



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

za obchodný rok 2019



Základné informácie

Lidl je maloobchodná sieť predajní potravín a spotrebného tovaru, ktorá sa svojou expanziou rozrastá 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 spätý s výkonom ekonomiky a kúpyschopnosti obyvateľstva. Za rok 2019 dosiahol rast HDP na Slovensku 2,3 %, čo je pokles oproti roku 2018 o 1,7%. Pokles rastu HDP spôsobilo predovšetkým spomalenie rastu exportu a vplyv zahraničnej politiky, očakávaného Brexitu. Rast bol nižší aj kvôli výraznému spomaleniu spotreby domácností v prvom štvrtroku. Zvyšok roka sa vyvíjala spotreba v súlade s pomalším výkonom ekonomiky.

Koncom roka 2019 sa prvýkrát objavili správy z Číny o COVID-19 (coronavirus). V prvých mesiacoch roku 2020 sa vírus rozšíril do celého sveta a jeho negatívny vplyv nadobudol veľké rozmery. Aj keď v čase zverejnenia tejto účtovnej závierky vedenie účtovnej jednotky nezaznamenalo významný pokles predaja, nakoľko sa však situácia stále mení, nemožno dostatočne dobre predvídať budúce dopady. Zvážili sme všetky potenciálne dopady COVID-19 na naše podnikateľské aktivity a dospeli sme k záveru, že nemajú významný vplyv na našu schopnosť pokračovať nepretržite v činnosti a fungovať ako zdravý subjekt. Manažment bude pokračovať v monitorovaní potenciálneho dopadu a podnikne všetky možné kroky na zmiernenie akýchkoľvek negatívnych účinkov na spoločnosť a jej zamestnancov.



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 2019 tvorilo obchodnú sieť po celom Slovensku už 142 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 2019 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 2019

Spoločnosť dosiahla v obchodnom roku 2019 hospodársky výsledok pred zdanením podľa medzinárodných účtovných štandardov IFRS vo výške 113 380 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 2019.

Spoločenská zodpovednosť

Spoločenská zodpovednosť a trvalá udržateľnosť podporuje spoločnosť Lidl Slovenská republika v jej neustálom vývoji a napredovaní. Ukazuje nám nové trendy a tiež otvára dôležité spoločenské témy, ktoré si vyžadujú často systémové a dlhodobé riešenia. My v Lidli sme presvedčení, že je našou povinnosťou týmto výzvam čeliť a byť súčasťou otvoreného dialógu, ktorý prináša pozitívne zmeny v krajine, kde pôsobíme. Preto každý rok spúšťame nové filantropické projekty, zlepšujeme naše firemné procesy, aby sme šetrili prírodné zdroje a ako „Najzamestnávateľ 2019“ prinášame motivačné programy pre zamestnancov s cieľom zlepšiť ich zdravie, zvýšiť angažovanosť a zabezpečiť rovnováhu medzi ich pracovným a osobným životom. Nezabúdame tiež na férový výber dodávateľov a prioritne zvyšujeme podiel tých produktov v našom stálom sortimente, ktoré majú pozitívny dopad z hľadiska trvalej udržateľnosti a zdravia našich zákazníkov.

