



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

za obchodný rok 2021



Základné informácie

Spoločnosť Lidl vstúpila na slovenský trh v septembri 2004, kedy v krajine otvorila svojich prvých 14 predajní. Vďaka dynamickej expanzii sa ich počet do konca roka zvýšil na 39. Na konci obchodného roka 2021 tvorilo obchodnú sieť Lidl 155 predajní v 92 mestách na Slovensku. V rovnakom obchodnom roku sme oslávili 17. výročie pôsobenia spoločnosti Lidl na Slovensku.

Predajne sú zásobované tromi logistickými centrami – v Nemšovej, Sereďi a Záborskom.

Vývoj spoločnosti a trhu.

Od vstupu na trh sa spoločnosti Lidl podarilo zaradiť sa medzi najvýznamnejšie firmy v oblasti maloobchodu na Slovensku. Spoločnosť nemala v roku 2021 žiadnu organizačnú zložku v zahraničí.

Ekonomický vývoj v roku 2021 bol výrazne ovplyvnený pandémiou koronavírusu a prvý štvrtrok roka 2022 vojnou na Ukrajine. Za rok 2021 dosiahol rast HDP na Slovensku 3,02 %, pričom v roku 2022 pri optimistickom scenári nás čaká obdobie, keď by mal byť rast hospodárstva v rozpätí 2 až 3 %, pričom inflácia by mala vrcholiť približne na úrovni 10 %.

Toto je za predpokladu, že sa vojnová situácia vyrieši v priebehu najbližších týždňov. V horšom prípade, v ktorom by sa vojna ťahala dlhšie obdobie, je riziko, že rast slovenskej ekonomiky sa prechodne zastaví.

Inflácia by mala zostať v tomto roku tesne pod 8 %, v ďalšom roku odhadu jeme v scenároch s vojnou jej zrýchlenie na 10 až 14 %. Inflačný výhľad je spojený s veľkou neistotou, ktorú vytvárajú komoditné trhy. V uplynulom období výrazne narástli trhové ceny plynu, čo by sa malo prejaviť v regulovaných cenách od januára budúceho roku.



Okrem toho pravdepodobne príde k nedostatku niektorých komodít a zvýši sa tlak na ceny potravín. Nadmerne rastúce ceny vstupov sa prenesú aj do cien iných tovarov a služieb. Spoločnosť neočakáva, že uvedené predikcie ekonomického vývoja budú mať významný negatívny vplyv na spoločnosť.

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 12 100 predajní Lidl a viac ako 200 distribučných centier v 32 krajinách sveta. Významným míľnikom v roku 2017 bol vstup na americký trh. 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 2021

Spoločnosť dosiahla v obchodnom roku 2021 hospodársky výsledok pred zdanením podľa medzinárodných účtovných štandardov IFRS vo výške 147 382 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.



Dňa 6.5.2022 bol Matúš Gála rozhodnutím jediného spoločníka spoločnosti odvolaný z funkcie konateľa. Zároveň dňa 6.5.2022 rozhodnutím jediného spoločníka spoločnosti bol menovaný konateľom spoločnosti Adam Miszczyszyn.

Do vydania Výročnej správy Spoločnosť nezaznamenala žiadne ďalšie udalosti osobitného významu, ktoré nastali po skončení obchodného roka 2021.

Spoločenská zodpovednosť v Lidli

Boj proti globálnemu otepľovaniu, Ochrana životného prostredia a prírodných zdrojov je oblasťou, ktorá je pre Slovákov v rámci spoločenskej zodpovednosti najdôležitejšia. V nedávnom reprezentatívnom prieskume agentúry IPSOS sa v tomto duchu vyjadrilo až 44% opýtaných. Veľká väčšina spotrebiteľov zároveň deklaruje ochotu nakupovať výrobky šetrné k životnému prostrediu.

