajamo **trajnostno nabavno politiko** v vse poslovne odnose.

S standardiziranim postopkom skrbnega preverjanja dobaviteljev, ki smo ga opredelili z dokumentom **Korporativna dolžnost skrbnega ravnanja na področju človekovih pravic in okoljevarstva pri nabavi izdelkov**, izvajamo sistematično analizo tveganja kršitev človekovih pravic in negativnih vplivov na okolje ter sprejemamo ustrezne ukrepe za njihovo odpravljanje. Dobavitelje prehranskih in neprehranskih izdelkov, sadja, zelenjave, rož in zelenih rastlin dodatno zavezujemo k spoštovanju človekovih pravic v dobavni verigi ter k zasledovanju ciljev in oblikovanju proaktivnih ukrepov za odgovorno proizvodnjo izdelkov.

V Lidlu Slovenija velik poudarek namenjamo tudi **upravljanju različnih vrst tveganj**. Operativna tveganja, med katerimi se nekatera nanašajo tudi na področje trajnosti, lahko ogrozijo naše vsakodnevno poslovanje in doseganje ciljev. Za vsa področja v našem podjetju zato identificiramo tveganja in jih ovrednotimo glede na njihov finančni vpliv, vpliv na delovne procese in ugled podjetja ter glede na pravni vidik. Sočasno opredelimo ukrepe, s katerimi tveganja zmanjšujemo, in rezultate ukrepov redno spremljamo.

Veliko pozornost ob tem posvečamo **informiranju in ozaveščanju**. Zato smo pripravili tudi interni priročnik za nabavo, v katerem so načela spoštovanja človekovih pravic preslikana v konkretne ukrepe in cilje. Vsi nabavniki Lidla Slovenija in vodje ključnih oddelkov pri nabavi izdelkov se vsako leto udeležijo internega izobraževanja o trajnostni strategiji.

V poslovnih letih 2022 in 2023 se je šolanja udeležilo 20 zaposlenih.



ANEKS 9: KODEKS RAVNANJA ZA POSLOVNE PARTNERJE

Kot podjetje si prizadevamo, da pri svojem poslovanju kar najbolj omejimo negativni vpliv na okolje in družbo. To previdnostno načelo, zapisano v Deklaraciji o okolju in razvoju iz Ria (UNCED), se izraža v naših korporativnih načelih in v Kodeksu ravnanja za poslovne partnerje podjetij Skupine Schwarz ter je sestavni del našega korporativnega upravljanja.

Za poslovne partnerje smo pripravili izobraževalni video, ki pregledno prikazuje vsebinske poudarke novega kodeksa ravnanja za poslovne partnerje in naša pričakovanja.

S Kodeksom ravnanja za poslovne partnerje podjetij Skupine Schwarz, ki je priloga pogodb s poslovnimi partnerji, le-te že vrsto let zavezuje k spoštovanju načel in standardov, ki veljajo v podjetju. Zaradi nedavne spremembe nemškega zakona o skrbnem pregledu podjetij v dobavnih verigah, smo ob koncu poslovnega leta 2023 kodeks posodobili. Spremembe prinašajo predvsem močnejše vključevanje področij varstva človekovih pravic in varovanja okolja. Izvedli smo šolanje za vse zaposlene, ki sodelujejo v pogodbenih pogajanjih, in s spremembami seznanili poslovodstvo. Novemu kodeksu ravnanja za poslovne partnerje smo ustrezno prilagodili poslovne procese.

Kodeks ravnanja za poslovne partnerje temelji na naslednjih mednarodnih standardih:

- Splošna deklaracija o človekovih pravicah,
- Deset načel globalnega dogovora ZN (UNGC),
- Vodilna načela Združenih narodov o podjetništvu in človekovih pravicah,
- Konvencija ZN o otrokovih pravicah,
- Konvencija ZN o odpravi vseh oblik diskriminacije žensk,
- Smernice OECD za večnacionalna podjetja,
- Temeljni standardi Mednarodne organizacije dela (ILO),
- Pariški sporazum o podnebnih spremembah,
- Mednarodna listina o človekovih pravicah
- Načela opolnomočenja žensk ZN
- Mednarodni standardi dela Mednarodne organizacije dela (ILO)
- Splošna načela in operative smernice za pravično zaposlovanje ter opredelitev pristojbin za zaposlovanje in s tem povezanih stroškov Mednarodne organizacije dela (MOD)
- Minamatska konvencija,
- Stockholmska konvencija in
- Baselska konvencija.

V Lidlu Slovenija zavračamo vsakršno kršitev človekovih in delavskih pravic, kot jih opredeljuje kodeks ravnanja za poslovne partnerje. Posebno pozornost namenjamo spoštovanju človekovih pravic, povezanih z delovnim mestom, ki vključujejo prepoved otroškega dela, prisilnega dela in diskriminacije, zagotavljanje ustreznega plačila, svobode združevanja ter zdravja in varnosti pri delu.

Kodeks ravnanja za poslovne partnerje je sestavni del korporativnega ravnanja družbe. Kršenje pravic zaposlenih ali temeljnih človekovih pravic v kakršnikoli obliki je nezakonito in ga v Lidlu Slovenija ostro zavračamo. Skladnost poslovanja Lidla Slovenija, ki temelji na upoštevanju veljavne zakonodaje in internih smernic, je temeljno načelo družbe. Hkrati so pravice zaposlenih zagotovljene z jasnimi predpisi v kolektivnih pogodbah in/ali zapisi v pogodbah o zaposlitvi.

Kodeks ravnanja za poslovne partnerje podjetij Skupine Schwarz je na voljo na spletni strani družbe.



