

PREGLED TRAJNOSTNIH CILJEV IN UKREPOV LIDLA SLOVENIJA				
Osrednja tema	Cilji	Ukrepi	Koraki v poslovnem letu 2024	Realizacija ob koncu poslovnega leta 2024
Varovanje podnebja	Družbe Skupine Lidl smo si zadale cilj, da bomo do leta 2030 zmanjšale izpuste toplogrednih plinov: a) v obsegih 1 in 2 za 70 % (v primerjavi z izhodiščnim letom 2019), b) v obsegu 3 za: -42 % na področju kmetijstva, gozdarstva in druge rabe zemljišč (t. i. izpuste »FLAG«) in - 35 % na področju energetike in industrije (t. i. izpuste »E+I«) (v primerjavi z letom 2022).	Letno bomo na ravni Skupine popisovali in verificirali izpuste CO2e, ki se nanašajo na poslovanje Lidla Slovenija.	Ob koncu poslovnega leta 2024 se je obseg izpustov iz poslovanja glede na preteklo poslovno leto povečal za 57,47 % in je znašal 3.385,83 tCO2e. V primerjavi z izhodiščnim letom 2019 je znašalo znižanje izpustov obsegov 1 in 2 ob koncu poslovnega leta 2024 72,68 %, kar presega zastavljen cilj redukcije do leta 2030 (-70 %).	****
		Sončne elektrarne na strehah objektov in na nadstreških za avtomobile bomo nameščali na samostojne lastniške objekte in/ali parkirišča (nove in modernizirane, pri katerih bomo posegali v konstrukcijo objektov), kjer bo to tehnično izvedljivo.	Ob koncu poslovnega leta 2024 je v primerjavi s preteklim poslovnim letom obratovalo 11 dodatnih sončnih elektrarn. Ob koncu poslovnega leta 2024 smo imeli skupaj 24 obratujočih sončnih elektrarn na lastniških trgovinah in eno na logističnem centru (38 % lastniških objektov).	****
		V sklopu novogradenj in modernizacij trgovin bomo strmeli k vgrajevanju toplotnih črpalk, kjer bodo za to zagotovljeni ustrezni pogoji.	Ob koncu poslovnega leta 2024 smo imeli 59 trgovin z vgrajeno toplotno črpalko.	***
		Z optimizacijo logističnih poti, skladiščnih procesov in sistema naročanja bomo tudi nadalje zagotavljali vsaj 96-% povprečno izkoriščenost tovornih vozil.	Povprečna izkoriščenost tovornih vozil v poslovnem letu 2024 je znašala 97 %.	*****
		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.	Ob koncu poslovnega leta 2024 je vozni park Lidla Slovenija obsegal 9 % službenih in 22 % oddelčnih vozil na električni pogon.	**
		Od konca poslovnega leta 2022 za dostavo v trgovine v mestnih središčih uvajamo manjša dostavna vozila.	V poslovnem letu 2024 smo testirali uvedbo manjšega dostavnega vozila na električni pogon, ki ga bomo uvedli v poslovnem letu 2025.	***
		V poslovnem letu 2024 bomo za dostave v trgovine uvedli prvi električni polpriklonnik. S tem bomo na letni ravni prihranili pribl. 10.000l goriva in zmanjšali izpuste CO2 za vsaj 20 tCO2e.	Dostavo z novo pridobljenim električnim priklonnikom smo uvedli oktobra 2024.	*****
		V poslovnem letu 2025 bomo skupaj s poslovnim partnerjem Radenska Adriatic uvedli prvo linijo brezemisijskega transporta v Sloveniji.	V poslovnem letu 2024 smo s partnerjem Radenska Adriatic sklenili dogovor za transport z električnim tovornjakom na redni dnevni liniji med proizvodno lokacijo partnerja in logističnim centrom Lidla Slovenija v Arji vasi. Uvedbo načrtujemo v poslovnem letu 2025.	****
		V trgovinah bomo z nadzornim sistemom GLT tudi nadalje sistematično spremljali in analizirali: - porabo električne energije, - porabo plina za ogrevanje prostorov, - porabo pri daljinskem ogrevanju, - proizvodnjo in porabo lastne elektrike s sončnimi elektrarnami.	V poslovnem letu 2024 smo kontinuirano spremljali porabo energije in s tem izboljševali energetske učinkovitost trgovin.	****
