



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

za obchodný rok 2020



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 prispôbuje 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

Ekonomický vývoj v roku 2020 bol výrazne ovplyvnený pandémiou koronavírusu. Za rok 2020 dosiahol pokles HDP na Slovensku 5,2 %, pričom v roku 2021 sa predpokladá rast 3,3 %. Pokles HDP v minulom roku bol spôsobený práve pandémiou koronavírusu. Pandémia avšak zreteľne nepostihla odvetvie, v ktorom spoločnosť podniká. Spoločnosť v dôsledku pandémie nezaznamenala pokles predaja a tržieb.

Druhá vlna pandémie stlmila rast HDP. Podobne ako v prvej vlne sa predpokladajú celoeconomické straty, ktoré zasiahnu najmä spotrebu domácností, kým export pravdepodobne ostane stabilný. Stabilný v druhej vlne pravdepodobne ostane aj trh práce, k v druhej polovici roka by už mal tvoriť aj nové pracovné miesta. Po ústupe pandémie stúpne ekonomika aj vďaka prostriedkom z Plánu obnovy a odolnosti EÚ.

Predikcia inflácie na rok 2021 je 1,1 %. Najväčší vplyv na vývoj inflácie má predovšetkým zníženie regulovaných cien energií ako aj rast cien ropy.



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. Aktuálne má spoločnosť vyše 11 500 predajní Lidl a viac ako 200 distribučných centier v 32 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 2020 tvorilo obchodnú sieť po celom Slovensku už 147 predajní, ktoré sú zásobované z troch logistických centier v Nemšovej, v Prešove a v Sereďi. Od vstupu na trh sa spoločnosti Lidl podarilo zaradiť sa medzi najvýznamnejšie firmy v oblasti maloobchodu na Slovensku. Spoločnosť nemala v roku 2020 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.



Hospodárske výsledky roku 2020

Spoločnosť dosiahla v obchodnom roku 2020 hospodársky výsledok pred zdanením podľa medzinárodných účtovných štandardov IFRS vo výške 126 371 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 spoločníkom.

Do vydania Výročnej správy Spoločnosť nezaznamenala udalosti osobitného významu, ktoré nastali po skončení obchodného roka 2020.

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 2020“ 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 2020 spoločnosť Lidl Slovenská republika vydala svoju tretiu Správu o trvalej udržateľnosti, ktorá obsahuje informácie a štatistiky o našich CSR aktivitách a projektoch za obchodné roky 2018 a 2019. Táto správa bola vyhotovená v súlade s medzinárodnou metodikou GRI Sustainability Reporting Standards (ďalej len GRI Standards) v „core“ verzii. Témy, ktoré CSR report obsahuje, boli vybrané na základe záverov komplexnej stakeholderskej analýzy so zákazníkmi, zamestnancami, dodávateľmi, médiami, a so zástupcami neziskového a štátneho sektora, ktoré prebehli na jeseň 2019. Súlad správy s metodikou GRI Standards bol na vybraných indikátoroch overený externým audítorm – spoločnosťou Ernst & Young Slovakia, spol. s r. o. Okrem súladu s metodikou bola overená aj kvantitatívna a kvalitatívna správnosť vybraných ukazovateľov. Zverejnenie materiálnych tém (Materiality Disclosures Service) podľa metodiky GRI Standards bolo navyše v roku 2020 overené priamo organizáciou Global Reporting Initiative v Holandsku.

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. 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 nastavenie CSR procesov, cieľov a aktivít nesie priamo generálny riaditeľ spoločnosti Matúš Gála. Za implementáciu CSR stratégie, ako aj komunikáciu so zainteresovaným stranami zodpovedá Úsek komunikácie. V rámci neho vzniklo v marci 2019 samostatné CSR oddelenie, ktoré tvoria dvaja zamestnanci. Komunikácia našich CSR hodnôt a záväzkov smerom k dodávateľom spoločnosti Lidl SR je od roka 2018 úlohou CSR manažéra pre oblasť nákupu. V rámci našej spoločnosti aktívne funguje aj širší CSR tím, ktorý tvoria zástupcovia jednotlivých rezortov a odborníci na udržateľné témy.