ANEKS 10: O TRAJNOSTNEM POROČILU

OBDOBJE POROČANJA

To trajnostno poročilo "Trajno delamo sijajno" je tretje trajnostno poročilo Lidla Slovenija. Objavljeno je bilo januarja 2025 in obravnava poslovni leti 2022 in 2023, kar sovпада z obdobjem od 1. 3. 2022 do 29. 2. 2024 (poslovno leto v Lidlu Slovenija traja od 1. marca do 28. oziroma 29. februarja).

CIKEL POROČANJA

Lidl Slovenija objavlja poslovno poročilo enkrat letno, samostojno trajnostno poročilo pa na vsaki dve leti. Podatki, razkriti v trajnostnem poročilu, se nanašajo na stanje konec poslovnega leta, razen kadar je navedeno drugače.

OBSEG RAZKRITIJ

Poročilo obsega podatke za vse trgovine, logistični center in upravo podjetja v Sloveniji.

ZUNANJE PREVERJANJE POROČANJA

Zunanje preverjanje poročanja (omejeno zagotovilo) za bistveno temo Varnost in zdravje pri delu je v skladu z mednarodnim standardom poslov dajanja zagotovil MSZ 3000 opravila revizijska hiša Ernst&Young (Lidl Slovenija za revizijo trajnostnega poročila izbere ponudnika na podlagi razpisa). Ugotovitve so objavljene na strani 143 v poročilu.

Kriterij za izbor teme za zunanje preverjanje je njena pozicija v matriki bistvenosti: tako kot Skupina kot tudi nacionalno imamo na varnost in zdravje pri delu s svojim poslovanjem velik vpliv, hkrati pa tema močno vpliva na naše poslovanje. Odločitvi je botrovala tudi rdeča nit trajnostnega poročila, zaposleni, varnost in zdravje pri delu pa sta na tem področju ključnega pomena.

V postopek revizije so na strani Lidla Slovenija vključena vsebinska področja, ki so odgovorna za posamezno poročano temo. Poslovodstvo družbe v reviziji sodeluje izključno z zagotavljanjem potrebnih povratnih informacij.

SPREMEMBE POROČANJA

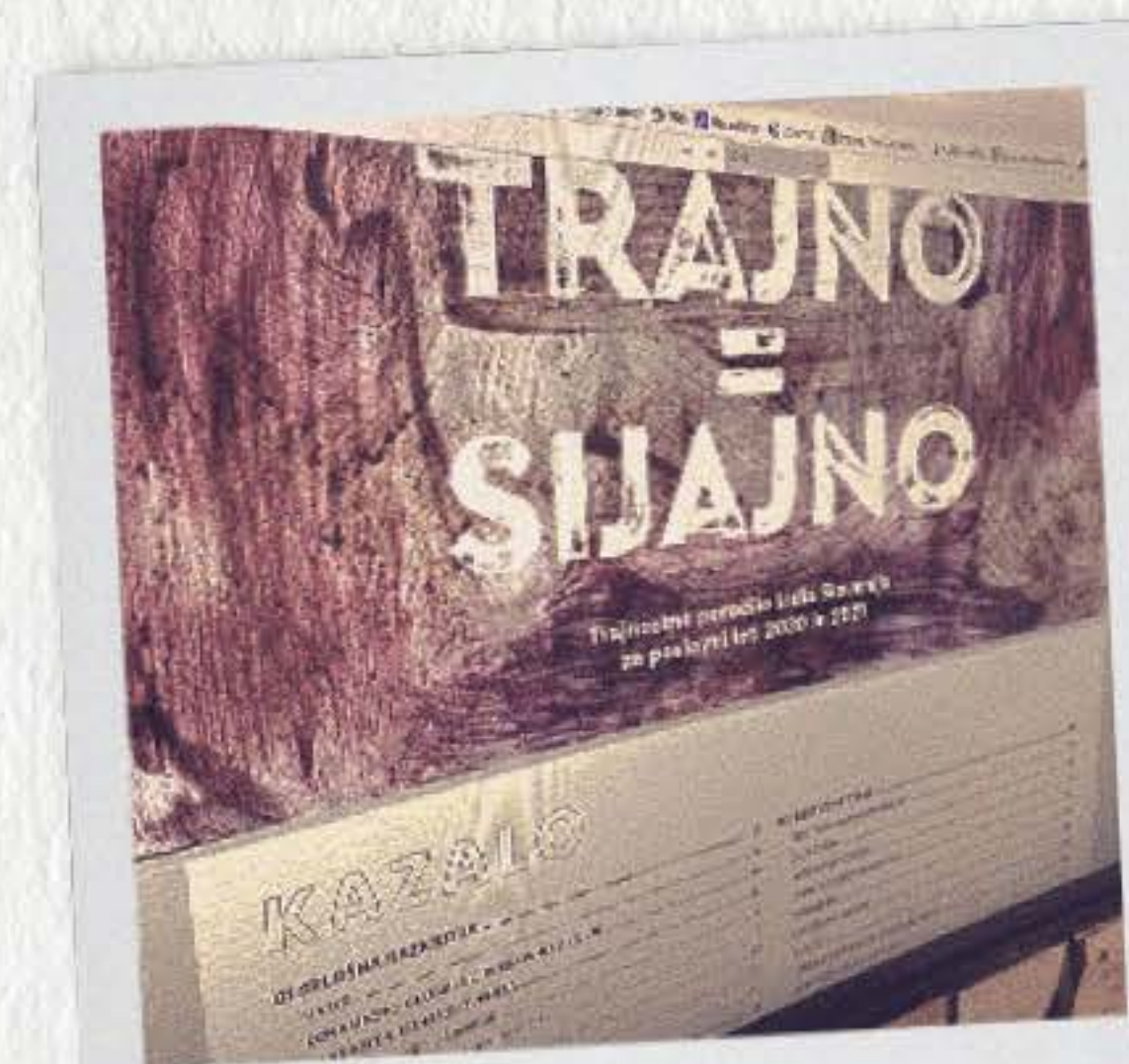
V Lidlu Slovenija trajnostna prizadevanja usmerja enotna trajnostna strategija, ki od leta 2021 poganja trajnostno delovanje podjetij Skupine Schwarz. Na podlagi enotne trajnostne strategije se je posledično preoblikoval t. i. Lidlov model odgovornosti. Prvotni model, ki je temeljil na 41 trajnostnih temah, razdeljenih na 11 področij odgovornosti skozi štiri faze verige vrednosti (vir, dobavna veriga, poslovanje in kupci), je zamenjal nov model odgovornosti s šestimi osrednjimi temami in 17 področji delovanja, ki delujejo skozi tri dimenzije (bolje za planet, boljše za ljudi in boljše zate). Vse spremembe poročanja glede na preteklo poročevalsko obdobje so navedene v kazalu GRI.