		Na ravni Skupine Lidl smo v poslovnem letu 2023 začeli uvajati projekt združitve vseh naprav (prezračevanje, elektrika, hladilniki, sončne elektrarne) v platformo IoT, ki omogoča nadzor nad njihovima porabo in delovanjem. Zaključek projekta je predviden konec poslovnega leta 2024.	V poslovnem letu 2024 smo dodatno uvedli nadzor prek platforme IoT za polnilne postaje in pekarne.	*****
		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.	Do konca poslovnega leta 2026 bomo vsaj 10 nacionalnih dobaviteljev zavezali, da pristopijo k pobudi Science Based Targets.	V poslovnem letu 2024 smo za Lidlove nacionalne dobavitelje organizirali dve podnebni akademiji na temo upravljanja izpustov toplogrednih plinov v obsegih 1,2 in 3 ter jih tako podprli pri odločitvi glede pridružitve k pobudi Science Based Targets.

Osrednja tema	Cilji	Ukrepi	Koraki v poslovnem letu 2024	Realizacija ob koncu poslovnega leta 2024
Spoštovanje biotske raznovrstnosti	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 poslovnem letu 2024 smo izvedli mapiranje za sojo, rastlinska olja ter živalsko krmo pri vseh relevantnih dobaviteljih.	****
		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 2024 je bilo več kot 900 evropskih pridelovalcev sadja in zelenjave Lidl-ovih lastnih blagovnih znamk certificiranih z dodatnim modulom za biodiverziteto.	****
		Do konca poslovnega leta 2025 se bomo aktivno vključevali v projekte za ohranjanje biotske raznovrstnosti.	V poslovnem letu 2024 smo na ravni Skupine razvili koncept za ohranjanje življenjskega prostora živalskih in rastlinskih vrst. Izvedbo nacionalnega projekta na področju spoštovanja biotske raznovrstnosti načrtujemo v poslovnem letu 2026.	**

Osrednja tema	Cilji	Ukrepi	Koraki v poslovnem letu 2024	Realizacija ob koncu poslovnega leta 2024
Varstvo virov	Do konca poslovnega leta 2025: • 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.	V poslovnem letu 2025 bomo v celoti zamenjali obstoječe brezplačne plastične vrečke za sadje in zelenjavo z optimiziranimi različicami, ki bodo krajše, tanjše in lažje. S to spremembo bomo zmanjšali skupno količino uporabljenе plastike do največ 19 %.	V poslovnem letu 2024 smo brezplačne vrečke za sadje in zelenjavo črpali še iz starih zalog. Optimizirane plastične vrečke bomo dali v uporabo avgusta 2025.	*
		Do konca poslovnega leta 2025 bo plačljiva vrečka za sadje in zelenjavo za večkratno uporabo izdelana iz 100-% recikliranega poliestra.	Plačljivo vrečko iz recikliranega poliestra za večkratno uporabo bomo na prodajne police umestili do konca poslovnega leta 2025.	**
		V poslovnem letu 2024 bomo uvedli plačljivo bio vrečko za sadje in zelenjavo.	V poslovnem letu 2024 smo uvedli plačljivo bio vrečko za sadje in zelenjavo.	****
	Do poslovnega leta 2023 bomo na ravni Skupine Lidl dosegli 50-% trajnostno certificiranje lastnih nepremičnin.	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: - zmanjševanja teže, - povečanja reciklabilnosti, - povečanja uporabe recikliranih materialov.	V sklopu optimizacije količine plastike, uporabljene za embalažo izdelkov lastnih blagovnih znamk, smo v poslovnem letu 2024 na prodajne police umestili vodo lastne blagovne znamke Saguaro v plastenkah iz 50 % recikliranega materiala (sodelovanje z dobaviteljem Dana).	****