Cieľom vedenia spoločnosti Lidl je systematicky rozvíjať naše priority v oblasti trvalej udržateľnosti a zároveň zabezpečiť, aby boli v súlade s očakávaniami zainteresovaných strán, so situáciou na trhu aj hlavnou obchodnou činnosťou našej spoločnosti. Sústredíme sa na to, aby naše aktivity neboli iba jednorazovými projektami, ale aby išlo o dlhodobé iniciatívy, 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:

- Podporovať zdravý životný štýl, flexibilné formy práce a zvyšovať angažovanosť našich zamestnancov.
- Patriť medzi najlepšie platiacich zamestnávateľov v oblasti maloobchodu na Slovensku.
- Podporovať rozmanitosť a zvyšovať podiel žien v spoločnosti Lidl na všetkých úrovniach vedenia.
- Realizovať nové koncepty vzdelávania a efektívne poskytovať spätnú väzbu všetkým zamestnancom.
- Znižovať fluktuáciu a sústrediť sa na aktivity, ktoré prispievajú k rastu 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 zladíť 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“ a podporovať rozmanitosť. Preto aktívne počúvame svojich zamestnancov, ktorí sú pre nás tým najlepším zdrojom inšpirácie a nových nápadov, ako zmeniť naše podnikanie i celý svet k lepšiemu.

Stabilita, osobný rozvoj, férovosť. To sú len niektoré z hodnôt, ktoré sú vpísané v zamestnávateľskej DNA Lidla. Že nejde o prázdne slová potvrdzujú nielen tisícky zamestnancov diskontného reťazca, ale aj odborníci a verejnosť. Lidl získal na konci obchodného roka 2020 v poradí piate ocenenie Top Employer Slovensko a Top Employer Europe a po tretíkrát sa stal najzamestnávateľom v ankete spoločnosti Profesia.

Lidl zároveň v roku 2020 potvrdil, že tu je pre svojich zamestnancov v dobrých i náročných časoch. V ťažkom roku ovplyvnenom pandémiou COVID-19, kedy mnohé firmy museli obmedzovať svoju činnosť, niektoré ju dokonca žiaľ ukončili, dokázal Lidl vytvoriť viac ako 300 nových pracovných



miest na dobu neurčitú. Ďalších 550 ľudí angažoval reťazec na dobu určitú v súvislosti s výpomocou počas prvej a druhej vlny šírenia nového koronavírusu na Slovensku.

V súvislosti s pandémiou COVID-19 sme v obchodnom roku 2020 vyvíjali maximálnu snahu na ochranu zdravia svojich zákazníkov aj zamestnancov. Rúška, respirátory, dezinfekcie, vitamínové balíčky a tiež ochranné plexisklá, vyznačené rozostupy a mnohé ďalšie opatrenia sme zaviedli z vlastnej iniciatívy a aj vďaka tomu sa obchod nestal miestom, kde by sa koronavírus šírila. Po vypuknutí epidémie sme umožnili pracovníkom nad 65 rokov zostať doma s náhradou mzdy vo výške 100 percent ich priemerného zárobku. Rovnako sme finančne odmenili lojalitu a úsilie zamestnancov počas najkritickejšieho obdobia a finančne kompenzovali aj benefity, ktoré zamestnanci nemohli využiť z dôvodu nepriaznivej epidemiologickej situácie.

V rámci podpory politiky rozmanitosti platí v Lidli 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 roku 2019 pridal k iniciatíve Charta diverzity na Slovensku a o rok neskôr tiež k medzinárodnej iniciatíve Women's Empowerment Principles. Politiku diverzity a rozmanitosti presadzujeme aj pri nábore nových zamestnancov, kde máme stanovené tzv. NO GO otázky. Všetci naši recruiteri aj manažéri, ktorí vedú pohovory, absolvujú v tomto smere pravidelné školenia na témy, akými sú nediskriminácia či nevedomé predsudky. V rámci kontroly našich pravidiel realizujeme „mystery recruiting“. Dôležitou témou pre našu spoločnosť v roku 2021 bude podpora žien vo vedení.