KONTAKTNI PODATKI

Lidl Slovenija d.o.o. k.d.
Pod lipami 1, Poslovna cona Žeje pri Komendi
1218 Komenda
Telefon: 01 888 92 72
www.lidl.si

INFORMACIJE O TRAJNOSTNEM DELOVANJU

www.lidl.si
podjetje.lidl.si/nas-trajnostni-razvoj
boljsisvet@lidl.si



12

KAZALO GRI





Standardna razkritja

KAZALNIK IN OPIS		STRAN	OPOMBE	REVIZIJSKI PREGLED
GRI 1: Temelji 2021				
GRI 2: Splošna razkritja 2021	2-1	Podatki o organizaciji	11, 120, 133	
	2-2	Subjekti, vključeni v poročanje organizacije o trajnostnem poslovanju	133	
	2-3	Obdobje poročanja, pogostost in kontaktno mesto	133	
	2-4	Preoblikovanje informacij	V primerjavi s trajnostnim poročilom za poslovni leti 2020 in 2021 na podlagi izsledkov postopka bistvenosti ne poročamo o temah Dobrobit živali in Biotska raznovrstnost. V trajnostno poročilo sta vključeni novi bistveni temi Varnost in zdravje pri delu ter Delavske in človekove pravice. Teme Korporativno državljanstvo, Lokalni razvoj in Lokalni izdelki, ki smo jih v preteklem trajnostnem poročilu poročali samostojno, so združene v skupni temi Aktivno državljanstvo in lokalni razvoj.	
	2-5	Zunanje preverjanje poročila	133	
	2-6	Dejavnosti, veriga vrednosti in drugi poslovni odnosi	11, 77, 79, 120	
	2-7	Zaposleni	11, 120, 122-123 Zaradi majhnosti Slovenije ne zbiramo podatkov po regijah. V Lidlu Slovenija nimamo delavcev brez redne zaposlitve v podjetju, ki bi opravljali pomemben delež dejavnosti podjetja. V Lidlu Slovenija ne zaznavamo pomembnejših nihanj na področju kadrov. Podatki so zbrani za Lidl Slovenija. Osebe, zaposlene za 36 ali 40 ur, predstavljajo zaposlene za polni delovni čas. Osebe, zaposlene za manj kot 36 ur, so zaposleni za krajši delovni čas.	
	2-8	Delavci, ki niso zaposleni	V poslovni proces Lidla Slovenija so vključene tudi osebe, ki niso neposredno zaposlene v družbi Lidl Slovenija. V skladu s korporativnimi načeli podjetja začasne zunanje delavce obravnavamo enako kot zaposlene. Da bi zagotovili pravno skladnost, v okviru internega programa CMS poskrbimo tudi za to, da zaposlitvene agencije oziroma študentski servisi dosledno izpolnjujejo zahteve delovne zakonodaje. V to skupino med drugim sodijo začasni agencijski delavci, ki jih je bilo konec poslovnega leta 2022 šest, konec poslovnega leta 2023 pa jih nismo imeli. Druge v poslovni proces vključene osebe v tej kategoriji so tudi študenti in upokojenici, ki posamezne naloge v delovnem procesu opravljajo kot pomoč zaposlenim v družbi Lidl Slovenija (npr. zlaganje prodajnega blaga, delo na blagajni, administrativna pomoč, pomoč pri komisioniranju ipd.). Ob koncu poslovnega leta 2022 so v Lidlu Slovenija delali 304 študenti, ob koncu poslovnega leta 2023 pa 366 študentov. V poslovnem letu 2022 nismo sodelovali z upokojenimi delavci, v poslovnem letu 2023 pa smo sodelovali z enim upokojenim delavcem. Pri vodenju začasnih zunanjih sodelavcev uporabljamo enako metodologijo kot pri redno zaposlenih delavcih. Za njih npr. prav tako poteka planiranje znotraj kadrovske strukture, vodimo jih v internem sistemu. V poslovne procese vključujemo tudi dijake na praksi kot del njihovega izobraževalnega kurikulumu. Z njimi sodelujemo na podlagi tripartitne pogodbe, ki je sklenjena med dijakom, podjetjem in izobraževalno ustanovo.	
	2-9	Upravljavska struktura	124 Članica posloводства je članica upravnega odbora Trgovinske zbornice Slovenije. Predstavnik delničarjev ni vključen v poslovodstvo družbe.	
	2-10	Izbor in imenovanje najvišjega organa upravljanja	Načina izbora in imenovanja najvišjega vodstva podjetja zaradi zaupne narave informacij ne razkrivamo.	
	2-11	Predsednik najvišjega organa upravljanja	124	
	2-12	Vloga najvišjega organa upravljanja pri nadzorovanju obvladovanja vplivov	124	
	2-13	Prenos odgovornosti za obvladovanje vplivov	124	
	2-14	Vloga najvišjega organa upravljanja pri trajnostnem poročanju	124	