Je nevyhnutné sledovať aktuálny spoločenský vývoj, a štúdium nových poznatkov z oblasti zdravotníctva, vedy a techniky by malo byť samozrejmosťou. Takýmto spôsobom vie firma naplniť očakávania zákazníka a upriamiť ho na dôležité environmentálne a spoločenské témy. Spoločnosť Lidl sa snaží zákazníkov neustále vzdelávať, čo znamená trvalá udržateľnosť v praxi. Chce ich tak motivovať k nakupovaniu zdravších alternatív obľúbených produktov, sledovaniu etikiet a certifikácií a podpore CSR projektov, ktorými sa Lidl snaží prinášať pozitívnu zmenu na Slovensku. Uvedomuje si aktuálne výzvy, ktorým čelí ako firma, spoločnosť, či svet ako taký. Udržateľnosť Lidl napĺňa vo vzťahu k produktom (zloženie, balenie, výroba, transport atď.), k zamestnancom a zákazníkom, dodávateľom, životnému prostrediu, spoločnosti, vo vzťahu ku každodennému internému fungovaniu, pri výstavbe a chode svojich predajní či skladov, pri nákupe energií a všeobecne surovín. Podstatou je, že udržateľnosť je v Lidli súčasťou core businessu.



Pandémia ukázala podstatnú vec a síce, že je možné fungovať udržateľnejšie, ohľaduplnejšie k životnému prostrediu. Lidl má dlhodobo nastavenú jasnú stratégiu v oblasti redukcie, nahrádzania a recyklácie plastov – REset Plastic. V rámci nej sa zaviazal znížiť objem používaných plastov vo svojom podnikaní o 20% a súčasne dosiahnuť maximálnu recyklovateľnosť plastových obalov vlastných značiek do roku 2025. Pribudlo odstránenie čiernych plastov a používanie v priemere 20% recyklátu v obaloch vlastných značiek. Objavili sa aj prvé minerálne vody, ktorých obaly sú čiastočne vyrobené z recyklátu. V rámci svojej prevádzkovej činnosti chce Lidl dosiahnuť uhlíkovú neutralitu v roku 2022. Cieľom je znižovať aj objem používaného papiera. Diskont rozhodol o zrušení distribúcie pravidelných týždňových letákov do domácností a okrem „Bude z toho haluz“ spustil aj ďalší projekt v oblasti zodpovedného používania plastov „Nenechajme to plávať“ – (za rok spotreba sáčkov klesla o tretinu). Obchodný reťazec kladie dôraz na trvalú udržateľnosť aj pri výstavbe a prevádzke predajní a logistických centier. Všetky predajne používajú úsporné LED technológie pri osvetlení a vo všetkých svojich budovách sa spolieha výlučne na energiu z obnoviteľných zdrojov, z produkcie vodných elektrární. Kým teraz máme 9 predajní s fotovoltickými panelmi, do februára 2023 plánujeme tento počet zvýšiť na 23 a ročne usporiť až 320,80 tony CO₂. Naším cieľom je inštalácia fotovoltických panelov na každej novej predajni. Dlhodobo využívame zelený energetický mix a aj vďaka tomu dosiahneme v tomto roku uhlíkovú neutralitu z prevádzkovej. V roku 2016 v Seredi Lidl otvoril jedno z najekologickejších logistických centier v Európe, ktoré získalo prestížny medzinárodný environmentálny certifikát BREEAM v najvyššom stupni Outstanding.

Rovnako zaviedol systém energetického manažérstva ISO 50001. Vďaka nemu môže lepšie identifikovať oblasti s vyšším energetickým výdajom a zamerať sa na ich zefektívnenie a redukcii emisií. Vo svojej flotile má Lidl aj CNG/LNG kamióny (aktuálne 25%, do roku 2025 ich chce mať 50%). Podporuje elektromobilitu a má inštalovaných 23 nabíjacích staníc pre elektromobily, ktoré sú dostupné pre zákazníkov a 1 privátnu v logistickom centre Sered'. Lidl chce, aby si ľudia uvedomili, že každý jeden môže zmeniť svoje správanie. Preto svojich zákazníkov dlhodobo zapája do projektov a umožňuje im byť súčasťou niečoho veľkého.



