



NA PUTU  
PREMA  
SUTRA



LIDL HRVATSKA  
**IZVJEŠTAJ O  
ODRŽIVOSTI**

2021./2022.





LIDL HRVATSKA

# IZVJEŠTAJ O ODRŽIVOSTI

2021./2022.





# SADRŽAJ

- 1. UVODNIK PREDSJEDNIKA UPRAVE ..... 5
- 2. MI SMO LIDL ..... 9
- 3. UPRAVLJANJE U LIDLU ..... 19
- 4. NAŠA STRATEGIJA ODRŽIVOSTI ..... 29
- 5. KAKO PREPOZNAJEMO ONO ŠTO JE VAŽNO ..... 37
- 6. ZAŠTITA KLIME ..... 45
- 7. POŠTIVANJE BIORAZNOLIKOSTI ..... 63
- 8. OČUVANJE RESURSA ..... 69
- 9. POŠTENO POSTUPANJE ..... 93
- 10. PROMICANJE ZDRAVLJA ..... 117
- 11. POTVRDA VANJSKE VERIFIKACIJE ..... 131
- 12. O OVOM IZVJEŠTAJU ..... 137
- 13. GRI INDEKS SADRŽAJA ..... 141

# 01

UVODNIK  
PREDSJEDNIKA  
UPRAVE

## UVODNIK PREDSJEDNIKA UPRAVE

Cijenjeni čitatelji,

stavljanje održivosti u središte poslovanja, odnosa s dionicima te brige za okoliš i klimu pristup je koji više nema alternativu. Klimatske promjene, obrasci proizvodnje i potrošnje koji trebaju voditi više brige o načinu korištenja resursa, socijalne nejednakosti te brojni drugi okolišni i društveni izazovi sve su prisutniji i sve više ovise ne samo o tome kako se o njima brinu vlade, nego i globalna poslovna zajednica.

Obveze pred kompanijama danas su usmjerene na pažljivo sagledavanje utjecaja na okoliš i društvo, posebno onih koji mogu ozbiljno narušiti stanje prirode i klime ili ljudska prava. Odgovornost koja je pritom pred njima dodatno ih obvezuje da svoje poslovanje uredi tako da svim svojim utjecajima upravljaju najbolje što mogu, istovremeno stvarajući novu vrijednost za dionike. Naša misija - osigurati vrhunske proizvode po najkonkurentnijim cijenama za kupce – opisuje što želimo postići. Naša strategija pak opisuje kako to planiramo realizirati. Tri njena temeljna stupa uključuju proizvode u našem asortimanu te način na koji ih zajedno s našim dobavljačima oblikujemo, ali i naše operativne procese, upravljanje lancem vrijednosti, interakcije s dionicima, od zaposlenika do lokalnih zajednica. Ciljevi koje smo postavili unutar strategije pomažu nam da slijedimo put prema još održivijem i odgovornijem poslovanju. Na koncu, transparentno i otvoreno izvještavamo o ciljevima koje smo postavili kako bismo preuzeli odgovornost za naše utjecaje na društvo, gospodarstvo i okoliš.

Predano radimo na tome da svojim poslovanjem povećamo vrijednost za društvo i dionike te da je iskoristimo za gradnju još otpornijeg i učinkovitijeg poslovanja. Naši planovi stoga uključuju daljnji rast i kreiranje još bolje ponude za hrvatske kupce, povećanje naše dostupnosti i efikasnosti. Širenje naše mreže trgovina uskoro planiramo ojačati i otvaranjem trećeg logističko-distribucijskog centra u Križu, čime ćemo biti još prisutniji u našim zajednicama. Također, u proteklom smo se razdoblju posebno usredotočili na stvaranje još kvalitetnijeg radnog iskustva za naše zaposlenike, nudeći im ne samo sigurno i poticajno mjesto za rad, nego i kulturu jednakosti, raznolikosti i uključivosti.

Odlučni smo nastaviti putem prema boljoj budućnosti koju smo zacrtali, a na stranicama koje slijede možete steći dobar uvid u naš napredak u posljednje dvije godine u ostvarenju naših ciljeva održivosti. Kako velike izazove možemo pobijediti samo zajedničkim radom, tako održivost za nas znači komunikaciju, suradnju i dijalog. Svaki korak koji poduzimamo želimo ostvariti u ozračju partnerskog i odgovornog rada, utemeljenog na otvorenosti i jednostavnosti pristupa. Vjerujemo da su ovi elementi ključni za postizanje dugoročnog održivog razvoja.

Cijenimo svaku povratnu informaciju koju dobijemo od naših dionika. Stoga, ako vas nešto u ovom izvještaju zainteresira, imate prijedloge ili ideje, javite nam se i pomozite nam da stvorimo bolje sutra zajedno.



S poštovanjem,

Boris Lozić

Predsjednik Uprave

Lidl Hrvatska

# 02

MI SMO  
LIDL

## MI SMO LIDL

Od dolaska na hrvatsko tržište 2006. godine, privlačimo kupce i zadržavamo njihovu vjernost ponudom kvalitetnih proizvoda po povoljnim cijenama, ali i ponudom koja naglašava važnost dosega održive proizvodnje i potrošnje, osviještene prehrane i svijesti o utjecajima našeg poslovanja na okoliš i društvo.

Lidl Hrvatska d.o.o.k.d. neizravna je podružnica Lidl Stiftung & Co. KG sa sjedištem u Velikoj Gorici. U Hrvatskoj Lidl posluje u više od stotinu trgovina te dva logističko-distribucijska centra u Jastrebarskom i Perušiću, a u gradnji je i novi logističko-distribucijski centar u Križu. Lidl u Hrvatskoj zapošljava više od 3.200 ljudi.

**3.207**  
POJEDINAČNIH  
ARTIKALA

ŠIROKA PONUDA PROIZVODA NAŠE  
ROBNE MARKE OBUHVAĆA

**76%**  
ASORTIMANA,  
PROIZVODA

**2.431**  
VLASTITE  
ROBNE MARKE

**2.135**  
POJEDINAČNIH  
PROMOTIVNIH  
ARTIKALA

PROIZVODI POD DRUGIM  
ROBNIM MARKAMA ČINE

**24%**  
ASORTIMANA

U STALNOM ASORTIMANU  
IMAMO

**1.481**

PREHRAMBENI PROIZVOD  
DOMAĆIH DOBAVLJAČA  
(34,1% STALNOG ASORTIMANA)

**128**

ORGANSKIH  
PREHRAMBENIH  
PROIZVODA TE  
SVJEŽEG VOĆA I  
POVRĆA U STALNOM  
ASORTIMANU

**363**

PROIZVODA U  
STALNOM I

**370**

U AKCIJSKOM  
ASORTIMANU  
NOSI CERTIFIKAT  
RAINFOREST  
ALLIANCE



**1.292**

PREHRAMBENIH PROIZVODA  
U AKCIJSKOM ASORTIMANU (12,3% STALNOG ASORTIMANA)

Lidl pridaje važnost jednostavnosti i pristupu temeljenom na jasnom procesu u svojim trgovinama i logističko-distribucijskim centrima. To znači da Lidl može svojim kupcima svaki dan ponuditi optimalnu vrijednost za novac.



## LIDL STIFTUNG & CO. KG

Lidl je dio Schwarz Grupe sa sjedištem u Neckarsulmu te jedan od vodećih lanaca za maloprodaju prehrambenih proizvoda u Njemačkoj i Europi. Lidl trenutno upravlja s više od 12.200 trgovina i više od 220 logističko-distribucijskih centara u 31 zemlji. Lidl ima zaposlenike i u Aziji. Trenutno ima ukupno oko 376.000 zaposlenih. Lidl Stiftung & Co. KG, čije je sjedište u Neckarsulmu u Njemačkoj, određuje okvir za operativno poslovanje u koordinaciji s nacionalnim kompanijama. Kao pružatelj sustava, odgovoran je za koncept i dizajn standardiziranih procesa.

**13.700** TRGOVINA

POSLOVNE  
AKTIVNOSTI U

**32** ZEMLJE

**TVRTKE  
SCHWARZ  
GRUPE**

TVRTKE SCHWARZ GRUPE  
ZAJEDNIČKI SU OSTVARILE  
UKUPNU PRODAJU OD

**154,1**

**MILIJARDI EURA** KRAJEM  
FISKALNE GODINE 2022.

**575.000** ZAPOSLENIKA

Podijeljene na proizvodne, maloprodajne i okolišne segmente, tvrtke Schwarz Grupe zajedno pokrivaju cijeli ciklus vrijednosti. Lidl i Kaufland su stupovi koncerna u maloprodaji hrane. Mnoge proizvode privatnih robnih marki na policama Lidla i Kauflanda, od sladoleda do pića, proizvodi Schwarz Produktion. Poseban naglasak stavljen je na korištenje održivih sirovina kao i na proizvodnju, korištenje i recikliranje okolišno prihvatljive ambalaže. Pružatelj usluga zaštite okoliša PreZero slijedi viziju zatvorenog kruga recikliranja u gospodarenju otpadom i tako pridonosi čišćoj budućnosti.

Schwarz Dienstleistungsgesellschaften, odjel za korporativne usluge, pruža administrativne i operativne usluge – na primjer usluge kontrolinga, financija, upravljanja ljudskim potencijalima ili IT-ja – za sve druge kompanije Schwarz Grupe.

## TVRTKE SCHWARZ GRUPE

DIJELE ZAJEDNIČKI RAZRAĐENU CSR STRATEGIJU I VIZIJU ODRŽIVOSTI

**„Globalno odgovorno djelovanje s raznolikošću“**

**Pod okriljem ove strategije zajedno slijede i provode različite aktivnosti u četiri fokusna područja:**

**LJUDI**

**KVALITETA  
PROIZVODA**

**KRUŽNI  
SUSTAVI**

**EKOSUSTAVI**



## NAŠ LANAC VRIJEDNOSTI

Kao maloprodajna tvrtka, Lidl Hrvatska djeluje na sučelju između proizvođača i potrošača. U ovoj ulozi ostvarujemo izravne i neizravne odnose s našim kupcima i širokim rasponom dobavljača u brojnim lancima nabave. Aktivnosti stvaranja vrijednosti koje prethode našem osnovnom poslovanju sežu do uzgoja i žetve primarnih poljoprivrednih proizvoda, kao i do stočarstva i akvakulture. Lanac vrijednosti proteže se od prerade sirovina do transporta robe do logističko-distribucijskih centara i trgovina. Ondje nudimo gotove proizvode potrošačima – našoj ključnoj skupini kupaca, koja je stoga također u središtu naših aktivnosti stvaranja vrijednosti koje proizlaze iz našeg osnovnog poslovanja.