KAZALNIK IN OPIS	STRAN	OPOMBE	REVIZIJSKI PREGLED
2-15 Nasprotja interesov		V kolikor člani posloводства Lidla Slovenija opravljajo funkcije v upravnih odborih drugih družb in združenj, so skladno s sistemom skladnosti poslovanja CMS dolžni zagotoviti, da ne pride do konflikta interesov in takšno funkcijo tudi transparentno razkriti. Enako velja za razkritje lastniških deležev po ZGD-1. Sistem skladnosti poslovanja prav tako prepoveduje kakršnokoli ravnanje zaposlenih, ki predstavlja konflikt interesov v odnosih z deležniki družbe. Skladnost poslovanja s sistemom CMS spremlja področje Pravo/Compliance. Za posamezne primere kršenja sistema CMS velja pravilo prepoznavanja in razjasnitve domnevnih kršitev ter primerno sankcioniranje.	
2-16 Komuniciranje ključnih pomislekov		Podatki, ki so podlaga za to razkritje, so družbi Lidl Slovenija na voljo le v omejenem obsegu. Preučujemo možnost konsolidiranega zbiranja podatkov in zagotavljanja njihove kakovosti za poročanje v prihodnosti.	
2-17 Kolektivno znanje najvišjega organa upravljanja	124		
2-18 Ocena uspešnosti najvišjega organa upravljanja		Podatkov o oceni uspešnosti najvišjega organa upravljanja zaradi zaupne narave informacij ne razkrivamo.	
2-19 Politike nagrajevanja		Politike prejemkov članov najvišjega organa upravljanja in vodstvenih delavcev zaradi zaupne narave informacij ne razkrivamo.	
2-20 Postopek določanja nagrad		Plačni sistem v Lidlu Slovenija je oblikovan v skladu s kadrovsko strategijo podjetja in temelji na doslednem upoštevanju veljavnih zakonov in predpisov. Plačilo zaposlenih za opravljeno delo opredelimo glede na naloge in odgovornosti delovnega mesta, vsebino dela in dogovorjene pogodbene ure. V procesu določanja plač redno skrbimo za ovrednotenje delovnih mest po enotnem standardiziranem postopku. Pri zasnovi plačne strukture se naslanjamo tudi na konkurenčne primerjalne analize na trgu dela v slovenskem prostoru. Kot odgovoren delodajalec zaposlenim zagotavljamo plačilo, ki je višje od povprečja v trgovski panogi, najnižja plača v podjetju pa presega zakonsko določeno minimalno plačo.	
2-21 Letno skupno razmerje nadomestil		Letnega nadomestila posloводства zaradi zaupne narave podatkov ne razkrivamo.	
2-22 Izjava o strategiji trajnostnega razvoja	10		
2-23 Zaveze v skladu s politikami organizacije	129-130, 132		
2-24 Vključevanje zavez, skladnih s politikami organizacije	131		
2-25 Procesi za odpravljanje negativnih vplivov	129-130		
2-26 Mehanizmi za iskanje nasvetov in izražanje pomislekov	129-130		
2-27 Skladnost z zakonodajo in predpisi		Področja skladnosti z zakonodajo zaradi zaupne narave podatkov ne razkrivamo.	
2-28 Članstvo v organizacijah	121		
2-29 Pristop k vključevanju deležnikov	125-126	Skupina Lidl je opredelila ključne deležnike za celotno Skupino.	
2-30 Kolektivne pogodbe	123	Vsi zaposleni v Lidlu Slovenija so bili v poročevalskem obdobju vključeni v kolektivno pogodbo, pri čemer so lahko s pogodbo o zaposlitvi za poslovodne osebe, prokuriste in vodilne delavce posamezna razmerja, pravice, dolžnosti ali odgovornosti urejene drugače. Sodelujemo tudi z osebami, ki so udeležene v delovnem procesu, a z Lidlom Slovenija nimajo sklenjenega delovnega razmerja (npr. agencijski delavci, študenti, dijaki na praksi, upokojeanci). Tovrstno sodelovanje temelji na upoštevanju zakonskih zahtev v skladu z zavezujočo kolektivno pogodbo in drugimi veljavnimi predpisi.	
Upravljanje bistvenih tem			
GRI 3: Bistvene teme 2021	3-1	Postopek določanja bistvenih tem	127-128
	3-2	Seznam bistvenih tem	22, 128
	3-3	Upravljanje bistvenih tem	
		V primerjavi s trajnostnim poročilom za poslovni leti 2020 in 2021 na podlagi izsledkov postopka bistvenosti ne poročamo o temah Dobrobit živali in Biotska raznovrstnost. V trajnostno poročilo sta vključeni novi bistveni temi Varnost in zdravje pri delu ter Delavske in človekove pravice. Teme Korporativno državljanstvo, Lokalni razvoj in Lokalni izdelki, ki smo jih v preteklem trajnostnem poročilu poročali samostojno, so združene v skupni temi Aktivno državljanstvo in lokalni razvoj.	

Bistvene teme

VAROVANJE PODNEBJA

Podnebje (1,5 °C)