Sme radi, že spoločnosť Lidl dosiahla na Slovensku postavenie, ktoré jej umožňuje, ale zároveň ju 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 2019 spoločnosť Lidl Slovenská republika vydala svoju druhú Správu o trvalej udržateľnosti pod názvom „Dobré správy o trvalej udržateľnosti za rok 2018“. Ide o „medziroport“, ktorý obsahuje informácie a štatistiky o našich CSR aktivitách a projektoch za obchodný rok 2018. Okrem týchto informácií v nej naši partneri nájdu aj novinky a úspechy, ktoré Lidl dosiahol na svojej ceste k lepšiemu zajtrajšku do 31.7.2019. Táto správa je inšpirovaná metodikou GRI Sustainability Reporting Standards. Témy, ktoré CSR report obsahuje boli vybrané na základe záverov stakeholderských dialógov s dodávateľmi, médiami, a so zástupcami neziskového a štátneho sektora, ktoré prebehli v októbri 2018 a máji 2019. Na konci obchodného roka 2019 spoločnosť Lidl zrealizovala aj komplexnú stakeholderskú analýzu, ktorá je podkladom pre tvorbu Správy o trvalej udržateľnosti za obchodný rok 2019. Táto správa bude vytvorená v súlade s globálnou metodikou GRI Sustainability Reporting Standards v „core“ verzii, pričom správnosť uvedených dát bude overená audítormi, spoločnosťou EY Slovakia. Vydaná bude koncom augusta 2020. Slovensko je jednou z prvých Lidl krajín, ktoré publikovali svoju lokálnu správu o trvalej udržateľnosti. Vydávanie týchto správ je súčasťou globálneho Lidl programu CSR 2020, ktorého cieľom je umožniť každej krajine, kde Lidl pôsobí, s vykazovaním informácií o CSR. Takúto komplexnú správu zverejňujeme každé dva roky, pričom medziročne pripravíme stručnú aktualizáciu najdôležitejších tém. Všetky naše CSR reporty sú verejne dostupné tu: <https://www.spolocenskazodpovednost.sk/stiahni-si-kompletnu-spravu>

Za hodnoty trvalej udržateľnosti sa zasadzuje priamo najvyšší manažment spoločnosti Lidl Slovenská republika. Celkovú zodpovednosť za všetky naše udržateľné ciele a aktivity nesie priamo náš generálny riaditeľ. Za implementáciu CSR stratégie, ako aj komunikáciu so zainteresovanými stranami zodpovedá Úsek komunikácie, v rámci ktorého v marci 2019 vzniklo nové CSR oddelenie s dvomi zamestnancami. Vo firme navyše aktívne funguje široký CSR tím, ktorý tvoria zástupcovia jednotlivých rezortov a odborníci na udržateľné témy. 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 strategických oblastí, v rámci ktorých máme stanovené hlavné témy, ciele a záväzky:

- **Zamestnanci**
- **Životné prostredie**
- **Spoločnosť**
- **Sortiment**
- **Dodávatelia**

Zamestnanci

Naše dlhodobé ciele:

- Podpora zdravého životného štýlu a zvyšovanie angažovanosti našich zamestnancov.
- Realizácia nových konceptov vzdelávania a efektívne poskytovanie spätnej väzby.
- Znižovanie fluktuácie a rast spokojnosti zamestnancov.



Starostlivosť o našich zamestnancov je pre nás vážnym záväzkom, ktorý naplno riešime každý deň. Snažíme sa svojim kolegom a kolegyniam ponúknuť motivačné platové ohodnotenie, umožniť im ideálne zladiť ich pracovný a súkromný život, rozvíjať ich potenciál a taktiež im dopriať zaujímavé benefity. Vieme, že inovatívni budeme len vtedy, ak budeme myslieť „out of the box“. Preto aktívne počúvame svojich zamestnancov, ktorí sú pre nás tým najlepším zdrojom inšpirácie a nových nápadov, ako zmeniť našej podnikanie i celý svet k lepšiemu.

Lidl stabilne patrí medzi najatraktívnejších zamestnávateľov na Slovensku. Potvrdzuje to v poradí štvrtý zisk ocenení **Top Employer Slovensko** a **Top Employer Europe** v rade. Diskontný reťazec taktiež opätovne uspel vo svojej kategórii aj v domácej súťaži **Najzamestnávateľ**. V jej ôsmom ročníku hodnotilo 189 firiem dovedna 36 068 respondentov čo je historicky najvyššie číslo. To, že zamestnávateľská politika Lidla je komplexná potvrdzujú aj atribúty, na základe ktorých hlasujúci v tejto ankete rozhodli o víťazoch. Podľa spoločnosti Profesia nimi boli prevažne kvalitné služby a produkty, silná a známa značka, dobré meno spoločnosti, príjemné pracovné prostredie či kolektív, v ktorom daný človek pracuje.

V obchodnom roku 2018 aj 2019 sme našich zamestnancov opäť motivovali vyššou sumou na výplatnej páske. Od jesene 2016 zvýšil Lidl platy v priemere o 40 % a priemerný mesačný plat pre pozíciu predavačka-pokladníčka a predavač-pokladník bude od nového obchodného roka 2020 viac ako 900 €. V Lidli platí rovné odmeňovanie mužov a žien na všetkých pracovných pozíciách. Chceme, aby sa všetci naši zamestnanci cítili ocenení a rešpektovaní bez ohľadu na ich pohlavie, farbu pleti, rasu, národnosť či náboženské vyznanie. Aj preto sa Lidl v máji 2019 pridal k iniciatíve Charta diverzity na Slovensku.