Proizvodnja sirovina, prerada primarnih poljoprivrednih proizvoda te proizašli proizvodni i transportni procesi imaju utjecaj na okoliš i društvo. Želimo pridonijeti postupnom poboljšanju okolišnih i društvenih standarda. Zato radimo u partnerstvu s dobavljačima, smanjujemo korištenje sirovina gdje god je to moguće i uključujemo koncept zatvorenih petlji već u fazi proizvodnje. Lidl Hrvatska je također predan radu na poboljšanju životnih i radnih uvjeta za ljude u zemljama proizvodnje.

Lidl također želi utjecati na aktivnosti koje proizlaze iz našeg poslovanja. Konkretno, imamo priliku utjecati na ponašanje potrošača i osnažiti ih da donose održive, informirane i zdrave odluke o kupnji. Stoga neprestano radimo na tome da svoj asortiman učinimo zdravijim i održivijim – i transparentni smo u informiranju naših kupaca o tome.

## NAČELA NAŠEG POSLOVANJA

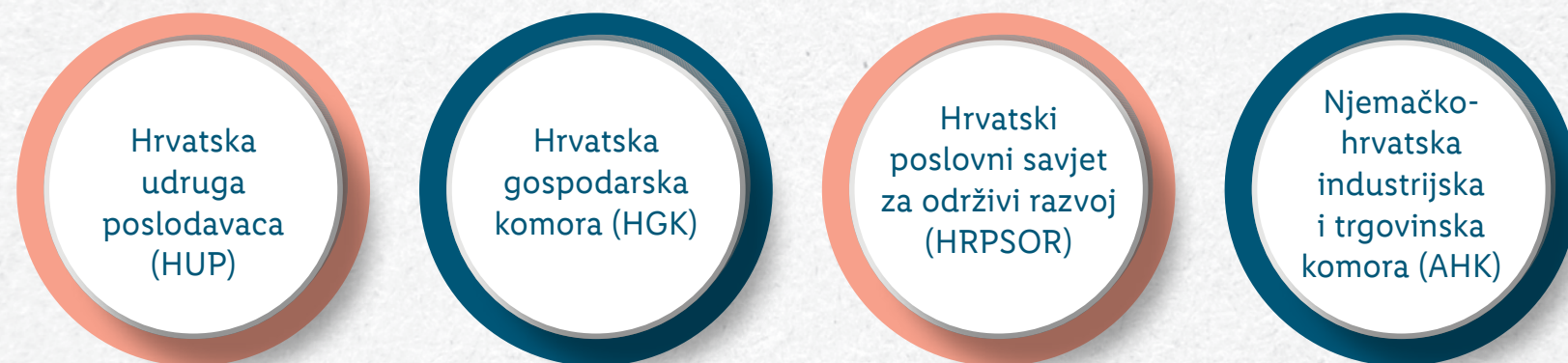
Međunarodna smo kompanija svjesna svoje veličine, utjecaja i prisutnosti u javnosti. Poštujemo raznolikost i uključujemo sve vrijedne perspektive koje nam pomažu da razvijamo naše poslovanje i ostvarujemo pozitivan utjecaj.



## VANJSKE INICIJATIVE I ČLANSTVA U UDRUŽENJIMA

Lidl Hrvatska sebe vidi kao aktivnog partnera u društveno-političkom dijalogu. Zbog toga je praćenje zakonodavstva, razgovor s donositeljima odluka i rad u udruženjima na oblikovanju javnog mnijenja u sektoru sastavni dio našeg rada. Krajnji nam je cilj moći što brže i jednostavnije prenijeti zakonske zahtjeve u našu praksu te surađivati s dobavljačima kako bismo unaprijed prepoznali buduće bitne teme.

### Lidl Hrvatska član je sljedećih udruženja i organizacija:



### Lidl Hrvatska također surađuje sa sljedećim partnerskim organizacijama:

- Aquaculture Stewardship Council
- Cotton made in Africa (CmiA)
- Marine Stewardship Council
- Compassion in World Farming
- Downpass
- Oxfam
- Rainforest Alliance
- Save the Children

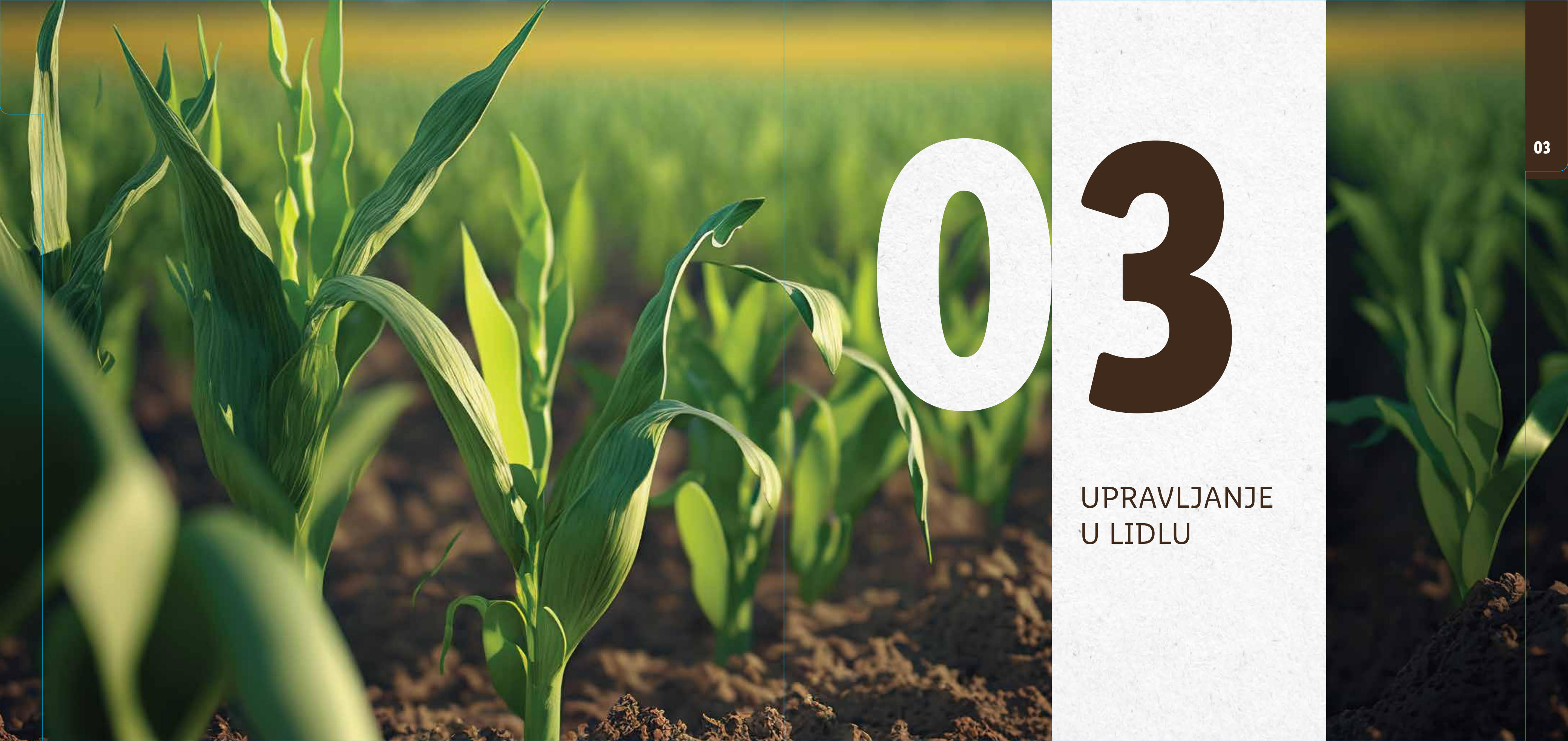
Međunarodna smo kompanija svjesna svoje veličine, utjecaja i prisutnosti u javnosti. Poštujemo raznolikost i uključujemo sve vrijedne perspektive koje nam pomažu da razvijamo naše poslovanje i ostvarujemo pozitivan utjecaj.

### Lidl Stiftung & Co. KG predstavlja Lidl Hrvatska u sljedećim međunarodnim udruženjima i organizacijama:

- ACT – Action, Collaboration, Transformation
- Alliance for Water Stewardship
- amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI)
- Partnership for Sustainable Textiles
- Danube soya
- Econsense
- Ethical Tea Partnership
- Ethical Trade Initiative
- EUROOPEN
- Food for Biodiversity
- Forest Stewardship Council (FSC)
- German initiative on sustainable cocoa
- Fur Free Retailer
- GlobalG.A.P., GlobalG.A.P. GRASP Technical Committee
- ILO Better Work
- Initiative for Sustainable Agricultural Supply Chains (INA)
- International ACCORD
- International Network of Leading Executives Advancing Diversity (LEAD)
- Leather Working Group
- Round Table on Responsible Soy (RTRS)
- Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)
- RMG Sustainability Council (RSC) Bangladesh
- Sustainable Nut Initiative
- Sustainable Rice Platform (SRP)
- World Banana Forum
- Women's Empowerment Principles

### Lidl Hrvatska je član sljedećih institucija kroz tvrtke Schwarz Grupe:





# 03

UPRAVLJANJE  
U LIDLU

## UPRAVLJANJE U LIDLU

Naša misija i vizija postavljaju ciljeve i smjernice za poslovanje naše kompanije. Strateški planovi Lidla usmjereni su na održivi rast, profitabilnost i zadovoljstvo kupaca na hrvatskom tržištu. S tim na umu, njegujemo čvrst sustav upravljanja ne samo poslovanjem, nego i utjecajima na društvo i okoliš.

### KORPORATIVNO UPRAVLJANJE

Lidlom Hrvatska upravlja peteročlana Uprava na čelu s predsjednikom Uprave, nadležna za područja financija i administracije, nabave, centralnih službi, te prodaje i logistike. Osim ovih funkcija, segment ljudskih resursa odgovara izravno predsjedniku Uprave. U izvještajnom su razdoblju Upravu činila četvorica muškaraca i jedna žena. U okviru svojih ovlasti, članovi Uprave posjeduju sve kompetencije za upravljanje poslovanjem i utjecajima kompanije na okoliš i društvo, što je jedan od glavnih kriterija njihovog odabira. Kompetencije i znanja članova Uprave se redovito prate i razvijaju u okviru procesa upravljanja talentima, čiji je sastavni dio i planiranje karijere. Unutar tog procesa planira se i proces nasljeđivanja te se unutar njega razmatraju i potencijalni kandidati za položaj člana odnosno članice Uprave.