		Do konca poslovnega leta 2030 bomo vse lastniške trgovine certificirali po sistemu EDGE.	V poslovnem letu 2025 bomo začeli certificiranje trgovin s certifikatom EDGE.	*
		Vsako leto bomo opravili recertificiranje ISO 50001 za energetsko učinkovito upravljanje nepremičnin.	V poslovnem letu 2024 smo uspešno opravili recertificiranje ISO 50001 za vse nepremičnine Lidla Slovenija.	****
	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 iz logističnega centra Arja vas za do 15 % (v primerjavi s poslovnim letom 2019).	V poslovnem letu 2024 smo v primerjavi z letom poprej prodali za 40 % manjše količine v trgovinah neprodanega tekstila in BrickBrack izdelkov. V primerjavi z izhodiščnim letom 2019 smo obseg mešanih komunalnih odpadkov kljub temu zmanjšali za 55 %.	****
			V poslovnem letu 2024 smo preverili možnosti oddajanja odpadnega tekstila podjetja in potrošnikov v recikliranje in nadaljnjo predelavo. V letu 2025 bomo začeli z ločenim zbiranjem tekstila podjetja, ki ga bomo predali pogodbenemu izvajalcu. Hkrati bomo namestili zbiralne zabojnike za odpadni tekstil potrošnikov pred 10 Lidl-ovimi trgovinami.	**
		V poslovnem letu 2024 bomo uvedli oddajanje odpadkov iz zemlje in rastlin v kompostiranje.	Projekt smo začeli julija 2024. Do konca poslovnega leta 2024 smo pogodbenemu izvajalcu v kompostiranje predali 6,6t odpadkov zemlje in rastlin.	****
	Do poslovnega leta 2025 bomo v podjetju pospešeno uvažali digitalno komunikacijo.	Do konca poslovnega leta 2025 bomo pred večjimi trgovinami uvedli zbiranje odpadnega jedilnega olja za nadaljnjo predelavo.	V poslovnem letu 2024 smo namestili zbiralnike za zbiranje odpadnega jedilnega olja pred skupno 14 trgovinami. Širitev projekta načrtujemo v poslovnem letu 2025.	****
		Do konca poslovnega leta 2025 bomo pospešeno uvažali digitalizacijo interne in eksterne dokumentacije.	V poslovnem letu 2024 smo uvedli digitalni rezervacijo električnih polnilnic za kupce ter prijavo škodnih primerov v trgovinah.	***
		V poslovnem letu 2024 bomo uporabnikom aplikacije Lidl Plus ponudili možnost digitalnega računa brez tiskane kopije.	V poslovnem letu 2024 smo Lidl Plus uporabnikom omogočili uporabo digitalnega računa brez tiskane kopije.	****
	Do poslovnega leta 2025 bomo v logističnem centru pospešeno uvažali digitalno komunikacijo.	Do poslovnega leta 2026 bomo prešli na digitalno interno komunikacijo v logističnem centru in s tem do poslovnega leta 2030 zmanjšali porabo papirja za 50 %.	Začetek projekta načrtujemo v letu 2025.	**
	Do konca poslovnega leta 2025 bomo oblikovali bolj trajnostno nabavno politiko na področju ključnih surovin.	Do konca poslovnega leta 2025 bomo razširili ponudbo grozdja lastnih blagovnih znamk, certificiranega po Fairtrade/Rainforest Alliance/Bio.	Ukrep smo udejanjali tudi v poslovnem letu 2024.	****

Varstvo virov	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/FAD Free/Pole&Line, od tega 43% v redni ponudbi. Ob koncu poslovnega leta 2024 je bilo 47 % ponudbe rib v celotni ponudbi lastnih znamk certificirane po MSC/ASC/FAD Free/Pole&Line, od tega 43% v redni ponudbi. Ob koncu poslovnega leta 2024 je bilo 47 % ponudbe rib v celotni ponudbi lastnih znamk certificirane po MSC/ASC/FAD Free/Pole&Line, od tega 43% v redni ponudbi.	