Osobnú zodpovednosť, tímovosť a kvalitný výkon našich zamestnancov sa snažíme posilniť aj cez firemnú kultúru a ich vzdelávanie v duchu hesla: „Kto sa prestáva zlepšovať, ten prestáva byť dobrý“. Od obchodného roka 2019 v našej spoločnosti



používame WINBOX – Veľa Vedomostí, Inšpirácie a Nápadov, ktorý nahrádza zaužívaný katalóg vzdelávania. Novinkou v rámci školení boli v obchodnom roku 2019 napríklad Trendy skills workshopy na témy agilita, integrita a diverzita.

V Lidli sa držíme filozofie, že skvelé výsledky je možné dosiahnuť iba pozitívnym pracovným prostredím a dostatkom času na regeneráciu a oddych. Podporujeme flexibilitu na pracovisku, skrátené pracovné úväzky, flexibilný pracovný čas a home office.

Tieto naše kroky smerujú k pozitívnej reakcii našich zamestnancov, k zníženej fluktuácii a prispievajú k angažovanosti zamestnancov v dobrovoľníckych aktivitách. V obchodnom roku 2019 sme zrealizovali dve zbierky šatstva, počas ktorých sme vyzbierali približne 2 tony oblečenia a pomohli tak 500 ľuďom v núdzi. V máji 2019 pomáhalo pri výsadbe stromčekov v Tatrách v rámci projektu Voda pre stromy 60 Lidl- dobrovoľníkov, ktorí pomohli sadiť 8500 sadeničiek.

Bojujeme proti úplatkárstvu, korupcii a nekalým obchodným praktikám. Transparentnosť je samozrejmosťou aj pri výbere nových obchodných partnerov. Zamestnancov na všetkých úrovniach pravidelne školíme o protikorupčnej politike. V roku 2018 sme v našej spoločnosti zaviedli inovatívny projekt E-tender pre elektronické obstarávanie. Implementácia tohto programu a prijatie pravidiel Compliance pre výber obchodných partnerov stanovili jednotné minimálne požiadavky pre transparentné a férové výberové konania naprieč spoločnosťou Lidl. Za každodenné sprostredkovanie významu compliance zodpovedá vedenie spoločnosti, ktoré v tomto smere presadzuje cestu „Tone from the Top“. Všetky etické podania doručené v 2019 boli dôsledne prešetrené.

Životné prostredie

Naše dlhodobé ciele:

- Zníženie používania plastov v našom podnikaní o 20 % do roku 2025.
- Zabezpečenie 100 % recyklovateľnosti plastových obalov našich vlastných značiek do roku 2025.



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, energetická efektívnosť a znižovanie emisií.

V téme plasty máme v Lidli nastavenú jasnú a dlhodobú stratégiu, ktorá stojí na troch pilieroch: nahradiť – obmedziť – zrecyklovať. Spolu so svojimi dodávateľmi uvažujeme o tom, pri ktorých produktoch môžeme úplne odstrániť či obmedziť plastové obaly alebo ich nahradiť inými, ekologickejšími materiálmi. Vďaka tejto stratégii a aktivitám v posledných dvoch obchodných rokoch ročne ušetríme viac ako 420 ton plastu. V tomto smere sme napríklad stenčili obalové fólie hranolčekov a Lupilu plienok (-8 ton), upravili vatové tyčinky (-22 ton), odstránili najtenšie igelitové tašky a jednorazový plastový riad (-160 ton) a upravili obaly nealkoholických nápojov, pracích gélov a orechov a sušených plodov (-231 ton). Plasty sme tiež odstránili pri BIO banánoch a do ponuky vo všetkých predajniach sme od augusta 2019 zaradili ekologické sieťky na ovocie a zeleninu „Green Bags“, ktoré môžu zákazníci používať opakovane. Cieľom je optimalizácia obalových materiálov vo všetkých fázach našej činnosti. V logistických centrách sa vytriedenia takmer všetky prepravné obalové materiály, vrátane tých z predajní.