Na međunarodnoj razini osiguran je poseban razvojni program namijenjen sadašnjim ili budućim članovima Uprave, koji obuhvaća razna stručna

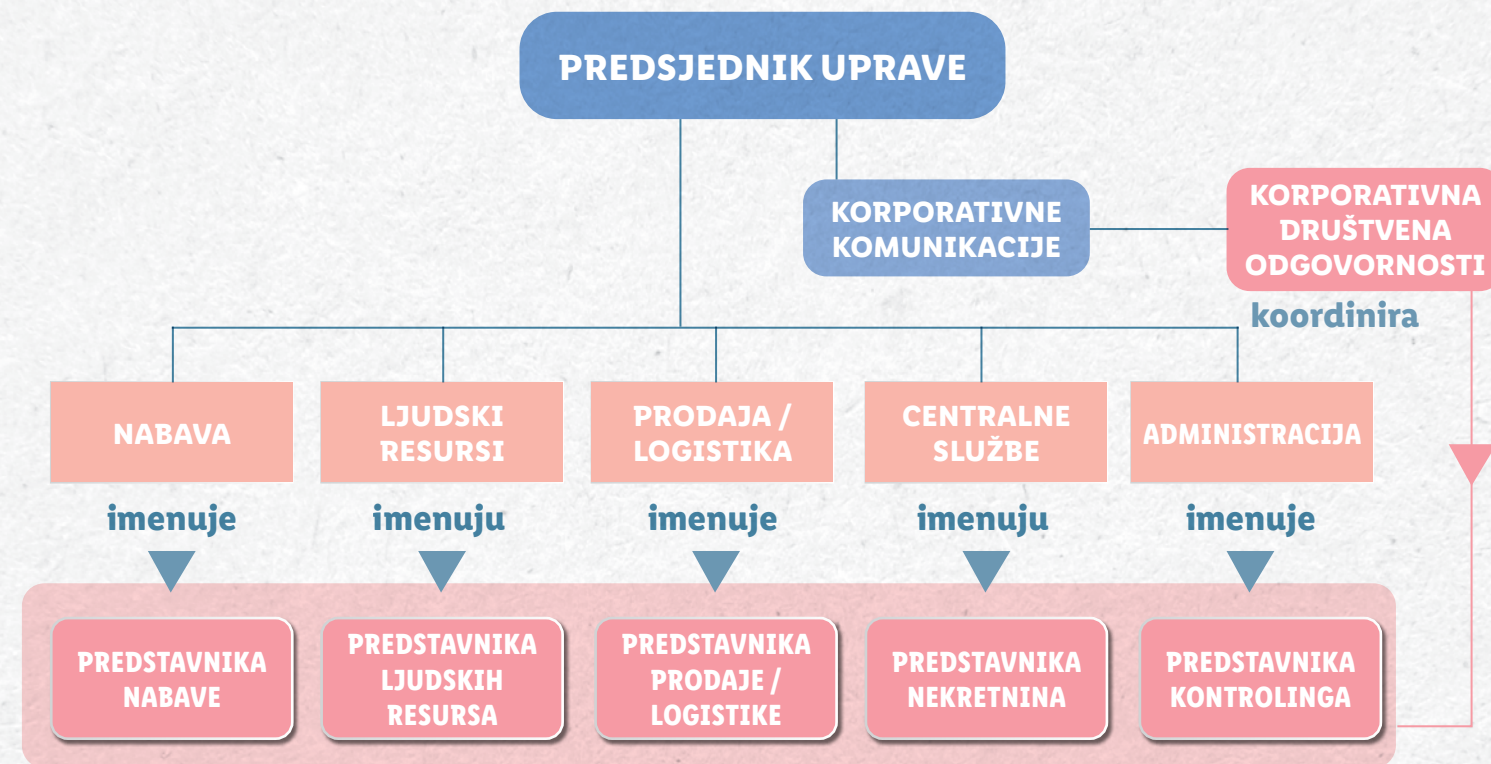
znanja te profesionalne i „meke“ vještine relevantne za ove pozicije pa tako i pitanja održivosti. Također, Uprava je nadležna i za provođenje ostvarenja CSR strategije, odnosno realizaciju strateških ciljeva održivosti, što također zahtjeva znanja i vještine, praćenje trendova i profesionalnu odgovornost. Odgovornosti svakog člana odnosno članice Uprave definirane su i profilom njihove pozicije, prema kojem su, između ostalog, odgovorni i za održiv i profitabilan rast kompanije, uz istovremeno osiguranje poštivanja zahtjeva usklađenosti, načela poduzeća te principa dužne pažnje prema okolišu i dionicima, s posebnim naglaskom na ljudskim pravima. Iako njihove naknade nisu vezane uz ostvarenje ciljeva održivosti, svaki član Uprave odgovoran je za realizaciju ciljeva održivosti u dijelu poslovanja za koji je zadužen. Članovi Uprave, kao i svi zaposlenici, dužni su poštivati sva načela etičnog poslovanja te sprječavanja sukoba interesa, kako je propisano Kodeksom ponašanja.



### UPRAVLJANJE ODRŽIVOŠĆU U LIDLU HRVATSKA

Održivost kao strateška i operativna temeljna zadaća u kompaniji nalazi se u Upravi Lidla Hrvatska, a odgovornost za to leži na predsjedniku Uprave. Odjel za koordinaciju društvene odgovornosti kao dio Sektora korporativnih komunikacija i Uprava Lidla Hrvatska zajednički oblikuju strateški smjer za društveno odgovorno poslovanje kompanije te koordiniraju aktivnosti održivosti u kojima sudjeluju brojni odjeli. Voditeljica Korporativnih komunikacija Lidla Hrvatska izvještava izravno predsjednika Uprave o aktivnostima društveno odgovornog poslovanja. To se događa, između ostalog, u sklopu revizije strategije društvene odgovornosti i u okviru izvještavanja o održivosti. Predsjednik Uprave uključen je u proces izvještavanja u tom pogledu te je odgovoran za njegovo konačno odobrenje.

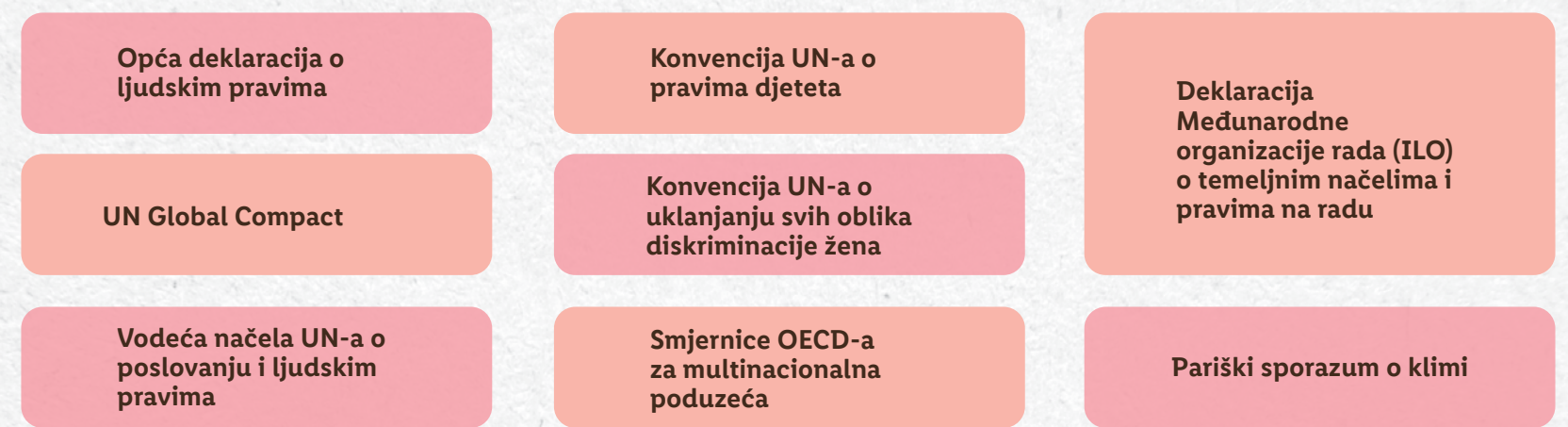
Tim za društvenu odgovornost se sastoji od predstavnika svih odjela Lidla Hrvatska. O trendovima i temama održivosti raspravlja se u zasebnim odjelima, a dogovoreni ciljevi i mjere predstavljaju se Upravi koja svojom odlukom usmjerava strategiju i provedbu angažmana Lidla Hrvatska u održivosti.



## NAČELA UPRAVLJANJA

Odgovorni smo za izbjegavanje ili smanjenje negativnih utjecaja naših poslovnih aktivnosti na okoliš i društvo gdje god je to moguće. U Lidlu Hrvatska ovo načelo predostrožnosti iz Deklaracije iz Rio de Janeiro Konferencije Ujedinjenih naroda o okolišu i razvoju (UNCED) odražava se u našim korporativnim načelima kao i u zajednički prihvaćenom Kodeksu ponašanja tvrtki Schwarz Grupe te je sastavni dio korporativnog upravljanja.

Kao dio Kodeksa ponašanja, mi i naši poslovni partneri u lancu nabave predani smo poštivanju ljudskih prava i provođenju primjenjivih nacionalnih i međunarodnih zakona. Kodeks definira naša načela o standardima zaštite na radu, pravu na slobodu udruživanja, nagrađivanju, jednakom postupanju, kao i o sprječavanju dječjeg i prisilnog rada u našem lancu nabave. Ova načela temelje se na sljedećim međunarodnim smjernicama i okvirima:



Lidl odbija bilo kakav oblik kršenja ljudskih i radnih prava. Fokus u tom pogledu je na ljudskim pravima vezanim uz radno mjesto. Cilj ovih prava je zaštita ljudi od štetnih utjecaja u radnom odnosu. Ljudska prava povezana s radnim mjestom uključuju zabranu dječjeg i prisilnog rada kao i diskriminacije, a zagovaraju odgovarajuće naknade, zaštitu slobode udruživanja i zaštitu na radu. Prihvaćajući naš Kodeks ponašanja, poslovni partneri jamče da će se pridržavati propisa duž nabavnog lanca i provoditi te propise u odnosu na vlastite podizvođače ugovornim propisima.

Lidl Hrvatska kontinuirano radi na integraciji svojih korporativnih principa dubinske provjere u sve svoje procese. Posljednjih godina fokus je stavljen na naš lanac nabave, jer tu naše poslovne aktivnosti imaju najveći utjecaj. U Odjelu nabave smo stoga uspostavili standardizirani proces dubinske provjere poduzeća. On između ostalog uključuje sustavnu analizu potencijalnih rizika od kršenja ljudskih prava i utjecaja na okoliš, kao i povezanih sanacijskih mjera. Sveobuhvatan opis nalazi se u našem dokumentu "Politika poduzetničke dužnosti brige o poštivanju ljudskih prava i zaštiti okoliša u lancu nabave sirovina". Razvili smo i strategiju ljudskih prava u nabavi koja definira jasna načela, ciljeve, standarde i odgovornosti za zaštitu ljudskih prava. Trenutno proširujemo provedbu dubinske provjere na komercijalni segment kako bismo obuhvatili cijelu kompaniju. U sklopu ovih aktivnosti razvijamo pristup očuvanju ljudskih prava kao i elemenata dubinske provjere utjecaja na okoliš na razini cijele kompanije.