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. V obchodnom roku 2020 sme pokračovali v Trendy skills workshopoch na témy agilita, integrita a diverzita. Spätnú väzbu prostredníctvom projektu Talent Management dostalo aj v poslednom obchodnom roku 100 %



našich zamestnancov. Za najväčšiu výzvu pre obchodný rok 2021 považujeme digitalizáciu vzdelávania.

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. To sa ukázalo aj počas pandémie COVID-19, kedy všetci zamestnanci, ktorým to pracovná náplň umožňovala, prešli plynulo na prácu z domu. V obchodnom roku 2020 sme tiež spustili nový moderný online portál „Lidl benefits“, v rámci ktorého si môžu všetci naši zamestnanci pohodlne vybrať zaujímavé benefity zo 6 oblastí: Zdravie, Rodina, Výhodný nákup, Kultúra, Lidl MERCH a Ostatné. Portál funguje na kreditovom princípe.

Všetky vyššie spomenuté kroky smerujú k pozitívnej reakcii našich zamestnancov, k zníženej fluktuácii a prispievajú k angažovanosti zamestnancov v dobrovoľníckych aktivitách. V obchodnom roku 2020 sme zrealizovali letnú zbierku šatstva, počas ktorej sme vyzbierali približne 1000 kilogramov oblečenia a drogérie a pomohli tak 500 ľuďom v núdzi. V septembri 2020 sme zorganizovali prvú dobrovoľnícku akciu v rámci nášho nového projektu Nenechajme to plávať. Viac ako 20 zamestnancov spolu s generálnym riaditeľom spoločnosti Lidl SR vyzbieralo desiatky vriec odpadu z okolia vodnej nádrže Ružín.

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“. Novinkou za obchodný rok 2020 je najmä digitalizácia compliance školení a tiež vytvorenie nových prierezových školení „Od nápadu k zmluve“ pre jednotlivé odborné úseky (zatiaľ pilotne pre HR úsek). V roku 2020 sme tiež spustili nový program kontroly obchodných partnerov „ID Prove“. Jeho cieľom je kontrolovať tie



obchodné vzťahy voči rizikám compliance, ktoré majú hodnotu viac ako 12 500 eur bez DPH alebo u ktorých poznáme riziko compliance už pred vznikom obchodného vzťahu.

Všetky etické podania doručené v 2020 boli dôsledne prešetrené.



Životné prostredie

Naše dlhodobé ciele:

- Obmedziť používanie plastov v našom podnikaní o 20 % do roku 2025.
- Zabezpečiť maximálnu recyklovateľnosť 100 % plastových obalov našich vlastných značiek do konca roka 2025.
- Znižovať množstvo skládkovaných odpadov a zvyšovať mieru recyklácie v našom podnikaní.
- Zvýšiť podiel kamiónov na CNG/LNG pohon v našej firemnej flotile na 40 % do roku 2025.
- Pokračovať v modernizácii a výstavbe našich budov s ohľadom na trvalú udržateľnosť a ochranu životného prostredia.

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.

Pre hlavnú činnosť spoločnosti Lidl, ktorou je obchodovanie s potravinami, sú nevyhnutné prepravné a obalové materiály. Plne si uvedomujeme, že každý, kto do svojho cyklu zavedie plasty, nesie zodpovednosť aj za ich ďalšie využitie. Preto sme sa dlhodobo zaviazali tieto zdroje zhromažďovať, triediť a recyklovať. Naša plastová stratégia je tiež v súlade so stratégiou REset Plastic, ku ktorej sme sa zaviazali ako súčasť Skupiny Schwarz. V rámci jej vízie „Menej plastov – uzavreté cykly“ staviame naše aktivity na týchto 5 pilieroch:

- REduce – redukuje plasty tam, kde je to možné a udržateľné. Nie iba v rámci balenia!
- 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 informácií nájdete na: www.reset-plastic.com.

V rámci našich aktivít spojených s redukciou plastov ročne ušetríme stovky 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 (-125 ton) a jednorazový plastový riad (-38 ton) a upravili obaly nealkoholických nápojov (-216 ton), pracích gélov (-10 ton) či orechov a sušených plodov (-5 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 obchodnom roku 2020 sme opäť vytriedili takmer všetky prepravné obalové materiály, ktoré zostávajú v našich predajniach a logistických centrách – papier, kartón, fólie, plast či drevo. Okrem toho sme zrecyklovali aj akumulátory, kovošrot a opätovne využiteľné textílie. Dohromady sme tak dali druhú šancu viac ako 27 000 tonám hodnotných materiálov.