	Do konca poslovnega leta 2025 bo sveže stisnjen čezoceanski pomarančni sok lastnih znamk Solevita in Naturis v 100 % certificiran po Rainforest/Fairtrade/Bio.	Ukrep z dosego cilja v poslovnem letu 2025 smo udejanjali tudi v poslovnem letu 2024.
	Do konca poslovnega leta 2025 bo vsa celuloza v izdelkih lastnih znamk in embalaži iz recikliranih virov oziroma bo certificirana po FSC/PEFC. Zaveza zajema primarno in sekundarno embalažo, vključno z etiketami.	Ukrep z dosego cilja v poslovnem letu 2025 smo udejanjali tudi v poslovnem letu 2024.
	Do konca poslovnega leta 2025 bodo papirnate brisače in izdelki za osebno higieno v rednem sortimentu vsebovali vsaj 15 % recikliranih materialov.	Ukrep z dosego cilja v poslovnem letu 2025 smo udejanjali tudi v poslovnem letu 2024.
	Z optimiziranim naročanjem skrbimo za ustrezno razpoložljivost in količine izdelkov v logističnem centru in na prodajnih mestih.	V poslovnem letu 2024 smo uvedli sistem za avtomatsko naročanje izdelkov v logističnem centru.
	Postopoma bomo zmanjševali količino odpadne hrane s podaljšanim časom prodaje in znižano ceno izdelkov pred iztekom roka trajanja.	V poslovnem letu 2024 smo znižali cene izdelkov pred potekom roka trajanja za 20 % oziroma 50 %, odvisno od izdelčne skupine. Razširili smo obseg pekovskih izdelkov, ki se po znižani ceni prodajajo dan po peki, in obseg izdelkov po znižani ceni pred potekom roka trajanja na področju pakiranega sadja in zelenjave.
	Do poslovnega leta 2026 bomo izvajali neposredne donacije hrane humanitarnim in nevladnim organizacijam v vsaj 80 % trgovin.	V poslovnem letu 2024 smo v projekt <i>Donirana hrana</i> vključili dodatne tri trgovine. Ob koncu poslovnega leta 2024 je bilo tako v projekt vključenih 49 trgovin (72 %).
	Do konca poslovnega leta 2025 bomo pred večjimi trgovinami uvedli zbiranje odpadnega jedilnega olja za nadaljnjo predelavo.	V poslovnem letu 2024 smo namestili zbiralnike za zbiranje odpadnega jedilnega olja pred skupno 14 trgovinami. Širitev projekta načrtujemo v poslovnem letu 2025.
	V okviru projekta <i>Hranozavest</i> bomo v sodelovanju z ministrstvi in drugimi partnerji krepili ozaveščenost javnosti na področju odpadne hrane.	V poslovnem letu 2024 smo nadaljevali aktivno ozaveščanje javnosti o odpadni hrani in se vključevali v različne hranozavestne projekte (npr. <i>Slovenski dan brez zavržene hrane</i> , <i>Hrana ni za tjavendan</i> , <i>Mini tovarna</i>).
	Do leta 2030 bomo za 50 % zmanjšali količino odpadne hrane (glede na izhodiščno leto 2018).	