Koristimo niz mjera za informiranje naših zaposlenika i podizanje svijesti o ovim načelima. To primjerice uključuje interni priručnik za nabavu, koji načela poštivanja ljudskih prava prevodi u konkretne mjere i ciljeve.

## USKLAĐENOST SA ZAKONSKIM PROPISIMA

Kršenje propisa može dovesti do financijskog gubitka i štete ugledu Lidla. Osim toga, takva kršenja mogu rezultirati osobnom odgovornošću za štetu i kaznenopravnim posljedicama za pojedine zaposlenike ili članove Uprave društva. Radnje Lidla Hrvatska i njegovih zaposlenika stoga su podložne sljedećem načelu: pridržavamo se važećih propisa i internih smjernica. To je središnje korporativno načelo obvezujuće za sve zaposlenike. Lidl i njegova Uprava izričito se obvezuju pridržavati se ovog korporativnog načela i osigurati njegovu primjenu u praksi.

S obzirom na to, Lidl je implementirao Sustav upravljanja usklađenošću (CMS), koji uključuje obvezujuće zahtjeve. Oni određuju standarde i elemente osiguranja usklađenosti. Važan cilj ovog sustava je izbjegavanje kršenja propisa i internih politika, a utvrđena kršenja dosljedno se istražuju i sankcioniraju („načelo nulte tolerancije“).

Glavna područja fokusa sustava su sprječavanje korupcije i prijevare, sigurnost proizvoda, zaštita tržišnog natjecanja i zaštita osobnih podataka. U izvještajnom razdoblju implementirana su tri dodatna područja: Poslovni partner, HR i računovodstvo. Mjere usklađenosti naročito uključuju objavljivanje i komuniciranje pravila i propisa (npr. pravila u vezi s postupanjem s poticajima i pravila o zaštiti podataka), provođenje školovanja o usklađenosti te istraživanje svih unutarnjih i vanjskih prijava o mogućim kršenjima propisa. Korporativni odjeli odgovorni za usklađenost provjeravaju učinkovitost ovih mjera te istražuju i razjašnjavaju sve interne i vanjske izvještaje o kršenju usklađenosti.



## POVJERLJIVI KANALI PRIJAVE

Lidl Hrvatska uvijek je otvoren za prijave zaposlenika, kupaca ili poslovnih partnera o mogućim kršenjima usklađenosti, drugim riječima o incidentima u kojima naši zaposlenici krše važeći propis ili interna pravila u svom radu ili su pod utjecajem takvih kršenja. Informacije o mogućim kršenjima usklađenosti mogu se prijaviti službeniku za usklađenost (compliance@lidl.hr), vanjskoj odvjetnici od povjerenja ili koristeći online sustav za dojava.

Zbog zaštite privatnosti i zaštite identiteta zviždača, u ovom izvještaju ne otkrivamo sadržaj ili kvalitetu prijavljenih informacija. Zviždači otkrivanjem informacija nisu ni na koji način u nepovoljnom položaju. Sve prijavljene informacije tretiraju se kao strogo povjerljive. Usklađenost s našim zahtjevima poštivanja zakona temelji se na osiguravanju da su naši zaposlenici potpuno informirani o njima. Podizanje svijesti i obuka stoga se poduzimaju ubrzo nakon što se zaposlenici pridruže kompaniji i nakon toga se redovito ponavljaju.

Zbog globalne prirode strukture našeg nabavnog lanca, unutar njega može doći do kršenja društvenih prava, ljudskih prava i povrede okoliša. U skladu sa svojim obvezama korporativne dubinske provjere, Lidl održava opisane kanale za zviždače, također dostupne osjetljivim ili pogođenim skupinama ili pojedincima u našim nabavnim lancima.

## OTVORENA KOMUNIKACIJA S DIONICIMA

Kad govorimo o komunikaciji s kupcima, izuzetno nam je važno njihovo mišljenje o potencijalnim i stvarnim negativnim utjecajima koje Lidl može imati, kako bismo njima kvalitetno upravljali. Tijekom izvještajnog razdoblja kupce su najviše zanimalo teme vezane uz asortiman veganskih, bezglutenskih i drugih proizvoda koji zadovoljavaju specifične prehrambene potrebe, ali i mogućnosti za smanjenje korištenja plastičnih vrećica i njihovo recikliranje te uređenje okoliša i trgovina (povećanje broja koševa za smeće na parkiralištima, temperatura u trgovinama, sadnja autohtonih biljaka na parkiralištima svojstvenih podneblju u kojima se trgovine nalaze, postavljanje natkrivenih prostora s posudicama za vodu za pse ispred trgovina).



Našim zaposlenicima na raspolaganju je niz mehanizama koji ne služe isključivo kao žalbeni mehanizmi, nego i kanali za komunikaciju. Povjerenici za zaposlenike su na raspolaganju svim zaposlenicima vezano uz teme protoka poslovnih informacija, pridržavanja načela ponašanja na radnom mjestu, ali i za sve vrste pritužbi.

Zaposlenici im se mogu obratiti telefonski ili mailom uz garantiranu anonimnost. Povjerenici su prve kontakt osobe zaposlenicima u kompaniji te obavljaju ulogu zaštite dostojanstva zaposlenika. Usto, pitanja koja se tiču pravnog statusa i rješavanja slučajeva kršenja načela ponašanja mogu se prijaviti HR službeniku za usklađenost.

Tijekom 2021. i 2022. godine u ovim su kanalima dominirali upiti vezani uz domenu komunikacije – pritužbe ili prijedlozi usmjereni na pravovremeno informiranje - te prilika za razvoj, odnosno ispitivanje prilika za edukaciju, profesionalni razvoj i napredovanje.



# 04

NAŠA  
STRATEGIJA  
ODRŽIVOSTI



## NAŠA STRATEGIJA ODRŽIVOSTI

Kao jedan od vodećih maloprodajnih lanaca u Hrvatskoj i Europi, Lidl prepoznaje važnost održivog i odgovornog poslovanja. U svijetu koji se suočava s izazovima klimatskih promjena, degradacije okoliša i ograničenih resursa, Lidlov cilj je biti predvodnik u održivom poslovanju. U svim segmentima svoje djelatnosti, Lidlov fokus je na smanjenju negativnog utjecaja na okoliš, promicanju društvene odgovornosti i pružanju kvalitetnih proizvoda kupcima.

Lidlova strategija održivosti je sveobuhvatna i integrirana u sve aspekte poslovanja kompanije. Ona se ne odnosi samo na proizvode koje Lidl prodaje, već obuhvaća i operativne procese, upravljanje lancem opskrbe, uključenje zaposlenika i interakciju s lokalnim zajednicama. Ova strategija održivosti temelji se na tri ključna stupa koji osiguravaju preuzimanje odgovornosti za vlastite utjecaje na ljude i okoliš te omogućuju ostvarenje postavljenih ciljeva u cijelom lancu vrijednosti.



## DOBRO ZA PLANET

Lidl stalno radi na pronalaženju novih i inovativnih načina da smanji svoj okolišni otisak i unaprijedi održivost poslovanja. U suradnji s partnerima i dobavljačima, neprestano radimo na unaprjeđenju uzgoja, proizvodnje i transporta kako bismo zajednički umanjili okolišne utjecaje.

Želimo graditi održivu budućnost i znamo da je to dugoročan proces. Postavili smo ambiciozne ciljeve u području smanjenja emisija CO<sub>2</sub>, energetske učinkovitosti, upotrebe obnovljivih izvora energije, smanjenja otpada i zaštite bioraznolikosti. Lidl također teži unaprijediti svoj lanac opskrbe, uključujući smanjenje količine ambalaže i promicanje održivih praksi među svojim dobavljačima.

## DOBRO ZA TEBE

Naša je vizija pružanje najodrživijeg asortimana po najboljoj cijeni, što znači da oblikujemo naš asortiman kako bismo poticali ne samo održiviji, nego i zdraviji način života. Nudimo sve veći izbor visokokvalitetnih proizvoda koji našim kupcima omogućuju donošenje osviještenih odluka pri kupnji. Radeći na smanjenju šećera i soli u proizvodima, ponudom proizvoda prilagođenih specifičnim prehranbenim stilovima i potrebama te vodeći računa o proizvodnji i sirovinama što je potvrđeno nizom certifikata, odgovaramo na rastuće potrebe naših kupaca za održivim i zdravim proizvodima.

## DOBRO ZA LJUDE

Prepoznavamo svoju odgovornost prema ljudima i zajednicama te se obvezujemo pružati zdravo i sigurno radno mjesto za naše zaposlenike, poštivati ljudska prava u lancima opskrbe i podržavati lokalne zajednice u kojima poslujemo. Lidl također vodi računa o etičnim i transparentnim poslovnim praksama te se zalaže za pošteno konkurentno okruženje.



## LIDLÓV MODEL ODGOVORNOSTI

Upravljanje održivošću i odgovornošću u Lidlu usredotočeno je na izravne i neizravne utjecaje naše trgovine duž cijelog lanca vrijednosti. Model odgovornosti Lidla (LRM) čini sadržajnu osnovu za strategiju održivosti, upravljanje održivošću i izvještavanje o održivosti za našu kompaniju. On pruža jedinstveni referentni okvir za naše aktivnosti u vezi s održivošću, kao i potencijalno relevantne teme. Omogućuje nam i da procijenimo pozitivne i negativne utjecaje Lidla na održivi razvoj i uzmemo u obzir značajke specifične za pojedinu zemlju. Temelj našeg poslovanja čini zajedničko i sveopće razumijevanje održivog djelovanja kroz šest glavnih tema:

### ZAŠTITA KLIME

Smanjujemo emisije našeg lanca vrijednosti kako bismo doprinijeli ostvarenju ciljeva Pariškog sporazuma o klimatskim promjenama. Pristupanjem inicijativi Science Based Targets (SBTi) te s predanošću u provedbi ambicioznih klimatskih ciljeva, tvrtke Schwarz Grupe daju mjerljiv doprinos Pariškom klimatskom sporazumu i postavljenom cilju ograničavanja povećanja globalnog zatopljenja na 1,5°C. Razvojem vlastite klimatske strategije i klimatskih ciljeva specifičnih za pojedina poslovna područja u skladu s metodologijom ove inicijative, u Lidlu poduzimamo odlučujući korak u smjeru zaštite klime. Razrađeni plan mjera osigurava nam postizanje naših ambicioznih ciljeva. Do 2030. godine želimo naše emisije iz poslovanja u svim zemljama smanjiti za 80 posto u usporedbi s 2019. godinom - i time aktivno uklanjati negativne utjecaje na klimu. Na taj način Lidl daje svoj bitan doprinos zajednički usuglašenim klimatskim ciljevima tvrtki Schwarz Grupe.