V obchodnom roku 2020 sme pokračovali aj v našich projektoch spojených s redukciou papiera. V júni 2020 sme zrušili distribúciu týždňových papierových Lidl letákov do domácností, čím ročne ušetríme 1 700 ton papiera. Zdigitalizovali sme tiež ďalšie interné dokumenty (napr. žiadosť o vystavenie faktúry, žiadosť o cestovné náhrady, kniha jász) a všetky informácie sa našim zamestnancov snažíme komunikovať online cestou - cez mobilnú aplikáciu We are Lidl, intranet LidlNet, digitálne nástienky 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. Pri našom podnikaní preferujeme obnoviteľné zdroje energií. Na vybraných predajniach máme nainštalované fotovoltaické panely na výrobu elektrickej energie (Svit, Levoča, Veľké Kapušany, Košice, Sobrance, Kráľovský Chlmec) či nabíjacie stanice pre elektromobily (Bratislava – Trenčianska, Bratislava – Podunajské Biskupice, Nová Dubnica – Na Hlinách). Všetkých našich 147 predajní na Slovensku využívalo v roku 2020 výhradne LED osvetlenie.



Znižovanie emisií je pre nás jednou z dôležitých ciest ako ochrániť životné prostredie, pričom veľký potenciál vidíme v cestnej doprave. Aj preto ako jeden z priekopníkov v oblasti ekologickej logistiky na Slovensku už tretím rokom využívame kamióny s alternatívnym pohonom. Na konci obchodného roka 2020 tvorili kamióny s CNG, LNG či hybridným pohonom 15 % našej vozovej flotily. Cieľom pre rok 2021 je zvýšiť tento podiel na 20 %. Medzi ďalšie kroky, ktorými snažíme minimalizovať našu uhlíkovú stopu v doprave patrí maximalizácia vyťaženia kamiónov a optimalizácia ich trás.

Ako jeden z najvýznamnejších predajcov potravín na Slovensku sme sa aj v roku 2020 aktívne zaoberali témou redukcie potravinového odpadu. V rámci tejto oblasti máme nastavených viacero procesov s cieľom znížiť naše odpisy. Medzi tieto kroky patria efektívne objednávkové procesy a schémy pečenia, vzdelávania zamestnancov, zľavy na potraviny pred dátumom spotreby či darovanie potravín v spolupráci s Potravinovou bankou Slovenska.

Naše nové projekty v oblasti životného prostredia za rok 2020:

Bude z toho haluz

V júni 2020 sme v dvoch našich predajniach (Bratislava – Ružinovská, Bratislava – Trenčianska) spustili pilotný projekt zálohovania PET fliaš a plechoviek pod názvom Bude z toho haluz. Obyvatelia ružinovskej mestskej časti môžu životnému prostrediu pomôcť hneď dvakrát – majú istotu, že odovzdané obaly od nápojov budú správne recyklované a naša spoločnosť sa navyše zaviazala prispieť 10 centami za každý odovzdaný obal na obnovu zelene v miestnom parku Ostredky. Cieľom projektu je podporiť verejnú debatu o potrebe recyklácie odpadov v domácnostiach a tiež príprava obyvateľov na zákonný proces zálohovania PET fliaš a plechoviek, ktorý bude platiť od 1. januára 2022. Do konca obchodného roka 2020 sa nám vďaka projektu Bude z toho haluz podarilo zozbierať a zrecyklovať viac ako 50 000 nápojových obalov.

