



Výročná správa spoločnosti Lidl Slovenská republika, v.o.s.

za obchodný rok 2018



Základné informácie

Lidl je maloobchodná sieť predajní potravín a spotrebného tovaru, ktorá sa svojou expanziou rozrástla po celej Európe aj v USA. Zásadným princípom a kľúčom k úspechu je jednoduchosť, ktorému spoločnosť prispôsobuje celé svoje konanie. Zárukou úspechu sú predovšetkým jednoduché pracovné postupy a krátke rozhodovacie procesy. Lidl nakupuje a predáva s cieľom, aby svojim zákazníkom ponúkol tovar každodennej spotreby v najvyššej kvalite a za najlepšiu cenu.

Vývoj spoločnosti a trhu

Vývoj spoločnosti Lidl Slovenská republika, v.o.s. (ďalej len Spoločnosť) úzko súvisí s výkonom ekonomiky a kúpyschopnosťou obyvateľstva. Za rok 2018 dosiahol rast HDP na Slovensku 4,1 %, pričom v roku 2019 sa predpokladá rast 3,7 %. Pokles rastu HDP sa očakáva predovšetkým z dôvodu spomalenia rastu exportu a vplyvu zahraničnej politiky a teda očakávaného Brexitu. Slovensko bude ale treťou najrýchlejšie rastúcou ekonomikou eurozóny. Rast súkromnej spotreby by mal pokračovať na úrovni minulého roka. Zdroje jej rastu by mal tvoriť priaznivý vývoj miezd ovplyvnený silným dopytom po pracovnej sile. Predpokladaný rast miezd v roku 2020 je v priemere nad 5%. Vývoj inflácie ovplyvní najmä rastúca cena komodít a zvyšujúce sa príjmy domácností. Predikcia inflácie na rok 2020 je 2,4 %.

Spoločnosť je súčasťou podnikateľskej skupiny Schwarz, ktorej začiatky siahajú až do 30-tych rokov 20. storočia. Svoj rozmach skupina zaznamenala už od otvorenia prvej predajne pod značkou Lidl, a to v roku 1973 v meste Ludwigshafen. Od roku 1989 začala rozširovať svoje pôsobenie za hranice. Dnes po viac ako 40 ročnej expanzii patrí Lidl medzi najväčších globálnych hráčov v oblasti maloobchodného predaja potravín a spotrebného sortimentu. V rámci Európy nájdete vyše 10 500 predajní Lidl v 30 krajinách



a viac ako 150 distribučných centier v 29 krajinách sveta. Významným míľnikom v roku 2017 bol vstup na americký trh.

Na tuzemský trh vstúpila Spoločnosť v septembri 2004, keď bolo otvorených prvých 14 predajní Lidl na Slovensku. Ku koncu obchodného roka 2018 tvorilo obchodnú sieť po celom Slovensku už 134 predajní, ktoré sú zásobované z troch logistických centier v Nemšovej, v Prešove a v Seredi. Od vstupu na trh sa Spoločnosti podarilo zaradiť sa medzi najvýznamnejšie firmy v oblasti maloobchodu na Slovensku. Spoločnosť nemala v roku 2018 žiadnu organizačnú zložku v zahraničí.

Cieľom Spoločnosti je pokračovať v nastolenom úspešnom trende a ponúkať zákazníkom najvyššiu kvalitu produktov za najlepšiu cenu.

Významné riziká, ktorým je Spoločnosť vystavená, zahŕňajú predovšetkým trhové a odbytové riziko súvisiace s výraznou konkurenciou a nasýtenosťou maloobchodného trhu, operačné riziká súvisiace s prepravou a skladovaním tovaru, ako aj so záručnými podmienkami a finančné riziká bližšie popísané v účtovnej závierke. Spoločnosť uplatňuje diverzifikované nástroje a procesy na minimalizáciu týchto rizík.

Spoločnosť na Slovensku neaplikuje žiaden výskum a vývoj, z tohto dôvodu nemala žiadne náklady tohto typu.

Hospodárske výsledky roku 2018

Spoločnosť dosiahla v obchodnom roku 2018 hospodársky výsledok pred zdanením podľa medzinárodných účtovných štandardov IFRS vo výške 114 822 tis. EUR. V zmysle spoločenskej zmluvy má na dosiahnutý zisk nárok v 100% výške spoločník C E Beteiligungs - GmbH. Vedenie spoločnosti navrhlo vyplatiť dosiahnutý zisk spoločníkovi.



Do vydania Výročnej správy Spoločnosť nezaznamenala udalosti osobitného významu, ktoré nastali po skončení obchodného roka 2018.

Spoločenská zodpovednosť

Téma spoločenský zodpovedného podnikania je v dnešnej dobe viac než aktuálna. Je dôležité, aby si boli firmy vedomé vplyvu svojich aktivít na životné prostredie, svojich zamestnancov, obchodných partnerov, komunitu a okolie, v ktorom podnikajú. Aj preto sme radi, že spoločnosť Lidl dosiahla na Slovensku postavenie, ktoré jej umožňuje a zároveň ale aj zaväzuje aktívne sa angažovať v oblasti spoločenskej zodpovednosti. Takto môžeme spoločnosti postupne vrátiť to, čo nám dala a zároveň prispieť k tomu, aby ďalšie generácie mali vytvorené čo najlepšie podmienky. Všetko v duchu nášho motta: „Na ceste k lepšiemu zajtrajšku“.