### POŠTIVANJE BIORAZNOLIKOSTI

Potičemo zaštitu i održivost biološke raznolikosti. Konkretno mjere predstavljaju našu predanost da do 2025. godine osiguramo da u našim lancima opskrbe nema krčenja šuma, prenamjena i iskorištavanja ovog prirodnog resursa za uzgoj sirovina poput soje, palminog ulja, kakaa, celuloze, govedine i kave.

### OČUVANJE RESURSA

Zalažemo se za kontinuiranu zaštitu i odgovorno postupanje s resursima diljem našeg lanca stvaranja vrijednosti, u čemu si postavljamo konkretne ciljeve. Slijedimo ambiciozne programe upravljanja sirovinama kako bismo poboljšali naše postupanje s kritičnim sirovinama poput kakaa, čaja ili kave.



### POŠTENÓ POSTUPANJE

Poboljšavamo uvjete života i rada osoba na koje utječe naše poslovanje. Lidl je predan osiguranju dostojnih plaća za svoje zaposlenike.

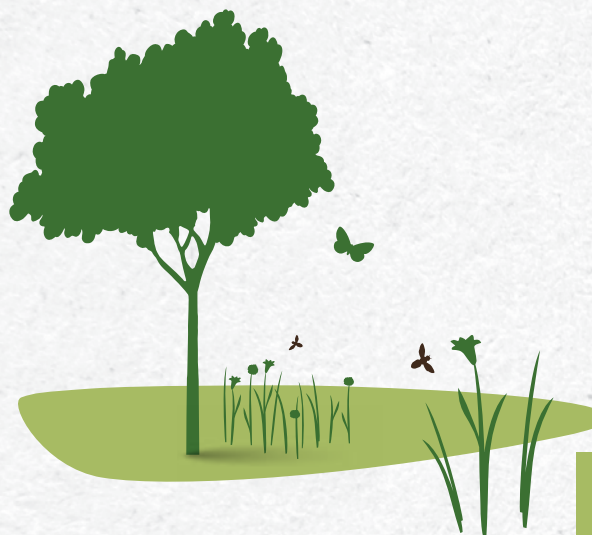
### PROMICANJE ZDRAVLJA

Pomažemo našim kupcima i zaposlenicima da žive i rade zdravije te razvijamo odgovarajuće programe i ciljeve. Potičemo osviještenu prehranu, na primjer smanjivanjem udjela šećera, soli i masnoća u našim proizvodima, povećanjem udjela proteina biljnog podrijetla te udjela cjelovitih žitarica u našem asortimanu, proširenjem ponude veganskih i vegetarijanskih proizvoda.

### UKLJUČIVANJE U DIJALOG

Održavamo kontinuiran transparentan dijalog s našim bitnim partnerima, zaposlenicima i kupcima kako bismo ih povelili na naš put prema održivosti.

## CILJEVI ODRŽIVOSTI

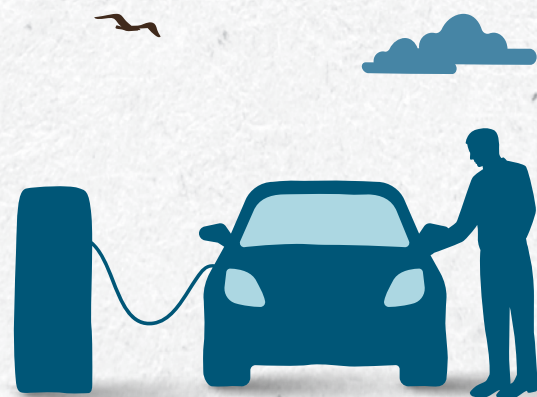


### ZAŠTITA KLIME

1. Ugradnja fotonaponskih sustava na 35% krovova trgovina i logističkih centara do kraja PG 2030.
2. Postavljanje stanica za punjenje električnih vozila u 95% trgovina do kraja PG 2025.
3. Certifikacija održivosti nekretnina, 95% do kraja PG 2023.

### POŠTIVANJE BIORAZNOLIKOSTI

1. Certifikacija svih ključnih sirovina do kraja PG 2025.



### OČUVANJE RESURSA

1. 100% ambalaže naše privatne robne marke bit će moguće maksimalno reciklirati do kraja poslovne godine 2025.
2. Najmanje 20% manje plastike u pakiranjima privatnih robnih marki do kraja PG 2025.
3. 25% udjela recikliranog materijala u plastičnoj ambalaži privatnih robnih marki do kraja PG 2025.
4. Smanjenje bačene hrane za 50% do kraja PG 2030.



### POŠTENO POSTUPANJE

1. Kontinuirano promicanje jednakih mogućnosti u profesionalnom usmjeravanju
2. Stalno senzibiliziranje radne snage o pitanjima raznolikosti



### PROMICANJE ZDRAVLJA

1. Smanjenje udjela šećera i soli za 20% do 2025.
2. Kontinuirano širenje stalne ponude veganskih, vegetarijanskih i organskih proizvoda
3. Implementacija programa poticanja zdravlja na radnome mjestu



### UKLJUČIVANJE U DIJALOG

1. Osnaživanje zaposlenika za održivo djelovanje
2. Redovito izvještavanje o održivosti



# 05

KAKO  
PREPOZNAJEMO  
ONO ŠTO  
JE VAŽNO

# KAKO PREPOZNAJEMO ONO ŠTO JE VAŽNO

## UPRAVLJANJE ODNOSIMA S DIONICIMA

Stalna razmjena informacija s našim unutarnjim i vanjskim skupinama dionika kao što su kupci, nevladine organizacije, političke vlasti, poslovni partneri, zaposlenici ili mediji, materijalni je dio upravljanja održivošću Lidla Hrvatska.

Ovaj je dijalog dvosmjernan. Redovito obavještavamo sve naše dionike o našim aktivnostima. Za to koristimo različite formate, kao što su izvještaji o održivosti, objave za medije, letak za kupce, ali i aplikacija „We are Lidl“ te korporativne stranice za naše zaposlenike. Olakšavamo i potičemo izravnu i međusobnu razmjenu mišljenja organiziranjem niza događaja i osobnih sastanaka. Svojom stručnošću, zapažanjima i kritičkim, ali i konstruktivnim interakcijama s našom kompanijom naši dionici daju vrijedne povratne informacije koje obogaćuju naš rad. Osim toga, Lidl je uključen u niz suradnji i mreža te sudjeluje u formatima dijaloga i razmjene informacija koje organiziraju druge organizacije ili institucije.

### KUPCI



### ZAPOSLENICI



### MEDIJI



### POLITIKA



### POSLOVNI PARTNERI



### NEVLADINE ORGANIZACIJE



Najmanje jednom u dvije godine procjenjujemo koji su dionici ključni za našu kompaniju. To temeljimo na vanjskim upitima i opsežnom praćenju tema koje se pojavljuju u društvenim raspravama. Istodobno uzimamo u obzir sve promjene u odgovornostima političara ili nevladinih organizacija te provodimo usporedbu s rezultatima analize materijalnosti i povezanim temama.

Intenzivno se provode razgovori s dobavljačima u svrhu poboljšanja kvalitete i održivosti proizvoda i proizvodnih procesa. S našim partnerima iz civilnog sektora surađujemo na prepoznavanju društvenih potreba i okolišnih projekata kojima možemo doprinijeti, a suradnjom u interesnim udruženjima poput Hrvatske udruge poslodavaca razgovaramo o temama gospodarskog značaja na našu kompaniju.

## SKUPINE DIONIKA

## ANALIZA MATERIJALNOSTI

U 2022. Lidl je revidirao postupak određivanja svojih materijalnih tema. To znači da sada uzimamo u obzir nove i dopunjene (regulatorne) zahtjeve u ranoj fazi, uključujući ažuriranu definiciju materijalnosti iz GRI Standarda 2021. te usvajanje Europske direktive o korporativnom izvješćivanju o održivosti. Osnova za ovaj proces je ažurirani Lidlov Model odgovornosti 2.0, koji pokriva ukupno 17 tema odgovornosti (pročitajte više na stranicama 32-33). Tih 17 tema procjenjivali smo iz dviju perspektiva.

Prvo, razmatrali smo **pozitivne i negativne utjecaje** Lidla na ljude, okoliš i društvo (perspektiva “iznutra prema van”).

Drugo, razmatrali smo **utjecaj tema održivosti na poslovni uspjeh Lidla** (perspektiva “izvana prema unutra”).

Lidlova analiza materijalnosti ažurira se svake dvije godine kao dio procesa pripreme izvještaja o održivosti. Proces je standardiziran za sve Lidlove podružnice, a istovremeno omogućuje uključivanje nacionalne perspektive. Analiza se provodi u tri koraka:

- 1. Istraživanje Lidla** o relevantnosti utjecaja u svim zemljama (sastoji se od analize izloženosti i intervjua sa stručnjacima)
- 2. Procjena poslovne relevantnosti** za pojedinu zemlju (na radionicama)
- 3. Validacija i konsolidacija rezultata** u matrici materijalnosti za pojedinu zemlju.

## PROCJENA UTJECAJA LIDLA HRVATSKA

Procjenjujemo ukupni utjecaj Lidla na ljude, okoliš i društvo za sve Lidlove nacionalne kompanije u procesu od dva koraka koji uključuje analizu izloženosti te intervjue sa stručnjacima koje provodi Lidl International.



## Provođenje kvantitativne analize izloženosti

Analiza izloženosti koristi se kao na podacima utemeljena procjena Lidlovog potencijalnog izravnog i neizravnog utjecaja na ljude, okoliš i društvo. Ona razmatra rizike koji bi potencijalno mogli proizaći iz Lidlovih poslovnih aktivnosti za ljude, okoliš i društvo. Analiza i bilježenje našeg utjecaja na okoliš i društvo su kvantitativni, na temelju ekonomskih podataka, podataka o tvrtki i industriji u cijelom međunarodnom lancu vrijednosti. Kako bismo opisali Lidlovu međunarodnu prirodu, potencijalne lokalne potrebe za djelovanjem identificirane su u međusobnom odnosu. To je omogućilo usporedbu između tema odgovornosti.

Kako bismo identificirali zemlje u kojima Lidl potencijalno ima značajan utjecaj, sljedeća faza bila je modeliranje Lidlovog lanca vrijednosti na temelju podataka o prodaji, informacija o industriji i ekonomskih podataka. To je omogućilo određivanje izravnih i neizravnih gospodarskih aktivnosti specifičnih za pojedinu zemlju i primjenu ekonomskih pondera u analizi. Ovo ponderiranje uglavnom uzima u obzir one zemlje u kojima, na temelju podataka, Lidl pokazuje visoku razinu aktivnosti i stoga ima potencijalno veći utjecaj na odgovarajuće teme. U posljednjem koraku, kombinacija potrebe za poduzimanjem aktivnosti i ekonomske relevantnosti rezultirala je ocjenama materijalnosti za pojedinačne teme, a time i prvim modulom važnosti utjecaja.