Nenechajme to plávať

Každý deň robíme množstvo rozhodnutí, ktoré majú vplyv na životné prostredie. Každý deň, každý jeden z nás rozhoduje o tom ako bude vyzeráť naša príroda. Mnohé z týchto rozhodnutí si ani neuvedomujeme, na osud našej krajiny pritom majú zásadný vplyv. Nenechajme to plávať. Tak



zníe názov kampane, ktorú sme v septembri 2020 spustili v spolupráci so Slovenským vodohospodárskym podnikom. Cieľom kampane je prispieť k čistejším slovenským riekam a vodným tokom. Veľký podiel plastového odpadu tvoria na prvý pohľadom nenápadné, no všadeprítomné plastové vrecká, ktoré sú najčastejšie používané na balenie ovocia, zeleniny či pečiva. Určené sú na jedno použitie a svoj účel teda splnia krátko po opustení obchodu. Ak sa však dostanú do prírody, potrvá aj desiatky rokov kým sa rozložia. Ich nadbytočné používanie znečisťuje naše rieky a my sme si vedomí, že čistotu slovenských vôd máme doslova vo svojich rukách. Preto sme pustili projekt Nenechajme to plávať, v rámci ktorého dávame našim zákazníkom na výber – ak plastové vrecko pri nakupovaní v našich predajniach skutočne potrebujú, môžu zaň dobrovoľne zaplatiť jeden cent. My následne vyzbieranú sumu zdvojnásobíme a prispejeme ňou Slovenskému vodohospodárskemu podniku na čistenie slovenských riek a vodných nádrží. Do čistenia vodných tokov plánujeme formou dobrovoľníctva zapájať aj našich zamestnancov. Prvá čistiaca akcia sa uskutočnila v septembri 2020 a bola spojená s tlačovou konferenciou k spusteniu projektu. Zúčastnilo sa jej 20 našich zamestnancov, ktorí spoločne s generálnym riaditeľom spoločnosti Lidl vyzbierali desiatky vriec odpadu z Vodnej nádrže Ružín.

Spoločnosť

V obchodnom roku 2020 sme mali na Slovensku 147 predajní v 92 mestách Slovenska. Či je to Kráľovský Chlmec alebo Trnava – 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 2020 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 5 000 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 (inkubátory so špeciálnym vírusovým filtrom) v hodnote takmer 1 000 000 eur. Za 6 ročníkov projektu Dobré rozprávky získali slovenské nemocnice život zachraňujúce prístroje v celkovej hodnote takmer 5 500 000 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 2020 sme vďaka tomuto projektu pomohli viac ako 50 rodinám zakúpiť zdravotné pomôcky, rehabilitácie či uhradiť náklady na cestovanie za lekáskymi 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 5 ročníkov projektu si slovenské mestá a mestské časti vybojovali 50 moderných detských ihrísk Žihadielok v celkovej hodnote viac ako 4,35 milióna eur. Výstavba posledných 10 ihrísk z 50 bola kvôli pandémie COVID-19 presunutá na rok 2021. O tom, kde budú ihriská postavené, rozhodujú priamo ľudia verejným hlasovaním. Počas 5 ročníkov projektu bolo odovzdaných celkovo viac ako 20 miliónov hlasov. Viac na www.zihadielko.sk.



VÁŠ NÁKUP = VEĽKÁ POMOC

Chceme byť dobrým susedom a preto podporujeme základné a spojené školy, ktoré sa nachádzajú v okolí našich novootvorených predajní. V prvý deň otvorenia venujeme za každú nákup v hodnote nad 10 eur 1 euro na obstaranie didaktických a športových potrieb pre základné a spojené školy podľa ich vlastného výberu. V obchodnom roku 2020 sme podporili dohromady 8 škôl vybavením v hodnote 24 000 EUR. Od roku 2015 sme prostredníctvom tohto projektu podporili viac ako 90 základných škôl sumou takmer 300 000 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 Saguario na kúpu a výsadbu mladých sadeničiek. Lidl les sa rozprestiera v Nízkych a Vysokých Tatrách a dnes v ňom vďaka našim zákazníkom rastie až 1 250 000 nových stromčekov, z toho 185 000 sadeničiek bolo vysadených v obchodnom roku 2020. A my vieme, že budeme pokračovať aj ďalej.