Osrednja tema	Cilji	Ukrepi	Koraki v poslovnem letu 2024	Realizacija ob koncu poslovnega leta 2024
Spodbujanje zdravja	Do poslovnega leta 2026 bomo v skladu z novo strategijo Dober lajf (steber Dobro počutje) nadgrajevali aktivnosti in ugodnosti za dobro fizično in mentalno počutje zaposlenih.	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 intenzivneje posvečamo področju duševnega zdravja.	Na področju stebra Dobro počutje smo v poslovnem letu 2024 uvedli tri večje projekte: Lidlovo kolektivno zavarovanje, Lidlov koristen klepet za dober nasvet - celostni EAP (oboje tudi za družinske člane) in Program za mentalno odpornost. Prvič smo organizirali dodaten Dan Ambasadorjev zdravja, ki je bil v celoti posvečen mentalnemu zdravju, ter dodaten motivacijski dogodek za sodelavce v Mariboru.	*****
		Nosečim sodelavkam bomo glede na naravo njihovega dela na različne načine prilagajali delovne pogoje in delovno opremo.	V poslovnem letu 2024 smo obstoječe aktivnosti nadgradili: povečali smo število prilagojenih stolov za noseče sodelavke in vpeljali koncept delovnih oblačil za noseče sodelavke v trgovinah.	*****
		Do poslovnega leta 2025 bomo povečali število električnih viličarjev za prevoz in dvigovanje bremen v trgovinah v obsegu vsaj dveh viličarjev na trgovino.	V poslovnem letu 2024 smo začeli z zamenjavo viličarjev z možnostjo prilagajanja višine vilic, ki zaposlenim olajšajo dvigovanje bremen.	**
		Na letni ravni bomo za vse zaposlene v trgovinah in logističnem centru izvedli dodatna izobraževanja o pravilnem dvigovanju bremen.	V poslovnem letu 2024 je bilo 1.260 zaposlenih iz trgovin in 202 zaposlena iz logističnega centra vključenih v dodatna izobraževanja na temo pravilnega dvigovanja bremen.	*****
		Kontinuirano bomo uvajali ergonomске pripomočke za izboljšanje delovnih pogojev zaposlenih.	V poslovnem letu 2024 smo zaposlenim ponudili možnost uporabe ergonomskih računalniških mišk.	***
		Do konca poslovnega leta 2025 bomo zmanjšali vsebnost nasičenih maščobnih kislin v izdelkih lastnih blagovnih znamk.	Ukrep z dosegajo cilja v poslovnem letu 2025 smo udeleževali tudi v poslovnem letu 2024.	****
	Interno in eksterno bomo nadaljevali spodbujanje zdravega življenjskega sloga s poudarkom na ozaveščenem prehranjevanju.	Do konca poslovnega leta 2025 bomo uvedli dodatne oznake za sestavo izdelkov in hranilno vrednost.	Ukrep z dosegajo cilja v poslovnem letu 2025 smo udeleževali tudi v poslovnem letu 2024.	****
		Zmanjševali bomo uporabo umetnih barvil, arom in konzervansov ali jih popolnoma opustili, razen takrat, ko njihova opustitev tehnološko ne bo mogoča.	V poslovnem letu 2024 smo v okviru Skupine Lidl zavezali dobavitelje lastnih blagovnih znamk k upoštevanju vsebinsko nadgrajenega seznama prepovedanih sestavin v živilskih izdelkih lastnih blagovnih znamk.	*****
		Živila (sadje, zelenjava, predelana hrana) v naši ponudbi bo, če bo le mogoče, brez ostankov pesticidov. Pri tem bomo nadalje sledili merilom, strožjim od evropskih predpisov: - 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.	Ukrep smo uspešno udeleževali tudi v poslovnem letu 2024.	*****
		Širili bomo ponudbo vegetarijanskih in veganskih nadomestkov mesnih in mlečnih izdelkov lastnih blagovnih znamk.	V poslovnem letu 2024 je bilo v prodaji 77 izdelkov lastne blagovne znamke Vemondo.	*****