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. Súlad správy s metodikou GRI Standards bol na vybraných indikátoroch overený externým audítorom – spoločnosťou Ernst & Young Slovakia, spol. s r. o. Okrem súladu s metodikou bola overená aj kvantitatívna a kvalitatívna správnosť vybraných ukazovateľov.

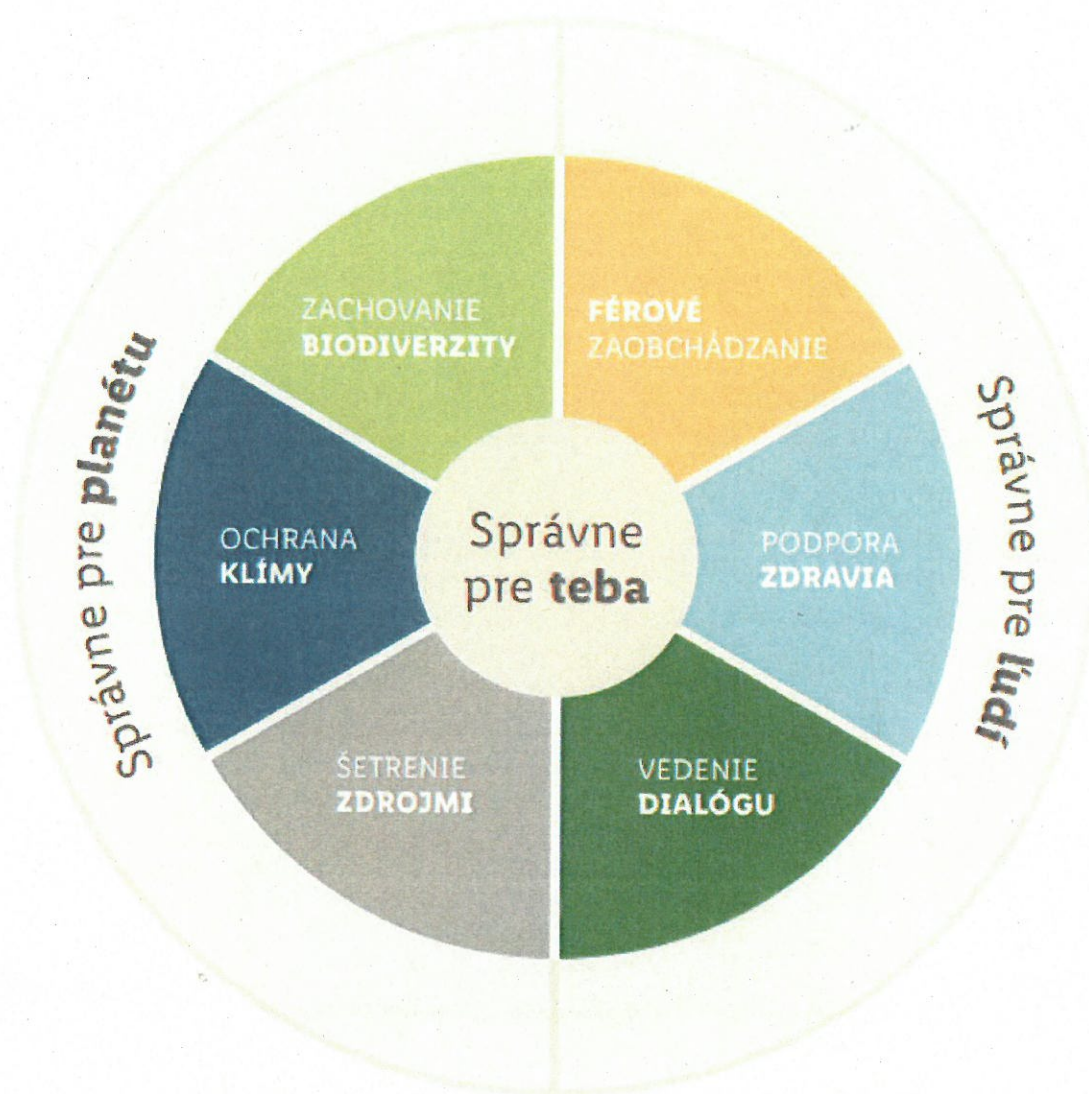
Lidl Slovensko je jednou z prvých Lidl krajín, ktoré publikovali svoju lokálnu správu o trvalej udržateľnosti. Vydávanie týchto správ je súčasťou globálneho Lidl programu CSR 2020, ktorého cieľom je umožniť každej krajine, kde Lidl pôsobí, s vykazovaním informácií o CSR. Takúto komplexnú správu zverejňujeme 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. Za implementáciu CSR stratégie, ako aj komunikáciu so zainteresovanými stranami zodpovedá Úsek komunikácie. V rámci neho vzniklo v marci 2019 samostatné CSR oddelenie. 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. V rámci ochrany klímy máme už dlhodobo stanovené ambiciózne ciele.