Mladí vinári

Žiaci Strednej odbornej školy vinársko-ovocinárskej v Modre sa opäť môžu ešte lepšie pripravovať na svoje budúce povolanie, a to vďaka nášmu spoločnému projektu „Kupuj biele, bude červené“, ktorý prebehol v septembri 2020. Práve v tomto mesiaci Lidl zaradil do predaja štyri biele vína z produkcie vyššie spomenutej SOŠ a za každú predanú fľašu venoval škole 1 euro na ďalšie skvalitnenie vzdelávacieho procesu. Vďaka tomuto projektu sme v obchodnom roku 2020 škole venovali finančné prostriedky v hodnote 5 000 eur, ktoré škola využije na nákup barikových sudov určených na výrobu červeného vína.

Podel' sa a pomôž

Ako jeden z najväčších potravinových reťazcov na Slovensku cítime zodpovednosť podieľať sa aj na riešení chudoby, sociálneho vylúčenia a s nimi spojenej potravinovej deprivácie. Preto sme sa rozhodli, spolu s našimi zákazníkmi, spustiť nový dlhodobý projekt potravinovej pomoci



pod názvom Podel sa a pomoz. Zbierka potravín prebieha od 1. októbra 2020 vo všetkých predajniach Lidl v SR, ktorých bolo v obchodnom roku 2020 už 147. Zákazníci majú možnosť, po zaplatení svojho nákupu, venovať časť nakúpených trvanlivých a suchých potravín do špeciálne označeného koša, ktorý je priamo v predajni, v zóne za pokladnicami. Každý koš je označený nielen logom spoločnosti Lidl a názvom projektu „Podel sa pomoz“, ale aj špeciálnym plagátom s názvom organizácie, ktorej zozbierané potraviny pravidelne odovzdávame. Každý kto do zbierky prispeje, je transparentne informovaný o tom, komu jeho potravinová podpora pomôže a podporí tak komunitu priamo vo svojom meste, resp. v jeho blízkom okolí. Do projektu je zapojených viac ako 90 neziskových a mestských organizácií. Za obchodný rok 2020 sme spolu s našimi zákazníkmi venovali organizáciám 2 300 veľkých nákupných vozíkov s trvanlivými potravinami v hodnote viac ako 340 000 eur.

Sortiment

Naše dlhodobé ciele:

- Kontinuálne zvyšovať množstvo produktov s certifikáciou trvalej udržateľnosti v našom stálom sortimente i v časovo obmedzených ponukách.
- Znížiť priemerné množstvo pridaného cukru a soli vo výrobkoch vlastných značiek o 20 % do roku 2025.
- Zvýšiť hodnotu výrobkov nakúpených od slovenských dodávateľov o 30 % do roka 2025 v porovnaní s obchodným rokom 2019.

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, začali sme od roku 2019 zverejňovať naše komplexné stanoviská v oblasti nákup, ktorými sa snažíme zabezpečiť vysokú kvalitu a bezpečnosť našich výrobkov. Do konca obchodného roka 2020 bolo zverejnených 15 stanovísk k rozličným témam (napr. káva, čaj, ryby, kvety, vajíčka, ľudské práva, vodná politika). 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.

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.

V marci 2020 sa celá Skupina Schwarz vrátane spoločnosti Lidl pridala k iniciatíve UN Global Compact. Svojim partnerom sme tak vyslali jasný signál, že budeme ustavične pracovať na zlepšovaní sociálnych a ekologických štandardov v celom svojom hodnotovom reťazci. Ako signatári sme sa zaviazali aktívne implementovať jej 10 hlavných princípov zodpovedného a udržateľného podnikania, medzi ktoré patrí aj ochrana ľudských práv, eliminácia diskriminácie či právo na kolektívne vyjednávanie.



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.spolocenskazodpovednost.sk/aktualita/dodavatelja/transparentnost-v-nepotravinovom-dodavateľskom-retazci>

Neustále sa snažíme zvyšovať podiel slovenských produktov v našom sortimente. V obchodnom roku 2020 sme v tomto smere opäť 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.

Na konci obchodného roka 2020 sme prišli na trh s novou privátnou značkou „Slovenskô“, ktorá zastrešuje produkty výlučne od slovenských dodávateľov a vyzdvihuje regionálne špeciality.

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 2020, ktorá je súčasťou Výročnej správy.



A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized 'M' and 'G'.

Matúš Gála

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

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Katarína Matejovic'.

Katarína Matejovic

Konateľka za rezort
administratívy