Ako súčasť Skupiny Schwarz sme sa zaviazali dodržiavať jej novú stratégiu v oblasti plastov pod názvom **Reset Plastic**, ktorá je založená na 5 kľúčových princípoch:

- REduce – redukuje plastu tam, kde je to možné a udržateľné.
- REdesign – navrhujeme recyklovateľné obaly a uzatvárame ich životné cykly.
- REcycle – zbierame, triedime a recyklujeme plasty, aby sme uzavreli cyklus.
- REmove – podporujeme odstraňovanie plastového odpadu zo životného prostredia.
- REsearch – investujeme do výskumu a vývoja inovatívnych riešení a vzdelávame o recyklácii.

Viac informácie nájdete na: www.reset-plastic.com.



V obchodnom roku 2019 sme sa venovali aj projektom v rámci redukcie papiera. Optimalizovali sme naše letáky z rozmeru A3 na rozmer A4, čím usporíme viac ako 1520 ton papiera ročne. Zároveň sme zrušili distribúciu našich Lidl letákov v 1/3 regiónov, čím ušetríme cca 850 ton papiera. Zdigitalizovali sme tiež naše interné dokumenty – výplatné pásky žiadostí o dovolenku, korektúry dochádzky, žiadosti o zálohy a ďalšie. Všetky informácie sa snažíme komunikovať zamestnancom digitálne – cez intranet LidlNet, novú aplikáciu We are Lidl, digitálne nástenky a ďalšie interné kanály.

V obchodnom roku 2018 sme zaviedli nový systém energetického manažérstva ISO 50001. Vďaka tomuto systému môžeme lepšie identifikovať oblasti s vyšším energetickým výdajom a zamerať sa na ich zefektívnenie a redukcii emisií. Preferujeme obnoviteľné zdroje energií. Tešíme sa, že 100 % elektrickej energie, ktorá sa používa vo všetkých budovách patriacich spoločnosti Lidl Slovenská republika, pochádza z obnoviteľných zdrojov, z produkcie vodných elektrární. Na vybraných predajniach máme nainštalované fotovoltické panely na výrobu elektrickej energie, či elektronabíjacie stanice pre e-cars a e-bikes. Všetky naše predajne na Slovensku používajú výhrade LED osvetlenie.

Máme prepracovaný systém logistiky a naše kamióny chodia vždy plné, čím dosahujeme optimalizáciu trás a výťaží. Najnovšie do flotily našich vozidiel, ktoré zásobujú predajne, začali v obchodnom roku 2019 pribúdať kamióny s kombinovaným pohonom CNG/LNG. Cez efektívne a precízne nastavené objednávkové procesy priamo z predajní sa snažíme zabráňovať aj plytvaniu potravinami.



Spoločnosť

V obchodnom roku 2019 sme mali na Slovensku 142 predajní v 91 mestách Slovenska. Či je to Moldava nad Bodvou alebo Trenčín – v každom meste sa snažíme byť dobrým susedom, prinášať pracovné príležitosti a počúvať spoločenské problémy, ktoré okolitú komunitu trápia. Vo svojej stratégii spoločenskej zodpovednosti sme si stanovili dve hlavné línie – deti a ich zdravie a životné prostredie, ktorým sa venujeme cez dlhoročné projekty. Plány, ako našu snahu rozvíjať, máme na niekoľko rokov dopredu a vždy spolupracujeme s odbornými garantmi, pedagógmi, či medicínskymi špecialistami v danej oblasti. V obchodnom roku 2019 sme spoločne s našimi zákazníkmi realizovali spoločensky zodpovedné aktivity v hodnote viac ako 2 000 000 eur.

Naše projekty v rámci spoločenskej zodpovednosti v roku 2019:

Dobré rozprávky

Každé 11. dieťa narodené na Slovensku sa na svet vypýta predčasne a mnoho z týchto približne 5000 novorodencov potrebuje v prvých, tzv. „zlatých minútach“ svojho života intenzívnu lekársku starostlivosť. Vďaka našim zákazníkom získali aj v roku 2019 títo malí hrdinovia dôležitú pomoc. Pre 52 slovenských nemocníc, t. j. pre všetky nemocnice, ktoré umožňujú bezplatný pôrod, sme zabezpečili nákup život zachraňujúcich setov prístrojov v hodnote takmer 1 000 000 eur. Za 5 ročníkov projektu získali takto slovenské nemocnice život zachraňujúce prístroje v celkovej hodnote takmer 4 500 000 eur.