## Provođenje kvalitativnih intervjua sa stručnjacima

Nakon analize izloženosti, statistički rezultati potvrđeni su kvalitativnom anketom. Ova kombinacija različitih metoda čini analizu konkretnijom, omogućuje izvlačenje dubljih zaključaka i smanjuje potencijalne slabosti samostalnih metoda. U tu svrhu intervjuirano je devetero međunarodnih stručnjaka iz relevantnih Lidlovih dioničkih skupina kako bi se produbilo razumijevanje o utjecaju Lidla u odnosu na 17 tema. Pri odabiru stručnjaka uzeli smo u obzir različita tržišta u zemljama, kao i raznolikost tema uključenih u održivost. Intervjue je pripremio, proveo i ocijenio vanjski partner.

Kombinacijom analize izloženosti i intervjua sa stručnjacima dobivene su vrijednosti relevantnosti utjecaja za 17 tema odgovornosti, koje također predstavljaju vrijednosti na x-osi matrice materijalnosti. Analize izloženosti i intervjui sa stručnjacima su u kombiniranju rezultata ponderirani prema rangu. Drugim riječima, ovisno o kvaliteti i dostupnosti podataka, uspoređivani su analiza izloženosti i razgovori sa stručnjacima.

## PROCJENA POSLOVNE RELEVANTNOSTI ZA LIDL HRVATSKA

Lidl Hrvatska održao je radionicu za predstavnike odjela u kojoj je njihov zadatak bio procijeniti poslovnu relevantnost, odnosno 17 tema odgovornosti u Lidlovom modelu odgovornosti u smislu njihovih prilika i rizika za poslovanje. Rezultati su zatim raspravljani i preneseni u matricu materijalnosti na y-os. Rezultate je potom potvrdila i Uprava Lidla te smo time dobili relevantnost tema za poslovanje u matrici materijalnosti.

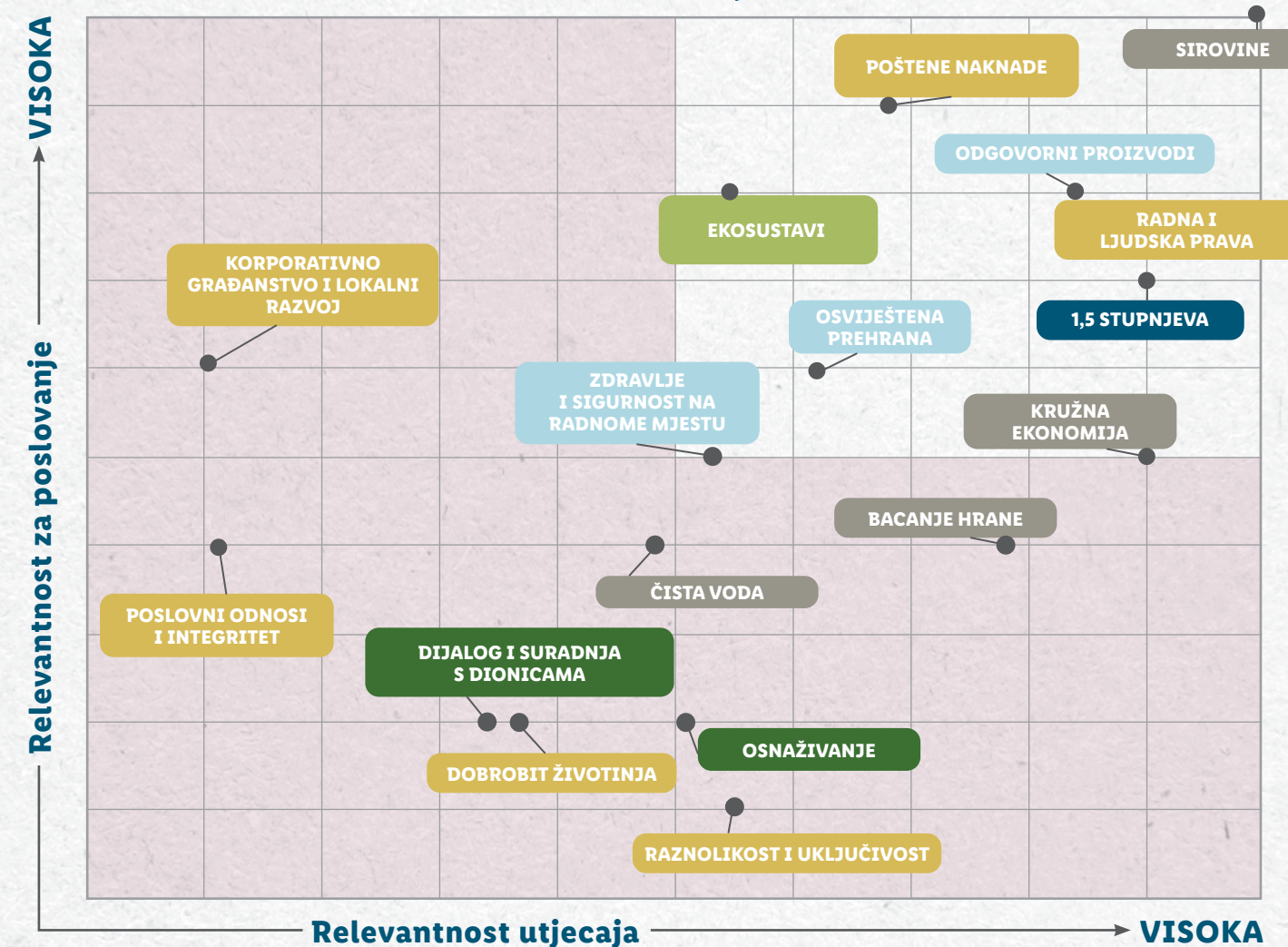
### OBJEDINJAVANJE OBIJU DIMENZIJA ANALIZE

Rezultati pokazuju da su teme „sirovine“, „radna i ljudska prava“ te „poštene naknade“ najrelevantnije za Lidl Hrvatska. Ukupno 10 tema odgovornosti je od materijalne važnosti, što znači da poslovanje Lidla u Hrvatskoj ima značajan utjecaj na ljude, okoliš i društvo u odnosu na predmetnu temu ili da se tu nalaze najveće poslovne prilike i rizici za Lidl Hrvatska. Sukladno tome, oni su unutar praga materijalnosti kompanije i čine osnovu ovog izvještaja.

Uz teme odgovornosti identificirane kao materijalne, u ovom izvještaju uzimamo u obzir druge strateški relevantne teme, kao što je lokalni razvoj i korporativno građanstvo. Razlog za to je, između ostalog, velika strateška važnost teme te transparentnost koju želimo pružiti dionicima u informiranju o upravljanju ovom temom.



Matrica materijalnosti



**ZAŠTITA KLIME**  
(1,5 stupnjeva)

**POŠTIVANJE BIORAZNOLIKOSTI**  
(ekosustavi)

**OČUVANJE RESURSA**  
(čista voda, bacanje hrane, kružna ekonomija, sirovine)

**POŠTENO POSTUPANJE**  
(dobrobit životinja, rad i ljudska prava, poštene naknade, poslovni odnosi i integritet, korporativno građanstvo, raznolikost i uključivost)

**PROMICANJE ZDRAVLJA**  
(osviještena prehrana, zdravlje i sigurnost na radnom mjestu, odgovorni proizvodi)

**UKLJUČIVANJE U DIJALOG**  
(osnaživanje, dijalog i suradnja s dionicima)



# 06

ZAŠTITA  
KLIME



## ZAŠTITA KLIME

Naše je poslovanje neodvojivo povezano s očuvanjem klime. Postavljanjem i postizanjem čvrstih, znanstveno utemeljenih ciljeva, radimo na očuvanju klime provođenjem mjera u cijelom našem vrijednosnom lancu.

## ZAJEDNIČKA KLIMATSKA STRATEGIJA TVRTKI SCHWARZ GRUPE

Klimatske promjene predstavljaju goleme izazove za naše društvo i zahtijevaju djelovanje na svim njegovim razinama. Kao dio Schwarz Grupe, Lidl Hrvatska ima za cilj zadržati učinke klimatskih promjena što je moguće nižim te kontinuirano smanjivati emisije stakleničkih plinova. Kako bismo to postigli, predano slijedimo tri načela:

1

Sprječavamo stvaranje emisija stakleničkih plinova gdje god je to moguće.

2

Smanjujemo one emisije stakleničkih plinova koje su neizbježne.

3

Na temelju međunarodno priznatih standarda, od PG 2022. kompenziramo operative emisije stakleničkih plinova (Opsega 1 i 2) koje do sada nismo uspjeli izbjeći ili smanjiti.

## Znanstveno utemeljeni ciljevi kao osnova naših klimatskih ciljeva

Kao dio zajedničke klimatske strategije na razini cijele grupe, tvrtke Schwarz Grupe pridružile su se inicijativi Science Based Targets (SBTi) u kolovozu 2020. Nakon pripreme cjelovite procjene utjecaja na klimu i analize ugljičnog otiska, ciljevi zaštite klime definirani su prema metodologiji ove inicijative. Oni su dostavljeni zajedno s mjerama za smanjenje, sprječavanje ili kompenzaciju emisija CO<sub>2</sub> u našem poslovanju i duž opskrbnog lanca. Ove znanstveno utemeljene ciljeve SBTi je potvrdio i objavio u rujnu 2021.

### \*\*\* NAŠI KLIMATSKI CILJEVI

Lidl će smanjiti svoje operativne emisije stakleničkih plinova (Opseg 1 i 2) za

**80%**

do 2030. u usporedbi s razinama iz 2019.\*

Lidl potiče dobavljače koji su odgovorni za približno

**75%**

emisija povezanih s proizvodima da postave vlastite klimatske ciljeve do 2026., prema kriterijima SBTi.

Tvrtke Schwarz Grupe smanjit će svoje operativne emisije (Opseg 1 i 2) za

**55%**

do 2030. u usporedbi s razinama iz 2019.

Kako bi postigle ovaj cilj, sve tvrtke Schwarz Grupe nabavljaju

**100%\*\***

svoje električne energije iz obnovljivih izvora energije od poslovne 2022. godine. Od početka 2022. godine, Lidl Hrvatska koristi isključivo energiju dobivenu iz obnovljivih izvora u suradnji s HEP Opskrbom kao dobavljačem proizvoda ZelEn.

\* Ovaj cilj za Opseg 1 i 2 uključuje biogene emisije i uklanjanje biogenih sirovina

\*\* Isključujući sve kupoprodajne ugovore na koje tvrtke Schwarz Grupe ne mogu utjecati, poput onih za pojedinačne unajmljene nekretnine s obvezujućom klauzulom o nabavi električne energije

\*\*\* Klimatski neutralan za operativne emisije (opseg 1 i 2) putem certificiranih offset projekata

Različite mjere smanjenja, izbjegavanja ili kompenzacije emisija CO<sub>2</sub> u poslovanju i duž opskrbnog lanca služe postizanju ovih ciljeva.