Klimatické zmeny a ich nepriaznivý dopad na našu planétu sú reálnou hrozbou pre budúcnosť ľudí. Vnímame to veľmi vážne a aj preto je to neoddeliteľná súčasť našej stratégie trvalej udržateľnosti. Skupina Schwarz je členom iniciatívy Science Based Target a zaviazala sa k sformulovaniu vedecky potvrdených klimatických cieľov. Stanovili sme si konkrétne ciele a opatrenia, ktorými plynule znížime emisiie CO₂ vytvorené prevádzkovou činnosťou, ako aj v celom dodávateľskom reťazci. Naš záväzok je najskôr zamedziť tvorbe emisií, potom zredukovať a tam, kde to nie je inak možné, ich kompenzovať. Je to uvedomenie si zodpovednosti, ktorú máme. Je to zodpovednosť nás všetkých. Chceme tu ísť príkladom. Okrem toho nabádame svojich dodávateľov k tomu, aby aj oni znižovali produkciu svojich emisií. Podľa analýz spoločností až 78% emisií je spôsobených práve výrobou produktov. Naše procesy už dlhšie nastavujeme tak, aby boli čo najohľadupľnejšie k životnému prostrediu a darí sa nám šetriť desaťtisíce ton emisií ročne. Lidl Slovenská republika plánuje dosiahnuť uhlíkovú neutralitu v rámci svojej prevádzkovej činnosti do konca roku 2022, kompenzáciou a emisií spôsobených prevádzkovou činnosťou prostredníctvom projektov na ochranu klímy.

Strategicky sa pozeráme na dve veľké problematiky: životné prostredie a ľudia, tie sa následne delia na šesť tém (životné prostredie – ochrana zdrojov, ochrana životného prostredia, ochrana biodiverzity; ľudia – angažovanie v dialógu, podpora zdravia a férový prístup) a tie následne na ďalších pätnást špecifických oblastí pôsobností. Pre každú z nich máme stanovenú konkrétnu stratégiu, ukazovatele a ciele.



Uvedomujeme si, že firma našej veľkosti má potenciál dosiahnuť reálnu zmenu a byť pre ostatných príkladom. Byť zodpovednou firmou je dnes povinnosť a zároveň veľký záväzok. V celej štruktúre strategicky dôležitých a trvalo udržateľných tém sa sústreďujeme 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 vo všetkých sférach.