Od začiatku v dobrých rukách

Od marca 2018 venuje Lidl za každé predané balenie plienok zn. Lupilu na pomoc rodinám s deťmi v núdzi 10 centov. Naším spoločným cieľom je pomôcť tým najzraniteľnejším – deťom do 3 rokov, ktoré majú vážne zdravotné problémy. V roku 2019 sme vďaka tomuto projektu pomohli 41 rodinám zakúpiť zdravotné pomôcky, rehabilitácie či uhradiť náklady na cestovanie za lekárskymi vyšetreniami. Každý týždeň takto



podporíme 1 rodinu a tešíme sa, že môžeme aj takto adresne pomáhať. Viac na: www.odzaciatkuvdobrychrukach.sk.

Ihriská Žihadielka

Deti potrebujú voľný čas tráviť aktívne, no bezpečných ihrísk je však podľa SOI na Slovensku stále málo. Počas 4 ročníkov projektu sa nám na Slovensku podarilo postaviť 40 moderných detských ihrísk Žihadielok v celkovej hodnote viac ako 3,5 milióna eur, z toho 10 pribudlo aj v roku 2019. Kde my ihriská postavíme, rozhodujú priamo ľudia verejným hlasovaním. Počas 4 ročníkov bolo odovzdaných celkovo 11 152 519 hlasov. Viac na www.zihadielko.sk.

VÁŠ NÁKUP = VEĽKÁ POMOC

Chceme byť dobrým susedom a preto podporujeme základné školy, ktoré sa nachádzajú v okolí našich novootvorených predajní. V prvý deň otvorenia venujeme za každý nákup v hodnote nad 10 eur 1 euro na obstaranie didaktických a športových potrieb pre základné školy podľa ich vlastného výberu. V obchodnom roku 2019 sme podporili 30 základných/spojených škôl spolu sumou 60 000 EUR. Od roku 2015 sme už prostredníctvom tohto projektu podporili viac ako 80 základných škôl sumou 243 000 eur.

Voda pre stromy

Už od roku 2012 pomáhame zalesňovať kalamitou zničené lesné porasty. Lidl venuje 1 cent za každú predanú 1,5 l fľašu minerálnej vody Saguaro na kúpu a výsadbu mladých sadeničiek. Lidl les sa rozprestiera v Nízkych a Vysokých Tatrách. V roku 2019 sa konal už 8. ročník projektu a opäť pomáhali aj naši zamestnanci. S aktívnou pomocou našich viac ako 60 kolegov sme mohli behom 3 dní vysadiť viac ako 8 500 stromčekov. V Lidl lese tak vďaka nám rastie už 1 000 000 nových stromčekov. A my vieme, že budeme pokračovať aj ďalej.



Hrášková polievka

Prevenencia je často dôležitejšia ako liečba. Zachytenie rôznych typov rakoviny vo včasnom štádiu často zaručí takmer 100 % šancu na vyliečenie. Aj preto Ministerstvo zdravotníctva SR vyhlásilo rok 2019 za Rok prevencie. Lidl bol v 2019 jeho exkluzívnym partnerom. Celej ročnej kampani sme dali vizuálnu podobu a výrazne sme ju komunikačne podporili. Zároveň sme vyvinuli špeciálny produkt – Hráškovú polievku v ružovom obale, ktorý kreatívne a pútavo informoval o dôležitých a konkrétnych informáciách o prevencii rakoviny prsníka. Hrášková polievka sa predávala vo všetkých predajniach Lidl v SR. Polievka sa nachádzala nielen v regáloch s ostatnými podobnými produktmi, ale aj pri pokladniach. Za každú predanú polievku venoval Lidl 5 centov na liečbu rakoviny prsníka.