7.2, 7.3



13.2

KAZALNIK IN OPIS		STRAN	OPOMBE	REVIZIJSKI PREGLED
GRI 3: Bistvene teme 2021	3-3	Upravljanje bistvenih tem	25-28, 30-33	
GRI 201: Ekonomska uspešnost 2016	201-2	Finančne posledice ter druga tveganja in priložnosti zaradi podnebnih sprememb		Informacij, povezanih s temi navedbami, zaradi slabe kakovosti podatkov ne poročamo.
GRI 203: Posredni gospodarski vplivi 2016	203-1	Naložbe v infrastrukturo in podpora storitvam	32	
GRI 302: Energija 2016	302-1	Poraba energije v organizaciji	31	
	302-2	Poraba energije zunaj organizacije		Informacije so poslovna skrivnost in jih zato ne razkrivamo.
	302-3	Energetska intenzivnost	31	
	302-4	Zmanjšanje porabe energije	32	
	302-5	Zmanjšanje energetske potrebe za izdelke in storitve	33	
GRI 305: Izpusti 2016	305-1	Neposredni izpusti toplogrednih plinov (GHG) - obseg 1	28-29	Prvi izračun ogljičnega odtisa za obseg 1 smo v Skupini Lidl izvedli za poslovno leto 2019, ki predstavlja izhodiščno leto. Vrednost izračuna izpustov obsega 1 je znotraj 10 % izpustov preteklega poslovnega leta. Izračun ogljičnega odtisa sledi seriji standardov protokola o toplogrednih plinih: GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard (Scope 1+2) in GHG Protocol Scope 2 Guidance. Izračun vključuje toplogredne pline CO ₂ , CH ₄ , N ₂ O, HFCs, PFCs in SF ₆ . Biogenih izpustov CO ₂ v Lidlu Slovenija nimamo.
	305-2	Energijski neposredni izpusti toplogrednih plinov (GHG) - obseg 2	27-29	Prvi izračun ogljičnega odtisa za obseg 2 smo v Skupini Lidl izvedli za poslovno leto 2019, ki predstavlja izhodiščno leto. Vrednost izračuna izpustov obsega 2 je znotraj 10 % izpustov preteklega poslovnega leta. Izračun ogljičnega odtisa sledi seriji standardov protokola o toplogrednih plinih: GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard (Scope 1+2) in GHG Protocol Scope 2 Guidance. Izračun vključuje toplogredne pline CO ₂ , CH ₄ , N ₂ O, HFCs, PFCs in SF ₆ . Izpuste obsega 2 izračunavamo po lokacijskem in tržnem pristopu. Biogenih izpustov CO ₂ v Lidlu Slovenija nimamo.
	305-3	Drugi posredni izpusti toplogrednih plinov (GHG) - obseg 3	28-29, 32	Prvi izračun ogljičnega odtisa za obseg 3 smo v Skupini Lidl izvedli za poslovno leto 2019, ki predstavlja izhodiščno leto. Izračun ogljičnega odtisa sledi standardom protokola o toplogrednih plinih GHG Protocol Corporate Value Chain Accounting and Reporting Standard (Scope 3). Izračun vključuje toplogredne pline CO ₂ , CH ₄ , N ₂ O, HFCs, PFCs in SF ₆ . V Lidlu Slovenija spremljamo osem kategorij izpustov obsega 3. Preostale kategorije izpustov obsega 3 za Lidl Slovenija niso relevantne. Biogenih izpustov CO ₂ v Lidlu Slovenija nimamo.
	305-4	Intenzivnost izpustov toplogrednih plinov (GHG)	29	Intenzivnost izpustov obsegov 1 in 2 izračunavamo na podlagi površine poslovnih prostorov (m ²) in števila zaposlenih. Izračun vključuje toplogredne pline CO ₂ , CH ₄ , N ₂ O, HFCs, PFCs in SF ₆ . Za izračun intenzivnosti izpustov pri poslovanju (obsega 1 in 2) upoštevamo tržni pristop obsega 2.
	305-5	Zmanjšanje izpustov toplogrednih plinov (GHG)	27, 29-30	Prvi izračun ogljičnega odtisa smo v Skupini Lidl izvedli za poslovno leto 2019, ki predstavlja izhodiščno leto. Izračun ogljičnega odtisa sledi seriji standardov protokola o toplogrednih plinih: GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard (Scope 1+2), GHG Protocol Corporate Value Chain Accounting and Reporting Standard (Scope 3) in GHG Protocol Scope 2 Guidance. Vključuje toplogredne pline CO ₂ , CH ₄ , N ₂ O, HFCs, PFCs in SF ₆ . Skupne emisije obsega 1 in 2 so znotraj 10 % izpustov preteklega poslovnega leta.

VARSTVO VIROV
Surovine


2.4



12.2

KAZALNIK IN OPIS
STRAN
OPOMBE
**REVIZIJSKI
PREGLED**

GRI 3: Bistvene teme 2021 3-3 Upravljanje bistvenih tem

35-40

Krožno gospodarstvo


12.2, 12.5

KAZALNIK IN OPIS
STRAN
OPOMBE
**REVIZIJSKI
PREGLED**

GRI 3: Bistvene teme 2021 3-3 Upravljanje bistvenih tem 42-49, 51

GRI 301: Materiali 2016 301-1 Uporabljeni materiali po teži in prostornini 46-47

301-2 Uporabljeni reciklirani materiali 48 Kvantitativnih podatkov, ki jih narekuje smernica, nam v poročevalskem obdobju ni uspelo pridobiti, zato smo uporabo recikliranih vhodnih materialov opisali kvalitativno. Na področju pridobivanja podatkov sistemsko delamo.

301-3 Predelani izdelki in njihovi embalažni materiali 48

GRI 306: Odpadki 2020 306-1 Ustvarjanje odpadkov in znatni vplivi v zvezi z odpadki 49

306-2 Obvladovanje znatnih vplivov v zvezi z odpadki 49

306-3 Ustvarjeni odpadki 49

306-4 Odpadki, preusmerjeni iz deponiranja 49

306-5 Deponirani odpadki 50

Odpadna hrana



2.1



12.2, 12.3

KAZALNIK IN OPIS			STRAN	OPOMBE	REVIZIJSKI PREGLED
GRI 3: Bistvene teme 2021	3-3	Upravljanje bistvenih tem	53-59		
Lidlova tema: Zagotavljanje odgovornega ravnanja z odpadno hrano			53-59	Obseg donacij v projektu Donirana hrana je za poslovni leti 2020 in 2021 skupaj znašal 381 ton. Konec poslovnega leta 2020 je bilo v projekt Donirana hrana vključenih 25 trgovin, konec poslovnega leta 2021 pa 34. Obseg donacij prazničnih izdelkov Favorina je za poslovni leti 2020 in 2021 skupaj znašal 4,5 tone.	