Budujeme kvalitný a bezpečný SORTIMENT

Naším cieľom je ponúkať zákazníkom bezpečné, kvalitné a nutrične hodnotné produkty, ktoré boli vyprodukované s ohľadom na trvalú udržateľnosť. Lidl má stanovené konkrétne ciele aj v oblasti trvalej udržateľnosti svojho sortimentu privátnych značiek. V stálom sortimente sa nachádza približne dvetisíc produktov, pričom podiel vlastných značiek presahuje 80 percent. Priebežne rozširujeme ponuku vegetariánskych a vegánskych produktov, rovnako ako ponuku certifikovaných výrobkov, ktorých ponúkame v celom svojom sortimente približne 1 300. Produkty v biokvalite máme už od roku 2012. V roku 2018 sme ako prvý reťazec s celoslovenskou pôsobnosťou zaradili do svojho sortimentu „bezéčkový“ rožok a v roku 2019 k nemu pribudol aj „bezéčkový“ chlieb. Zákazníkom ponúkame aj mäsové výrobky bez konzervantov. Do konca roka 2022 chceme mať v potravinách výhradne RSPO certifikovaný segregovaný palmový olej. Kakao má byť stopercentne certifikované do konca roka 2022. Podiel certifikovanej kávy v Lidli bude do roku 2022 už 50 percent. Do konca roka 2022 budú certifikované všetky čierne, zelené a rooibos čaje, ktoré Lidl predáva pod vlastnými značkami. Záväzná stanoviská zverejňujeme aj pre ryby a kôrovce z voľného lovu, obaly a etikety svojich produktov, vajcia, kvety a rastliny. Do nášho sortimentu sme zaviedli klimaticky neutrálne produkty. Výsledkom je, že vybrané výrobky privátnych značiek Vemondo, W5 Eco, Cien Nature, Next Level a BIO sú odteraz ešte ekologickejšie. Do roku 2025 chceme znížiť priemerné množstvo pridaného cukru a soli vo výrobkoch vlastných značiek o 20 percent. Primárne sa pritom zameriavame na produkty, ktoré obľubujú deti. Prvé takéto výrobky sa už objavujú na pultoch.

Zákazník pri každom nákupe dostane Ekologický pokladničný blok, ktorý je vyrobený z inovatívneho modrého termo papiera s certifikátom FSC, ktorý je zárukou, že drevo na jeho výrobu pochádza z trvalo udržateľného lesného hospodárstva a recyklovať sa dá ako klasický papier.

Kontinuálne pracujeme na zdokonaľovaní našich kvalitatívnych štandardov, na získavaní medzinárodných certifikácií dodávateľov a preferujeme produkty vyrobené za férových podmienok a s ohľadom na životné prostredie.



Naše 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.**

Spolupracujeme s DODÁVATEĽMI

Usilujeme sa posilňovať vzťahy s dodávateľmi, podporovať lokálnu produkciu a hľadať spoločné riešenia, ktoré sú ohľaduplné k ľuďom aj prírode. Hlavnou témou pre nás je podpora slovenských dodávateľov a presadzovanie CSR princípov v našom dodávateľskom reťazci.

Dodávatelia 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.

Neustále sa snažíme zvyšovať podiel slovenských produktov v našom sortimente. V obchodnom roku 2021 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.

Máme privátnu značku „Slovenskô“, ktorá zastrešuje produkty výlučne od slovenských dodávateľov a vyzdvihuje regionálne špeciality.

Naše ciele:

- Etický kódex súčasťou všetkých zmlúv o spolupráci
- Podpora slovenských dodávateľov
- Férové obchodné podmienky
- Verejné stanoviská k zodpovednému nákupu

Chráňme ŽIVOTNÉ PROSTREDIE

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.

Využívame najmodernejšie technológie a postupy šetrné k životnému prostrediu. Neustále hľadáme zlepšenia a vzdelávame v tomto smere aj svojich zamestnancov a partnerov.

Zasadzujeme sa za výmenu starých technológií za ich ekologickejšie a efektívnejšie alternatívy, podporujeme výstavbu s ohľadom na prírodu a okolitú komunitu, podporujeme recykláciu odpadov a zelené logistické riešenia. 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.

Naše 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 50 % do roku 2025.
- Pokračovať v modernizácii a výstavbe našich budov s ohľadom na trvalú udržateľnosť a ochranu životného prostredia.