Mladí vinári

Žiaci Strednej odbornej školy vinársko-ovocinárskej v Modre sa budú môcť ešte lepšie pripravovať na svoje budúce povolanie, a to vďaka príspevku 5000 eur od spoločnosti Lidl. Každý žiak si vďaka tejto finančnej podpore bude môcť vyrobiť svoje prvé vlastné víno. Podpora je výsledkom spolupráce, v rámci ktorej Lidl zaradil koncom augusta 2019 do predaja štyri vína z produkcie spomenutej školy a zaviazal sa venovať 1 euro za každú predanú fľašu na skvalitnenie ich vzdelávacieho procesu.

Šport

Snažíme sa podporovať športové aktivity detí a mládeže. Lidl bol generálnym partnerom projektu Floorball SK LIGA 2018/2019 pod záštitou Nadácie TV JOJ s očakávanou účasťou viac ako 100 000 detí. Floorball SK LIGA objavuje medzi žiakmi mimoriadne športové talenty, motivuje ich k športovej aktivite a k rozvíjaniu zručností a schopností. Ide o najväčší školský športový projekt na Slovensku.



Sortiment

Naše dlhodobé ciele:

- Kontinuálne zvyšovanie množstva produktov s certifikáciou trvalej udržateľnosti v našom stálom sortimente i v časovo obmedzených ponukách.
- Zníženie priemerného množstva pridaného cukru a soli vo výrobkoch vlastných značiek o 20 % do roku 2025.
- Zvýšenie hodnoty výrobkov nakúpených od slovenských dodávateľov o 20 % do roku 2020 v porovnaní s obchodným rokom 2017.

Zaujíma nás príbeh každého čajového lístka či zrnka kávy. Nechceme predávať len obyčajné potraviny, vieme, že môžeme našim zákazníkom ponúknuť oveľa viac. Preto uvádzame na trh čoraz väčšiu škálu produktov, ktoré prinášajú kvalitu s dobrým pocitom. Dobrým, pretože ich kúpou zákazníci podporujú nielen udržateľné pestovateľské metódy, ale tiež zabezpečenie férových pracovných podmienok pre farmárov a šetrný prístup k prírode. Ako výsledok našej snahy nájdete v našom sortimente z roka na rok čoraz viac produktov s certifikáciou BIO, UTZ, FSC, Rainforest Alliance, Fairtrade či MSC.

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. Zároveň sme dodávateľom aktívne komunikovali naše CSR ciele. Aby sa na dosiahnutie týchto cieľov naši dodávatelia mohli pripraviť, zverejnili sme v roku 2019 naše komplexné stanoviská v oblasti nákup, ktorými sa snažíme zabezpečiť vysokú kvalitu a bezpečnosť našich výrobkov. V roku 2019 bolo zverejnených 10 stanovísk k rozličným témam (napr. káva, čaj, ryby, kvety, vajíčka). Všetky sú verejne dostupné tu: <https://www.spolocenskazodpovednost.sk/sortiment/mantra-spolocenskej-zodpovednosti>.



Nerobíme kompromisy medzi kvalitou a cenou a zdravie našich zákazníkov je pre nás na prvom mieste. Pri testovaní svojich výrobkov náš tím kontroly kvality každý deň intenzívne pracuje na tom, aby produkty, ktoré ponúkame spĺňali tie najvyššie štandardy. Vykonávame analýzy v spolupráci s nezávislými a akreditovanými laboratóriami. Dávame si záležať na kvalite produktov našich vlastných značiek. Reagujeme na špeciálne dietologické potreby. Náš cieľ do roku 2025 je zredukovať priemerné množstvo pridaného cukru a soli vo výrobkoch pod našimi vlastnými značkami o 20 %, aby to však nemalo vplyv na chuť (ide najmä o produkty pre deti). V 2018 sme zaradili do nášho sortimentu vajíčka z voľného chovu a zároveň sme si stanovili cieľ, že do roku 2025 už nebudeme predávať vajcia od sliepok z klieťkových chovov, ani tieto vajcia nebudú používané v zložení produktov našich vlastných značiek. V tomto roku sme tiež do ponuky zaradili bezéčkový rožok, ktorý ako prvý potravinársky reťazec na Slovensku ponúkame vo všetkých svojich predajniach.

Neustále sa snažíme zvyšovať podiel slovenských produktov v našom stálom sortimente a zároveň pomáhame slovenským dodávateľom exportovať do zahraničia.