POŠTENO RAVNANJE

Delavske in človekove pravice



8.7, 8.8



10.2, 10.3



16.b

KAZALNIK IN OPIS			STRAN	OPOMBE	REVIZIJSKI PREGLED
GRI 3: Bistvene teme 2021	3-3	Upravljanje bistvenih tem	62-68		
GRI 401: Zaposlovanje 2016	401-3	Starševski dopust	66		
GRI 402: Odnosi med poslovodstvom in zaposlenimi 2016	402-1	Minimalni roki za izdajo obvestil v zvezi z operativnimi spremembami		V Lidlu Slovenija ne deluje reprezentativni sindikat, zato predstavniki sindikata v skladu z zakonom ne sodelujejo pri spremembah ali sprejemanju splošnih aktov. Zaposleni so v skladu z zakonom o vsebini predloga obveščeni pred sprejetjem akta.	
GRI 407: Svoboda združevanja in kolektivna pogajanja 2016	407-1	Dejavnosti in dobavitelji, pri katerih je morda prisotno tveganje za pravico do združevanja in kolektivna pogajanja	63, 65		
GRI 408: Otroško delo 2016	408-1	Dejavnosti in dobavitelji, izpostavljeni znatnemu tveganju za pojav otroškega dela	63, 65		
GRI 409: Prisilno ali obvezno delo 2016	409-1	Dejavnosti in dobavitelji, izpostavljeni znatnemu tveganju za pojav prisilnega ali obveznega dela	63, 65		
GRI 414: Družbena ocena dobaviteljev 2016	414-2	Negativni družbeni vplivi v dobavni verigi in sprejeti ukrepi	63-64	Kvantitativnih podatkov, ki jih narekuje smernica, nam v poročevalskem obdobju ni uspelo pridobiti, zato smo naš negativni vpliv na dobavno verigo ter ukrepe za njihovo omejitev opisali kvalitativno. Na področju pridobivanja podatkov sistemsko delamo.	
Lidlova tema: Prispevek podjetja k lažjem usklajevanju poklicnega in zasebnega življenja zaposlenih			67-68		

Plačilo



8.5, 8.8



10.2

KAZALNIK IN OPIS			STRAN	OPOMBE	REVIZIJSKI PREGLED
GRI 3: Bistvene teme 2021	3-3	Upravljanje bistvenih tem	70-73		
GRI 201: Ekonomska uspešnost 2016	201-3	Načrt dodatnega pokojninskega zavarovanja in druge dodatne bonitete	71	Vseh kvantitativnih podatkov, ki jih narekuje smernica, nam v poročevalskem obdobju ni uspelo pridobiti, zato o obveznostih, vezanih na pokojninski načrt, poročamo omejeno. Na področju pridobivanja podatkov sistemsko delamo.	
GRI 202: Prisotnost na trgu 2016	202-1	Standardna izhodiščna plača v odnosu do zakonsko določene lokalne minimalne plače glede na spol	72	Pomembno lokacijo delovanja predstavlja družba Lidl Slovenija.	
GRI 405: Raznolikost in enake možnosti 2016	405-2	Razmerje med osnovno plačo in plačilom žensk ter osnovno plačo in plačilom moških	72-73	Pomembno lokacijo delovanja predstavlja družba Lidl Slovenija. Podatki za GPG in BGGP za trgovsko panogo in za Slovenijo niso na voljo.	

Aktivno državljanstvo in lokalni razvoj*



2.3



8.3



10.2



12.7



17.17

KAZALNIK IN OPIS			STRAN	OPOMBE	REVIZIJSKI PREGLED
GRI 3: Bistvene teme 2021	3-3	Upravljanje bistvenih tem	75-85	V poročevalskem obdobju smo izvedli izračune, vezane na izvoz izdelkov, na posodobljeni bazi podatkov višje kakovosti. V skladu s tem sta spremenjeni vrednosti izvoza ob koncu poročevalskega obdobja 2021, s katerima primerjamo letošnje rezultate, in sicer: - 28 držav, v katere smo izvažali izdelke prek Lidla Slovenija in - 11,3 % izvoženih izdelkov dobaviteljev Lidla Slovenija.	
GRI 201: Ekonomska uspešnost 2016	201-1	Ustvarjena in porazdeljena neposredna ekonomska vrednost	82		
GRI 203: Posredni gospodarski vplivi 2016	203-1	Naložbe v infrastrukturo in podpora storitvam	76		
GRI 204: Nabavne prakse 2016	204-1	Delež sredstev za plačilo lokalnim dobaviteljem	78		
GRI 417: Marketing in označevanje 2016	417-1	Zahteve glede informacij o izdelkih in storitvah ter njihovega označevanja	76		

* Nebistvena tema



PROMOCIJA ZDRAVJA

Ozaveščeno prehranjevanje



KAZALNIK IN OPIS	3.d	12.7	STRAN	OPOMBE	REVIZIJSKI PREGLED
GRI 3: Bistvene teme 2021	3-3	Upravljanje bistvenih tem	87, 89-94		
GRI 416: Zdravje in varnost kupcev 2016	416-2	Primeri neskladnosti glede vplivov izdelkov ali storitev na zdravje in varnost kupcev	89-90		
G4 Razkritja po sektorjih: Standardi pri predelavi živil, Trajnostni izdelki	FP5	Odstotek obsega proizvodnje na lokacijah, ki jih je certificirala neodvisna tretja stranka v skladu z mednarodno priznanim sistemom zagotavljanja varne hrane	88	Certificirani lokalni dobavitelji Lidla Slovenija imajo certifikat IFS. Certifikat je vezan na dobavitelja, ne na posamezne izdelke, zato v trajnostnem poročilu predstavljamo podatke o deležu certificiranih lokalnih dobaviteljev, ne izdelkov.	
Lidlova tema: Informacije o sestavinah in hranilni vrednosti		Zagotavljanje razumljivih in celovitih informacij o sestavinah in hranilni vrednosti	90-95		
Lidlova tema: Sledljivost		Sledljivost proizvodnje izdelkov	90, 92-95		
Lidlova tema: Ozaveščanje kupcev		Spodbujanje odgovornih nakupnih vzorcev z ozaveščanjem in usposabljanjem	90, 92-95		