		Do leta 2030 bomo delež prodanih živil rastlinskega izvora, kot so izdelki rastlinskih virov beljakovin, polnozrnat žita ter sadje in zelenjava, v primerjavi z letom 2023 povečali za 20 % tako, da: - bomo do leta 2030 povečali delež beljakovin rastlinskega izvora glede na ponudbo živalskih virov beljakovin na 20 % (glede na izhodiščno leto 2022), - bomo do leta 2030 povečali delež polnozrnatih žit v celotni ponudbi izdelkov iz žit na 15 % (glede na izhodiščno leto 2023).	Ob koncu poslovnega leta 2024 je znašal: - delež beljakovin rastlinskega izvora glede na ponudbo živalskih virov beljakovin 20,24%*, - delež polnozrnatih žit v celotni ponudbi izdelkov iz žit pa 9,47 %*. * Ocena. Podatki bodo na voljo 30. 9. 2025.	***
		Do poslovnega leta 2025 bomo v prehransko tabelo vseh izdelkov lastnih blagovnih znamk uvedli navedbo deleža vlaknin.	Ukrep z dosegajo cilja v poslovnem letu 2025 smo udeleževali tudi v poslovnem letu 2024.	****
		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.	Strogo se držimo omejitvenih smernic pri oglaševanju živilskih izdelkov za otroke. Grafično podoba embalaže izdelkov lastnih blagovnih znamk bomo v celoti prilagodili do konca poslovnega leta 2025.	*****
	Kupcem bomo tudi nadalje zagotavljali ponudbo, ki bo zadoščala najvišjim standardom kakovosti in varnosti.	Nadaljevali bomo politiko doseganja najvišjih meril za zagotavljanje kakovosti ponudbe.	V poslovnem letu 2024 smo pri izdelkih lastnih blagovnih znamk izvedli 888 analiz prehrabnih in neprehrabnih izdelkov ter 352 analiz sadja in zelenjave. Izvedenih je bilo tudi 34 presoj pri dobaviteljih.	*****
		Od dobaviteljev bomo zahtevali najmanj certifikat IFS Food oziroma certifikat GLOBALG.A.P.	Ob koncu poslovnega leta 2024 so bili vsi dobavitelji prehrabnih izdelkov certificirani po standardih IFS Food oziroma GlobalG.A.P.	*****

Osrednja tema	Cilji	Ukrepi	Koraki v poslovnem letu 2024	Realizacija ob koncu poslovnega leta 2024
Pošteno ravnanje	V okviru stebra Dobri dodatki strategije Dober lajf bomo zaposlenim še naprej zagotavljali enakovredno plačilo za opravljeno delo ne glede na spol.	Tudi nadalje bomo vsako leto izvajali analizo kazalnikov enakovrednega plačila in ugodnosti (npr. poslovna uspešnost) za zaposlene ne glede na spol (npr. analiza Gender Pay Gap).	V poslovnem letu 2024 smo izvedli letno analizo Gender Pay Gap (GPG).	***
		Kot odgovoren delodajalec bomo zaposlenim tudi nadalje zagotavljali plačilo, ki bo višje od povprečja v trgovski panogi, minimalna plača pa bo presegala zakonska določila.	V poslovnem letu 2024 so zaposleni prejeli za 3,29 mio. EUR višja letna izplačila (na račun višjega regresa in sprememb v plačah) kot leto poprej.	****
	Do poslovnega leta 2026 bomo v okviru stebrov Dobra ekipa in Dobra kariera strategije Dober lajf nadaljevali oblikovanje ukrepov za zagotavljanje enakih možnosti v okviru poklicne orientacije zaposlenih.	V poslovnem letu 2025 bomo nadgradili programa Trainee in Študent+ ter mladim nadalje ponujali možnost opravljanja dijaške in študentske prakse.	V poslovnem letu 2024 smo izvedli dogodek za program Študent+ in v okviru tega tri pripravništva, dva razpisa za program Trainee in 83 dijaških oz. študentskih praks.	*****