Dodávateľia

Významnou súčasťou Lidl života je výber, komunikácia a rokovanie s našimi dodávateľmi. Naše obchodné vzťahy neustále zlepšujeme a rozvíjame. Všetky naše kvalitatívne štandardy sú dlhodobé, transparentné a vedú k pevným obchodným vzťahom. Hlavnou témou pre nás je podpora slovenských dodávateľov a presadzovanie CSR princípov v našom dodávateľskom reťazci.

Dodávateľia musia spĺňať tri základné kritéria: kvalita, schopnosť pravidelne dodávať nami požadované množstvá a cena. Výber dodávateľov je vždy transparentný a férový.

Riadime sa pri tom národnou legislatívou aj svojim etickým kódexom. Etický kódex je súčasťou 100 % našich zmlúv o spolupráci. Záleží nám na podmienkach, v ktorých pracujú nielen naši zamestnanci, ale aj zamestnanci našich dodávateľov. Dištancujeme sa od dodávateľov, ktorí nie sú v súlade s týmto stanoviskom a odmietajú podporiť trvalú udržateľnosť. Naši nákupcovia sú vyzývaní a vedení k nákupu produktov a uzatváraniu zmluvných vzťahov len v súlade s našimi princípmi.

Sme členom Iniciatívy dodávateľského reťazca (Supply Chain Initiative), v rámci ktorej sa zaväzujeme k férovým praktikám v dodávateľskom reťazci. Zároveň sme členom iniciatívy Business Social Compliance Initiative (BSCI), ktorá hovorí o dodržiavaní ľudských práv a opisuje hlavné zásady v oblasti podnikania.

Náš diskontný reťazec je jedným zo zakladajúcich členov Slovenskej aliancie moderného obchodu (SAMO). V júni 2016 sa združenie stalo riadnym členom európskeho profesijného združenia obchodníkov EuroCommerce.

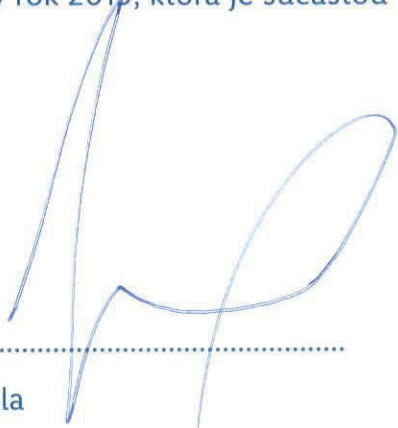
Transparentnosť je dôležitým krokom k zlepšeniu vzťahov v dodávateľskom reťazci, preto sme už v obchodnom roku 2017 ako prvý obchodný reťazec zverejnili zoznam viac ako 600 dodávateľov textilu, obuvi a ich hlavné výrobné miesta. Tento zoznam sa aktualizuje každých šesť mesiacov. Zoznam dodávateľov je k dispozícii na adrese <https://www.lidl.de/de/sortiment-verantwortung-in-der-nonfood-lieferkette/s7377409>



Neustále sa snažíme zvyšovať podiel slovenských produktov v našom sortimente. V obchodnom roku 2019 sme v tomto smere využili akciu „Vyrobené na Slovensku“, v letákoch máme vždy „5 cenových hitov zo Slovenska“ a taktiež sme opäť spustili výzvu na slovenských dodávateľov „Dajte o sebe vedieť“. V rámci tvorby svojho sortimentu pri dvoch identických ponukách vždy uprednostníme slovenského dodávateľa.

Podrobnejšie informácie o trvalej udržateľnosti v Lidli a o aktuálnych projektoch spoločenskej zodpovednosti nájdete na webovej stránke www.spolocenskazodpovednost.sk.

Výročná správa je zhotovená v súlade s §20 Zákona o účtovníctve č. 431/2002 Z.z. a informácie v nej uvedené sú ďalej doplnené v poznámkach k účtovnej závierke za obchodný rok 2019, ktorá je súčasťou Výročnej správy.



Matúš Gála

Generálny riaditeľ spoločnosti
Lidl Slovenská republika v.o.s.



Katarína Matejovie

Konateľka za rezort
administratívy