Varnost in zdravje pri delu



KAZALNIK IN OPIS	3.8	8.8	STRAN	OPOMBE	REVIZIJSKI PREGLED
GRI 3: Bistvene teme 2021	3-3	Upravljalni pristop	99-104		✓
GRI 403: Varnost in zdravje pri delu 2018	403-1	Sistem upravljanja varnosti in zdravja pri delu	100		✓
	403-2	Prepoznanje nevarnosti, ocena tveganja in preiskava nesreč	100, 102		✓
	403-3	Storitve medicine dela	101-102		✓
	403-4	Sodelovanje delavcev, svetovanje in ozaveščanje o varnosti in zdravju pri delu	102	V Lidlu Slovenija ne deluje reprezentativni sindikat, zato tudi ni vključen v aktivnosti zagotavljanja varnosti in zdravja pri delu.	✓
	403-5	Usposabljanje delavcev s področja varnosti in zdravja pri delu	102		✓
	403-6	Spodbujanje zdravja delavcev	101, 103-104		✓
	403-7	Preprečevanje in zmanjševanje vplivov na varnost in zdravje pri delu, ki so neposredno povezani s poslovnimi odnosi		S Kodeksom ravnanja za poslovne partnerje podjetij Skupine Schwarz zavezujejo poslovne partnerje k spoštovanju človekovih pravic, okoljskih zahtev in drugih pravnih okvirov. Tveganja na področju varnosti pri delu opredeljujemo z revizijami družbenega vpliva (npr. BSCI) in analizami vpliva na človekove pravice (HRIA). Pri nakupu surovin se naslanjamo na priznane mednarodne certifikate in s tem zmanjšujemo tveganja kršitev človekovih in delavskih pravic v dobavni verigi.	✓
	403-8	Delavci, vključeni v sistem upravljanja varnosti in zdravja pri delu	100	V Lidlu Slovenija ne izvajamo zunanjih preverjanj sistema varnosti in zdravja pri delu.	✓
	403-9	Poškodbe pri delu		Zaradi občutljive narave podatkov o poškodbah pri delu teh ne razkrivamo.	✓
	403-10	Poklicne bolezni		Zaradi občutljive narave podatkov o boleznih/obolenjih, povezanih z delom, teh ne razkrivamo.	✓

KREPITEV DIALOGA

Opolnomočenje



4.3, 4.4, 4.7



12.8

KAZALNIK IN OPIS			STRAN	OPOMBE	REVIZIJSKI PREGLED
GRI 3: Bistvne teme 2021	3-3	Upravljanje bistvenih tem	106-118		
GRI 404: Usposabljanje in izobraževanje 2016	404-1	Povprečno število ur izobraževanja letno na zaposlenega	110		
	404-2	Programi za nadgradnjo kompetenc zaposlenih	107-110	Ob odhodu iz podjetja z odhajajočim ob njegovi privolitvi izvedemo izhodni intervju o njegovi izkušnji na delovnem mestu ter izkušnji s podjetjem.	
	404-3	Delež zaposlenih, ki so vključeni v redno ocenjevanje delovne uspešnosti	108		
Lidlova tema: Opolnomočenje zaposlenih		Ozaveščanje in usposabljanje zaposlenih o trajnostnih temah	111-112		
Lidlova tema: Ozaveščanje kupcev		Spodbujanje odgovornih nakupnih vzorcev z ozaveščanjem in usposabljanjem	113-118		

13



REVIZORJEVO POROČILO





Building a better
working world

Poročilo neodvisnega revizorja - omejeno zagotovilo o predmetni zadevi in veljavnih sodilih

Poslovodstvu družbe Lidl Slovenija d.o.o. k.d.

Obseg

Poročilo je namenjeno izključno poslovodstvu družbe Lidl Slovenija d.o.o. k.d. (v nadaljnjem besedilu: družba) na podlagi pogodbe, sklenjene dne 23. oktober 2024, za namen poročanja o kazalnikih v okviru GRI 403-1 Sistem upravljanja varnosti in zdravja pri delu, GRI 403-2 Prepoznavanje nevarnosti, ocena tveganja in preiskava nesreč, GRI 403-3 Storitve medicine dela, GRI 403-4 Sodelovanje delavcev, svetovanje in ozaveščanje o varnosti in zdravju pri delu, GRI 403-5 Usposabljanje delavcev s področja varnosti in zdravja pri delu, GRI 403-6 Spodbujanje zdravja delavcev, GRI 403-7 Preprečevanje in zmanjševanje vplivov na varnost in zdravje pri delu, ki so neposredno povezani s poslovnimi odnosi in GRI 403-8 Delavci, vključeni v sistem upravljanja varnosti in zdravja pri delu («predmetna zadeva»), v okviru Trajnostnega poročila Lidl Slovenija za poslovni leti 2022 in 2023 («Trajnostno poročilo») v skladu s standardi GRI.

Nismo izvajali nobenih postopkov glede drugih informacij, vključenih v Trajnostno poročilo, razen navedenih v prejšnjem odstavku, in ne izražamo revizorjevega zagotovila glede teh informacij.