V roku 2018 Lidl Slovenská republika vydala prvú Správu o trvalej udržateľnosti za obchodný rok 2017. Tvorbe správy prechádzal komplexný interný aj externý stakeholder dialóg. Pozostával zo zákazníckeho prieskumu, zamestnaneckého prieskumu a osobných/online rozhovorov s dodávateľmi, médiami, neziskovým sektorom a vládou. Bola vytvorená na základe medzinárodnej metodiky GRI Standards, pričom správnosť uvedených dát bola overená nezávislým audítorm, spoločnosťou EY Slovakia. Na 160 stranách sú transparentne uvedené všetky naše záväzky a výsledky vo vybraných oblastiach. Slovensko je zároveň jednou z prvých Lidl krajín, ktoré vydali lokálnu správu o trvalej udržateľnosti. Jej vydanie je súčasťou globálneho Lidl programu CSR 2020, ktorého cieľom je umožniť každej krajine, kde Lidl pôsobí, s vykazovaním informácií o CSR. Takúto správu plánujeme vydávať každé 2 roky, pričom medziročne pripravíme stručnú aktualizáciu najdôležitejších tém.

Za hodnoty trvalej udržateľnosti sa zasadzuje priamo najvyšší manažment spoločnosti Lidl Slovenská republika. Celkovú zodpovednosť za všetky naše udržateľné ciele a aktivity nesie priamo generálny riaditeľ. Za implementáciu našej CSR stratégie, ako aj



komunikáciu so zainteresovaným stranami zodpovedá Úsek komunikácie. Vo firme navyše aktívne funguje široký CSR tím, ktorí tvoria zástupcova jednotlivých rezortov. V roku 2018 sme vytvorili pozíciu CSR manažéra pre rezort nákupu, ktorého náplňou je aktívne šírenie CSR tém a praktík v dodávateľskom reťazci a výber sortimentu s ohľadom na trvalú udržateľnosť.

Sústredíme sa na to, aby naše aktivity neboli len jednorazovými akciami, ale aby išlo o dlhodobé projekty, ktoré na seba nadväzujú a môžu tak postupne dosiahnuť väčšiu spoločenskú zmenu. Neustále hľadáme nové možnosti ako sa realizovať v nových CSR oblastiach a tiež, ako do projektov zapojiť našich zamestnancov a ďalších partnerov. Aby sme všetky naše dosiahnuté výsledky priblížili našim zákazníkom, partnerom a širokej verejnosti, na jeseň 2018 sme spustili nový CSR web www.spolocenskazodpovednost.sk. Jeho súčasťou je CSR schránka csr@lidl.sk, kde nás verejnosť môže kontaktovať.

Naše CSR aktivity a projekty sú rozdelené do 5 oblastí, v rámci ktorých máme stanovené hlavné témy a záväzky:

- Zamestnanci
- Životné prostredie
- Spoločnosť
- Sortiment
- Dodávatelia



Zamestnanci

Pre našich zamestnancov a snažíme vytvoriť najlepšie pracovné podmienky a podporiť ich osobnú zodpovednosť, tímovosť a kvalitný výkon. Naším hlavným cieľom je, aby nás zamestnanci vnímali ako skvelého zamestnávateľa, a to nielen cez spravodlivú odmenu a benefity, ale aj cez firemnú kultúru a ich vzdelávanie. V Lidlí platí rovné odmeňovanie mužov a žien, a to na všetkých úrovniach riadenia. Priemerné mesačné platy v predajniach a skladoch sú o tretinu vyššie ako trhový priemer v SR. Spätnú väzbu chápeme ako príležitosť pre osobný rozvoj. Podporujeme flexibilitu na pracovisku, skrátené pracovné úväzky, flexibilný pracovný čas alebo home office.

Tieto naše kroky smerujú k pozitívnej reakcii našich zamestnancov, k zníženej fluktuácii a prispeli k angažovanosti zamestnancov v dobrovoľníckych aktivitách. Viac ako 170 Lidl-dobrovoľníkov pomohlo 13-tim organizáciám v 10-tich mestách Slovenska.

Bojujeme proti úplatkárstvu, korupcii a nekalým obchodným praktikám. Transparentnosť je samozrejmosťou aj pri výbere nových obchodných partnerov. Zamestnancov na všetkých úrovniach školíme o protikorupčnej politike. Novinkou pre 2018 je najmä Implementácia Konceptu komunikácie tém Compliance, čo znamená jednotnú metodiku zvyšovania povedomia zamestnancov v tejto téme. Za každodenné sprostredkovanie významu compliance zodpovedá vedenie spoločnosti, ktoré v tomto smere presadzuje cestu „Tone from the Top“. Všetky etické podania doručené v 2018 boli dôsledne prešetrené.

Životné prostredie

Denne pracujeme na tom, aby naše procesy a technológie boli v súlade s trvalo udržateľným rozvojom a šetrné k životnému prostrediu. Hlavné témy pre nás sú znižovanie množstva plastov (o 20 % do 2025), energetická efektívnosť a znižovanie emisií.

Máme pevne nastavenú dlhodobú stratégiu, ktorá stojí na 3 pilieroch: nahradiť – obmedziť – recyklovať. Zastavili sme predaj najtenších plastových igelitiek, čím sme ušetrili 125 t plastu ročne. V priebehu roku 2019 plánujeme stiahnuť z predaja