**16**

**PUNIONICA ZA ELEKTRIČNA VOZILA UZ TRGOVINE LIDLA HRVATSKA**

**9**

**ZGRADA SA SUSTAVOM REKUPERACIJE TOPLINE OD HLAĐENJA PROIZVODA**

**4**

**ZGRADE S UGRAĐENIM FOTONAPONSKIM SUSTAVIMA (TRGOVINE I UPRAVNA ZGRADA)**

**STRATEGIJA PLASTIKE RESET PLASTIC**  
<https://reset-plastic.com/en>

## Izazov

Klimatske promjene jedan su od najvećih okolišnih problema našeg vremena. Globalna zajednica treba brzo djelovati kako bi se uhvatila u koštac s uzrocima i zadržala učinak podnošljivim za buduće generacije. Kao što je odlučeno Pariškim klimatskim sporazumom iz 2015. godine i potvrđeno na COP26 u Glasgowu 2021., države širom svijeta su se složile, na temelju znanstvenih otkrića, ograničiti porast globalne temperature značajno ispod dva stupnja Celzijusa, idealno na 1,5 stupnjeva Celzijusa. Lidl Hrvatska podržava ovaj cilj.

To je također cilj europskog Zelenog plana, plana Europske komisije da gospodarstvo EU učini održivijim, s ciljem da Europa postane klimatski neutralna do 2050. godine. Drugim riječima, emisije stakleničkih plinova moraju se smanjiti gotovo na nulu do 2050. Aktivnosti pojedinaca i kompanija mogu utjecati na napredak klimatskih promjena; da bi postigli klimatske ciljeve, moraju iskoristiti taj utjecaj i uvelike smanjiti vlastiti negativni utjecaj.

smanjenja. Ugljični otisak omogućuje nam da identificiramo potencijal smanjenja, provjerimo učinak naših mjera i dokumentiramo napredak u postizanju klimatskih ciljeva.

Proizvodnja naših proizvoda čini najveći udio Lidlovog ukupnog ugljičnog otiska. Međutim, mi stvaramo emisije i u našim trgovinama, distribucijsko-logističkim centrima, zgradama sjedišta i voznom parku. Možemo značajno utjecati na te izravne emisije stakleničkih plinova i poduzeti mjere da ih izbjegnemo ili smanjimo. U tome smo ponajviše usredotočeni na mjere energetske učinkovitosti, upravljajući potrošnjom energije prema standardima norme ISO 50001.

Podaci o ugljičnom otisku pokazuju emisije stakleničkih plinova za Lidl Hrvatska u metričkim tonama CO<sub>2</sub> ekvivalenta i odnose se na trgovine, logističko-distribucijske centre i upravnu zgradu u Velikoj Gorici kojima kompanija upravlja. U proračunu smo slijedili zahtjeve Protokola o stakleničkim plinovima. Naše operative

emisije stakleničkih plinova uključuju izravne emisije stakleničkih plinova (Opseg 1) i neizravne emisije stakleničkih plinova od kupnje energije (Opseg 2), ali i neizravne emisije stakleničkih plinova u našem lancu vrijednosti koje prethode našem poslovanju i iz njega slijede (Opseg 3).

Prikupljamo sve potrebne podatke za emisije u našem poslovanju (npr. za goriva korištena u službenim automobilima), a potrebne emisijske faktore osigurava vanjski pružatelj usluga koji također izračunava ugljični otisak.

## Pristup

Lidl Hrvatska predan je ciljevima postavljenim Pariškim klimatskim sporazumom te je definirao jasan proces u tom pogledu. To kao prvi korak uključuje bilježenje naših emisija stakleničkih plinova kao ugljičnog otiska, što može pomoći u izračunavanju točne količine emisija stakleničkih plinova za našu kompaniju. Količina emisija stakleničkih plinova daje nam temelj za upravljanje našim klimatskim otiskom, odnosno analizu potencijala

## Sustavni pristup praćenju emisija

Za izračunavanje i izvještavanje o emisijama Opsega 2 koristimo lokacijsku i tržišnu metodu. Potonja temelji pretvorbu na emisijskim faktorima koje dobivamo od našeg dobavljača električne energije. Za razliku od toga, pristup temeljen na lokaciji koristi emisijske faktore za zemljopisnu regiju, u našem slučaju za Hrvatsku.

Za izračun ukupnih emisija za Opseg 1, 2 i 3, koristili smo oba pristupa.

Za Opseg 3 složenost leži u prikupljanju podataka. Potrebne podatke o potrošnji dobivamo od vanjskih pružatelja usluga (na primjer, kilometre prijeđene kamionom za logistiku trgovina), prikupljamo ih sami za pojedinačne kategorije (npr. količinu papira korištenog za promotivne materijale) ili stvaramo pretpostavke u suradnji s našim vanjskim konzultantima (npr. putovanje zaposlenika na posao). Kako bismo nakon prikupljanja podataka mogli donositi ispravne odluke, iz godine u godinu radimo na njihovom poboljšanju kako bismo povećali udio primarnih podataka.



Kategorije prema GHG protokolu	GHG emisije (u CO <sub>2</sub> ekvivalentu) u baznoj godini PG 2019.	GHG emisije (u CO <sub>2</sub> ekvivalentu) PG 2021.	GHG emisije (u CO <sub>2</sub> ekvivalentu) PG 2022.
<b>Opseg 1</b>	<b>4.126,04</b>	<b>5.343,34</b>	<b>3.581,27</b>
Fugitivne emisije	1.785,33	2.960,54	1.308,11
Emisije iz mobilnih izvora	1.842,72	1.811,19	1.746,07
Emisije iz stacionarnih izvora	497,99	571,61	527,09
<b>Opseg 2</b>	<b>7.328,07</b>	<b>8.660,27</b>	<b>0</b>
Toplinska energija	7.328,07	8.660,27	0
Električna energija: tržišni pristup	0	0	0
<b>Opseg 3</b>	<b>1.035.743,43</b>	<b>1.149.585,71</b>	<b>1.162.441,23</b>
Nabavljena dobra i usluge	955.856,37	1.029.397,95	1.039.540,35
Emisije povezane s gorivima i energijom	5.005,84	5.215,73	5.165,37
Transport u nabavi	12.486,16	13.016,42	13.024,30
Otpad u poslovanju	4.107,35	4.115,68	4.320,00
Poslovna putovanja	1.535,14	717,45	1.048,66
Putovanja na posao i s posla (zaposlenici)	2.985,60	3.554,40	3.883,20
Korištenje proizvoda	52.431,92	91.820,16	93.747,78
Oporaba proizvoda	1.335,05	1.747,92	1.711,57
<b>Ukupne emisije</b>	<b>1.047.197,54</b>	<b>1.163.589,32</b>	<b>1.166.022,5</b>

Intenzitet naših emisija stakleničkih plinova iz Opsega 1 i 2 povezan je s kvadratnim metrom prodajnog prostora – emisije stakleničkih plinova prema kvadratnom metru prodajnog prostora (tržišni pristup) za 2021. iznose 9.622 t CO<sub>2</sub>e/m<sup>2</sup>, dok su za 2022. godinu 9.265 t CO<sub>2</sub>e/m<sup>2</sup>.

## Smanjenje emisija stakleničkih plinova

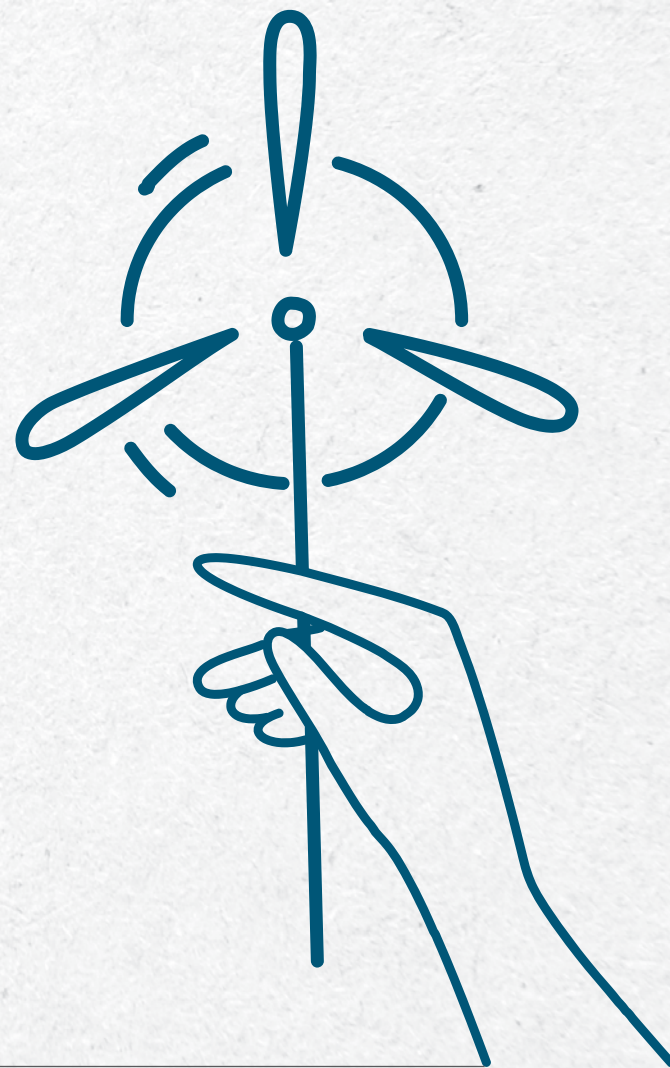
Naše klimatske ciljeve definiramo na temelju inicijative Science Based Targets (SBTi). Ona predstavlja suradnju nevladinih organizacija i kompanija s ciljem realizacije Pariškog sporazuma o klimi. Organizacije sudionice također definiraju znanstveno utemeljene ciljeve smanjenja. Lidl Hrvatska pridružio se inicijativi 2020. godine kao dio Schwarz Grupe.

Lidl je postavio cilj do 2022. postići klimatsku neutralnost\* za naše operativne emisije (Opseg 1 i 2). Želimo da dobavljači koji su odgovorni za 75% emisija našeg Opsega 3 povezanih s proizvodima najkasnije do 2026. godine postave vlastite znanstveno utemeljene ciljeve. Do 2030. želimo smanjiti svoje izravne emisije u Opsegu 1 i 2 za 80 posto u usporedbi s 2019. godinom.

Prelazak s električne energije iz fosilnih goriva na električnu energiju iz obnovljivih izvora igra ključnu ulogu u izbjegavanju emisija stakleničkih plinova. Lidl Hrvatska stoga kupuje obnovljivu energiju iz mreže te proizvodi vlastitu električnu energiju iz obnovljivih izvora.

U 2021. 16,9% ukupne potrošnje energije bilo je iz obnovljivih izvora, dok je u 2022. sva potrošena energija (100%) bila iz obnovljivih izvora: oko 0,55% utrošene energije koju je Lidl Hrvatska iskoristio tijekom izvještajnog razdoblja proizvedeno je u vlastitim naponskim sustavima dok je ostatak potrošnje električne energije pokriven nabavljenom električnom energijom iz obnovljivih izvora\*\*.