Podporujeme ZAMESTNANCOV

Lidl chce byť TOP zamestnávateľom na trhu a rozvíjať potenciál a angažovanosť zamestnancov. Podporujeme inovácie, podporujeme k výkonu a otvárame dvere novým myšlienkam. Za týmto účelom realizujeme pravidelný prieskum spokojnosti zamestnancov a poskytujeme spätnú väzbu každému. K našich kolegom pristupujeme rovnocenne a ponúkame im každý rok nové možnosti pre ich rozvoj a kariérny rast. Samozrejmosťou sú zdravé a bezpečné podmienky na pracovisku a projekty zvyšovania angažovanosti. **Predstavili sme historicky prvú ambasádorku pre diverzitu v rámci slovenského retailu a tému diverzity a inklúzie budeme aj naďalej rozvíjať. Snažíme sa aj našich zákazníkov neustále vzdelávať, čo znamená trvalá udržateľnosť v praxi.**

V súvislosti s pandémiou COVID-19 sme v obchodnom roku 2021 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.

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 náboe 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 2021 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.

Zamestnancom ponúkame moderný online portál „Lidl benefity“, v rámci ktorého si môžu všetci pohodlne vybrať zaujímavé benefity zo 6 oblastí: Zdravie, Rodina, Výhodný nákup, Kultúra, Lidl MERCH a Ostatné. Portál funguje na kreditovom princípe.

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“. Máme aktívny 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 obchodnom roku 2021 boli dôsledne prešetrené.

Naše 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



Pomáhame SPOLOČNOSTI

Už dlhodobo sa snažíme byť dobrým susedom všade, kde pôsobíme. Lidl reaguje na najväčšie spoločenské výzvy celoslovenskými projektmi, ktoré dlhodobo podporuje a rozvíja. Otvárame nové témy. Sledujeme aktuálnu situáciu na trhu a organizujeme pravidelne stakeholderské dialógy. Nepozeráme sa iba na úspechy, ale aj riziká.

Na Slovensku sme už zrealizovali mnoho veľkých projektov s pozitívnym dopadom, no uvedomujeme si, že s našou expanziou prichádzajú aj mnohé riziká. Lidl chce, aby si ľudia uvedomili, že každý jeden môže zmeniť svoje správanie. Preto svojich zákazníkov dlhodobo zapája do projektov a umožňuje im byť súčasťou niečoho veľkého. Či už ide o projekty ako Žihadielko (ľudia v hlasovaní rozhodnú kde ho Lidl postaví), Voda pre stromy (za každú predanú fľašu minerálnej vody Saguaro venuje 1 cent na obnovu slovenských lesov), Od začiatku v dobrých rukách (za každé predané balenie plienok Lupilu venuje Lidl 10 centov na pomoc zdravotne vážne znevýhodneným deťom vo veku do 3 rokov), Nenechajme to plávať, každoročný projekt Dobré rozprávky (v rámci ktorého venuje detským nemocniciam na Slovensku život zachraňujúce prístroje). Ukazuje sa, že cesta participatívnych CSR projektov je správna. Dôkazom je aj dlhodobá potravinová zbierka potravín „Podeľ sa a pomôž“, ktorá od októbra 2020 priniesla tým, ktorí to najviac potrebujú, potraviny v hodnote už viac ako 1.100.000 €.

Čoraz viac ľudí sa stáva ambasádorom našich CSR aktivít a vníma Lidl ako zodpovednú firmu. Touto cestou ich chceme motivovať k nakupovaniu zdravších alternatív obľúbených produktov, sledovaniu etikiet a certifikácií a podpore zodpovedných projektov, ktorými sa snažíme prinášať pozitívnu zmenu na Slovensku. Plány, ako našu snahu rozvíjať, máme na niekoľko rokov dopredu a vždy spolupracujeme s odbornými garantmi, pedagógmi, či medicínskymi špecialistami v danej oblasti.



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 2021, ktorá je súčasťou Výročnej správy.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'A. Miszczyszyn', written over a horizontal dotted line.

Adam Miszczyszyn

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

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Katarína Matejovie', written over a horizontal dotted line.

Katarína Matejovie

Konateľka za rezort
administratívy