		Ohranjali bomo v povprečju vsaj 70-% delež žensk na vseh vodilnih položajih v podjetju.	Ob koncu poslovnega leta 2024 je bil delež žensk na vseh vodilnih položajih v podjetju 72,33 %, na najvišjih vodilnih položajih v podjetju pa 11,11 %.	****
		Pri zaposlovanju bomo še naprej sledili skupinskemu konceptu raznolikosti in vključevanja ter v delovno okolje vključevali invalide/ljudi z oviranostmi, kjer bo to mogoče.	V poslovnem letu 2024 je bilo v Lidlu Slovenija zaposlenih 79 ljudi z oviranostmi/invalidov.	**
	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.	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.	V poslovnem letu 2024 smo nadaljevali s koncepti, ki so bili vpeljani v poslovnih letih 2022 in 2023: Lidlova 36-ka za trgovine in logistični center ter nadgrajen koncept dela od doma za upravo in študente.	****
	Vztrajali bomo pri 100-% udejanjanju Kodeksa ravnanja za poslovne partnerje podjetij Skupine Schwarz.	V okviru Kodeksa ravnanja za poslovne partnerje, ki je priloga pogodb o sodelovanju, poslovne partnerje zavezuje k spoštovanju standardov ravnanja v povezavi z delom, okoljem in varstvom človekovih pravic.	V poslovnem letu 2024 smo nadalje udejanjali zavezovanje poslovnih partnerjev k spoštovanju Kodeksa ravnanja za poslovne partnerje podjetij Skupine Schwarz.	****
	Do konca leta 2026 bomo povečali ponudbo izdelkov z višjimi standardi za dobrobit živali.	Do konca poslovnega leta 2026 bomo povečali delež izdelčnih podskupin, ki zagotavljajo boljše pogoje reje v skladu s standardom Better Chicken Commitment.	Ob koncu poslovnega leta 2024 je bilo v redni ponudbi šest izdelkov blagovne znamke Naše nam paše Premium z boljšimi pogoji reje.	***
	Širili bomo ponudbo slovenskih izdelkov in upravičili ugled podpornika lokalnih proizvajalcev in dobaviteljev.	Tako lokalno kot tudi v okviru prodajne mreže Skupine Lidl se bomo zavzemali za promocijo slovenskih dobaviteljev in njihovih izdelkov.	Ob koncu poslovnega leta 2024 je bilo v redni ponudbi 100 izdelkov blagovne znamke Naše nam paše.	*****

Osrednja tema	Cilji	Ukrepi	Koraki v poslovnem letu 2024	Realizacija ob koncu poslovnega leta 2024
Krepitev dialoga	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 2024 smo uvedli program <i>Lidlova akademija napredni</i> , v katerega sodi tudi set delavnic za psihološko odpornost (podpora mentalnemu zdravju). V <i>Talent pool</i> smo vključili tudi referentske pozicije.	*****
		Ohranjali bomo polni certifikat <i>Družini prijazno podjetje</i> in se nadalje mednarodno certificirali kot ugleden delodajalec.	V poslovnem letu 2024 smo že petič zapored prejeli mednarodni certifikat <i>Top Employer Slovenia</i> in <i>Top Employer Europe</i> . Družini prijazne ukrepe smo nadgradili z možnostjo priključitve zaposlenih in družinskih članov k Lidlovemu kolektivnemu zavarovanju. Prejeli smo tudi <i>Adria's Employer Brand</i> nagrado za najboljšo izkušnjo kandidata (Best employee/candidate experience activity) in <i>veliko nagrado Slovenije (Grand Prix Slovenia)</i> .	*****
	Kontinuirano bomo izvajali interne in eksterne 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 2024 smo zasnovali izobraževalne module za zaposlene na sedežu podjetja in v trgovinah, ki smo jih lansirali v poslovnem letu 2025. Znotraj faze offboardinga zaposlenih (Employee Lifecycle) smo vključili dve vprašanji, povezani s trajnostjo, s pomočjo katerih bomo prišli do povratnih informacij, ki nam bodo služile pri nadaljnjem snovanju oz. nadgradnji aktivnosti na tem področju.	***