Informacije o predmetni zadevi in veljavna sodila

Posel dajanja zagotovil se nanaša na naslednje predmetne zadeve, za katere veljajo spodnja sodila:

- Sistem upravljanja varnosti in zdravja pri delu v skladu z GRI 403-1;
- Prepoznavanje nevarnosti, ocena tveganja in preiskava nesreč v skladu z GRI 403-2;
- Storitve medicine dela v skladu z GRI 403-3;
- Sodelovanje delavcev, svetovanje in ozaveščanje o varnosti in zdravju pri delu v skladu z GRI 403-4;
- Usposabljanje delavcev s področja varnosti in zdravja pri delu v skladu z GRI 403-5;
- Spodbujanje zdravja delavcev v skladu z GRI 403-6;
- Preprečevanje in zmanjševanje vplivov na varnost in zdravje pri delu, ki so neposredno povezani s poslovnimi odnosi v skladu z GRI 403-7 in
- Delavci, vključeni v sistem upravljanja varnosti in zdravja pri delu v skladu z GRI 403-8.

Poseben namen

Poročilo je namenjeno izključno za v prvem odstavku opredeljene namene in za vašo informacijo ter ga ni dovoljeno uporabiti za druge namene ali posredovati drugim prejemnikom. Poročilo se nanaša izključno na Trajnostno poročilo in se ga ne sme razumeti v povezavi s katerikoli računovodskimi izkazi družbe kot celote.

Odgovornost poslovodstva za poročilo

Poslovodstvo je odgovorno za izbor sodil in predstavitev predmetne zadeve v skladu s sodili, v vseh pomembnih pogledih, in za tako notranje kontroliranje, kot je potrebno v skladu z odločitvijo poslovodstva, da omogoči pripravo predmetne zadeve na način, da ne vsebujejo pomembno napačne navedbe zaradi prevare ali napake.



Building a better
working world
Revizorjeva odgovornost

Naša odgovornost je, da izrazimo sklep o omejenem zagotovitju za predmetno zadevo na podlagi postopkov, ki smo jih opravili, in dokazov, ki smo jih pridobili.

Naš posel dajanja omejenega zagotovila smo opravili v skladu s Prenovljenim mednarodnim standardom dajanja zagotovil 3000 – Posel dajanja zagotovil razen revizij ali preiskav računovodskih informacij iz preteklosti (MSZ 3000 (Prenovljen)), ki ga je izdal Odbor za Mednarodne standarde revidiranja in dajanja zagotovil. Ta standard zahteva, da posel načrtujemo in izvajamo tako, da pridobimo omejeno zagotovilo o tem, da nismo opazili ničesar, zaradi česar bi verjeli, da Trajnostno poročilo glede predmetne zadeve vsebuje pomembno napačne navedbe, vse ob upoštevanju opredeljenih sodil v nadaljevanju.

Prepričani smo, da so pridobljeni dokazi zadostni in ustrezni kot podlaga za naše zaključke z omejenim zagotovitvom.

Naša neodvisnost in obvladovanje kakovosti

Delovali smo v skladu z zahtevami glede neodvisnosti in etičnimi zahtevami Mednarodnega kodeksa etike za računovodske strokovnjake (vključno z Mednarodnimi standardi neodvisnosti), ki ga je izdal Odbor za mednarodne standarde etike za računovodske strokovnjake (International Ethics Standards Board for Accountants). Kodeks je zasnovan na temeljnih načelih integritete, objektivnosti, strokovne usposobljenosti in dolžne skrbnosti, zaupnosti ter strokovnega vedenja.

Naše podjetje deluje v skladu z Mednarodnimi standardi obvladovanja kakovosti (MSUK 1) in skladno z njimi vzdržuje celovit sistem obvladovanja kakovosti, vključno z dokumentiranimi politikami in postopki glede skladnosti z etičnimi zahtevami, poklicnimi standardi in veljavnimi pravnimi ter regulativnimi zahtevami.

Povzetek opravljenega dela

Narava, časovni raspored in obseg postopkov, ki se izvajajo pri poslu dajanja omejenega zagotovila, so v primerjavi s tistimi, ki so potrebni pri poslu dajanja razumnega zagotovila, omejeni. Posledično je raven zanesljivosti, pridobljena pri poslu dajanja omejenega zagotovila, nižja.

Izbrani postopki so odvisni od revizorjeve presoje. Ti postopki vključujejo zlasti poizvedovanje pri osebj, ki je odgovorno za poročanje in obvladovanje tveganj, ter dodatne postopke za pridobitev dokazov o predmetni zadevi.

Čeprav smo upoštevali učinkovitost notranjih kontrol pri določanju narave in obsega naših postopkov, pregled ni bil zasnovan za zagotavljanje zagotovil o notranjih kontrolah.

Naši postopki niso vključevali testiranja kontrol ali izvajanja postopkov v zvezi z relevantnimi IT sistemi.

V povezavi z zgoraj opredeljeno zadevo smo izvedli predvsem naslednje postopke:

1. Pridobili smo razumevanje notranjega kontroliranja družbe ter procesov in sistemov, ki so bili vzpostavljeni za pripravo 8 kazalnikov GRI 403 1-8 v okviru Trajnostnega poročila.
2. S prejeto dokumentacijo, ki nam jo je posredovala družba, smo na izbranem vzorcu uskladili kazalnike GRI 403 1-8 predstavljene v Trajnostnem poročilu.
3. Prebrali smo Trajnostno poročilo in preverili skladnost predstavitve kazalnikov GRI 403 1-8.



Building a better
working world
Revizorjev sklep

Na podlagi opravljenih postopkov in pridobljenih dokazov potrjujemo, da nismo opazili ničesar, zaradi česar bi verjeli, da kazalniki, poročani v skladu z GRI 403 1-8 v okviru Trajnostnega poročila z dne 29. februar 2024 niso, v vseh pomembnih pogledih, skladni z veljavnim sodili.

20. januar 2025

Sanja Košir Nikašinovič, Partner

Marša Vošinek, Pooblaščenka revizorka

Priloga: Trajnostno poročilo

ERNST & YOUNG
Revizija, poslovno
svetovanje d.o.o., Ljubljana 1