		Od leta 2013 v okviru trajnostne pobude <i>Ustvarimo boljši svet</i> s posameznimi trajnostnimi vsebinami redno informiramo in ozaveščamo različne skupine deležnikov.	V poslovnem letu 2024 smo zabeležili 2.161 medijskih objav (+76 %) na temo trajnosti. Redno smo objavljali trajnostne vsebine na družbenih omrežjih, in sicer: - 80 objav na Instagramu (+176 %), - 81 objav na Facebooku (+ 81 %), - 115 objav na LinkedInu (-17 %) in - 23 objav na YouTubeu (-49 %) (glede na preteklo leto)	****
		Do poslovnega leta 2025 bomo prepoznavnost <i>Zdravka Lidla</i> kot maskote za promocijo zdravlja in zdravega načina življenja v splošni javnosti povečali na 30 %.	V poslovnem letu smo 2024 pripravili koncept prenove maskote, ki jo bomo lansirali v poslovnem letu 2025. Konec poslovnega leta 2024 je bila prepoznavnost maskote <i>Zdravka Lidla</i> 23 % (Mediana, 2025).	***
		Kupce bomo redno seznanjali s ponudbo za ozaveščeno prehranjevanje z oznako <i>Zdravko Lidl priporoča</i> , ki je v skladu s standardi uravnotežene prehrane po smernicah SZO.	V poslovnem letu 2024 smo ohranili obseg izdelkov lastnih blagovnih znamk (100), ki jih promoviramo v sklopu <i>Zdravko Lidl priporoča</i> . Ključni kanal promocije je Lidlov letak.	****
	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 socialni stiski ter hrane za živali.	V poslovnem letu 2024 smo izvedli štiri donacije, temelječe na prodaji izdelkov lastnih blagovnih znamk. Skupaj smo donirali prek 43.000 EUR, v zbiralnih košarah pa smo donirali izdelke v vrednosti prek 14.000 EUR s hrano za ljudi.	*****
	Nadalje bomo krepili sodelovanje s posameznimi skupinami deležnikov.	Nadalje se bomo strateško usmerjali v podporo slovenskemu parašportu s poudarkom na inkluzivnosti.	Tudi v poslovnem letu 2024 smo v vlogi zlatega sponzorja in partnerja podpirali Zvezo za šport invalidov - Slovenski paralimpijski komite. V paralimpijskem letu smo izvedli ozaveščevalno kampanjo <i>V športu mi ni para</i> , podprli parašportnike na paralimpijskih igrah v Parizu in nadgradili program <i>Postani športnik s projektom Odbito</i> , prvim turnirjem v odbojki sede za osnovnošolce, ki spodbuja vključevanje invalidov v šport.	*****
		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 <i>Podnebno Akademijo</i> razširili na poslovne partnerje prevoznike.	V poslovnem letu 2024 smo izvedli dve <i>Podnebni Akademiji</i> za dobavitelje. <i>Podnebno Akademijo</i> za poslovne partnerje - prevoznike načrtujemo v poslovnem letu 2026.	***
		Od poslovnega leta 2022 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.	V poslovnem letu 2024 smo nadaljevali reden dialog na temo kavcijskega sistema z različnimi deležniki in podprli dve dobrodelni in okoljsko ozaveščevalni akciji humanitarnega društva pri zbiranju odpadnih plastenkov.	*****
		Redno bomo izvajali analize za različne skupine deležnikov na področju trajnosti ter na podlagi rezultatov oblikovali ustrezne cilje in ukrepe.	V poslovnem letu 2024 smo izvajali redne raziskave trga in ankete za zaposlene, tako na nivoju Skupine Lidl kot tudi nacionalno.	*****