**\*\*100% električne energije utrošene u 2022. bilo je iz obnovljivih izvora**



\*Klimatski neutralan za operativne emisije (opseg 1 i 2) putem certificiranih offset projekata

\*\*Isključuje ugovore o opskrbi koje ne možemo kontrolirati, kao što su pojedinačni unajmljeni objekti s ugovorima o kupnji električne energije



## Fotonaponski sustavi za proizvodnju električne energije

Lidl u Hrvatskoj koristi fotonaponske sustave za proizvodnju električne energije i time izbjegava emisije stakleničkih plinova od 2016. godine, što znači da kupuje manje električne energije iz javne mreže. Ako fotonaponski sustavi proizvedu više električne energije nego što je potrebno za vlastitu upotrebu, višak isporučujemo u javnu mrežu.

U 2022. godini, četiri nekretnine u našem vlasništvu već su bile opremljene fotonaponskim sustavima te je instalirana fotonaponska elektrana u Poreču snage 90 kWp koja će biti puštena u rad 2023. godine. Tijekom PG 2023. godine instalirat ćemo fotonaponsku elektranu na krovu novog logističko-distribucijskog centra Križ snage 500 kWp. Lidl Hrvatska trenutno ima instaliranu snagu od 344,24 kWp u fotonaponskim elektranama. U godinama koje dolaze namjeravamo nastaviti povećavati broj fotonaponskih sustava.

## Prirodna rashladna sredstva

Lidl Hrvatska slijedi svoje interne građevinske standarde i koristi prirodne rashladne tvari poput propana (C3H8), ugljičnog dioksida (CO<sub>2</sub>) ili amonijaka (NH<sub>3</sub>). Oni se koriste kao sredstva za hlađenje proizvoda. U slučaju oštećenja ili istjecanja ne oslobađaju se gotovo nikakve emisije stakleničkih plinova.

Dva naša logističko-distribucijska centra te 13 trgovina u svim sustavima hlađenja proizvoda koriste prirodna rashladna sredstva. Cilj da do kraja 2023. godine 10% trgovina koristi sustave za hlađenje proizvoda prirodnim rashladnim sredstvima ostvaren je tijekom 2022. godine.

**U PG 2023. godini instalirat ćemo fotonaponsku elektranu na krovu novog LDC-a Križ**

## UPRAVLJANJE ENERGIJOM

Uz povećano korištenje energije iz obnovljivih izvora, učinkovitije korištenje energije također je ključno za smanjenje emisija stakleničkih plinova. 100% naših trgovina, distribucijsko-logističkih centara i upravna zgrada u Velikoj Gorici certificirani su u skladu sa sustavom upravljanja energijom ISO 50001. Uz evidentiranje potrošnje i procjenu potrošene energije, provodi se i obuka zaposlenika za podizanje svijesti o energetskej učinkovitosti. Sustav upravljanja pomaže u prepoznavanju neučinkovitosti i potencijala optimizacije u ranoj fazi.

**102 naše trgovine i oba distribucijsko-logistička centra nositelji su certifikata EDGE - Excellence in Design for Greater Efficiencies**



Osim toga, 102 naše trgovine i oba distribucijsko-logistička centra nositelji su certifikata EDGE - Excellence in Design for Greater Efficiencies, koji podrazumijeva praćenje dizajna „zelene“ gradnje, optimiranje odnosa procesa gradnje i potrošnje energije, smanjenje utjecaja na okoliš i ugljičnih emisija. Ovaj smo certifikat dobili u 2020. godini, a svaki naš novosagrađeni objekt također se podvrgava procesu dobivanja EDGE certifikata. Tijekom 2022. pokrenuto je certificiranje za još pet trgovina prema ovom certifikatu, a plan je certificirati svaku novu trgovinu nakon otvorenja.

## Potrošnja energije

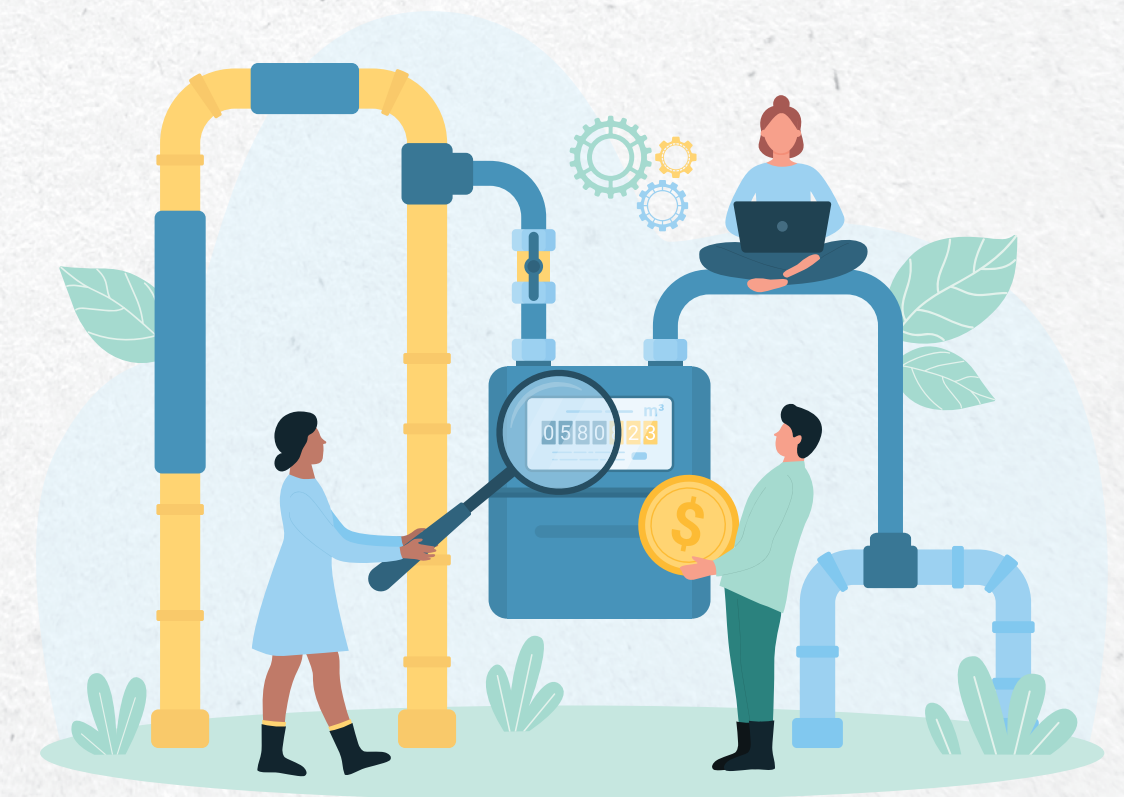
Ukupna potrošnja energije Lidla Hrvatska porasla je u izvještajnom razdoblju sa 70.705.047,82 kWh u poslovnoj godini 2021. godini na 74.133.820,70 kWh u 2022. Slično tome, energetske intenzitet je u istom razdoblju povećan s 584,65 kWh po kvadratnom metru prodajnog prostora na 589,05. Mjerama štednje smanjili smo potrošnju električne energije u trgovinama sa 34,2 kWh/m<sup>2</sup> prodajne površine u 2021. godini na 33,0 kWh/m<sup>2</sup> u 2022. godini, no ukupna potrošnja je porasla rasla u 2022. godini zbog otvaranja pet novih trgovina krajem 2021. i početkom 2022.

Postavljanjem temperature u prodajnom prostoru na 19 stupnjeva u zimskom periodu, što je praksa uvedena u studenom 2022., štedjeli smo mjesečno oko 48.000 kWh. Također, skraćivanjem vremena rada i intenziteta rasvjete gdje su nam to tehnički uvjeti dozvoljavali, štedjeli smo mjesečno oko 70.000 kWh.

**2021. 34,2 kWh/m<sup>2</sup>**  
**POTROŠNJA EL. ENERGIJE**  
**2022. 33,0 kWh/m<sup>2</sup>**

**2021. 70.705.047,82 kWh**  
**POTROŠNJA ENERGIJE**  
**2022. 74.133.820,65 kWh**

**2021. 584,65 kWh/m<sup>2</sup>**  
**ENERGETSKI INTENZITET**  
**2022. 589,05 kWh/m<sup>2</sup>**



<b>Izravna potrošnja energije prema primarnom izvoru energije</b>	<b>PG 2021.</b>	<b>PG 2022.</b>
<b>Izravna potrošnja energije</b>		
Vlastita proizvedena obnovljiva energija (kWh)	316.398,29	354.641,00
Prirodni plin (kWh)	2.845.915,00	2.584.093,00
Lož ulje (kWh)	158.415,00	169.018,20
Energija koju koristi vozni park (kWh)*	7.158.151,64	6.920.178,23
<b>Neizravna potrošnja energije</b>		
Električna energija iz energetskeg miksa (kWh)	50.293.979,89	0
Kupljena električna energija iz OI (kWh)	9.933.130,00	64.056.629,00
<b>Zbroj izravne i neizravne potrošnje energije</b>		
Prodaja energije iz OI u mreži (kWh)	942,00	955,00
<b>Ukupna potrošnja energije (kWh)</b>	<b>70.705.047,82</b>	<b>74.133.820,70</b>

\* Uključuje vlastiti logistički i nelogistički vozni park te potrošnju dizela i benzina



U sklopu certificiranog sustava upravljanja energijom prema normi ISO 50001 pripremili smo akcijski plan koji sadrži brojne mjere energetske učinkovitosti.

## Modernizacija nekretnina

Lidl Hrvatska povećava energetske učinkovitost modernizacijom tehničke opreme na brojnim svojim lokacijama poslovanja. Postojeći sustavi zamijenjeni su novim, energetski učinkovitijim sustavima i tehnologijama. Pritom smo slijedili naš visoki interni standard u gradnji. Primjeri u izvještajnom razdoblju uključuju ugradnju LED rasvjete u sve trgovine, upravnu zgradu te logističko-distribucijski centar u Jastrebarskom, a plan je do kraja 2024. godine zamijeniti svu rasvjetu i u logističko-distribucijskom centru Perušić učinkovitijom LED rasvjetom. Također, Lidl Hrvatska predano radi na ugradnji dizalica topline te smo tako tijekom 2022. godine proveli ugradnju dizalice topline u jednoj od naših trgovina u Osijeku, a s ovom praksom smo nastavili i u 2023. ugradnjom dizalica topline u trgovini u Vukovaru. Obje spomenute trgovine prethodno su imale sustav grijanja na plin. Također, provedena je instalacija novih brojila za potrošnju energije tijekom modernizacija i otvaranja novih trgovina za bolju analizu i praćenje potrošnje.

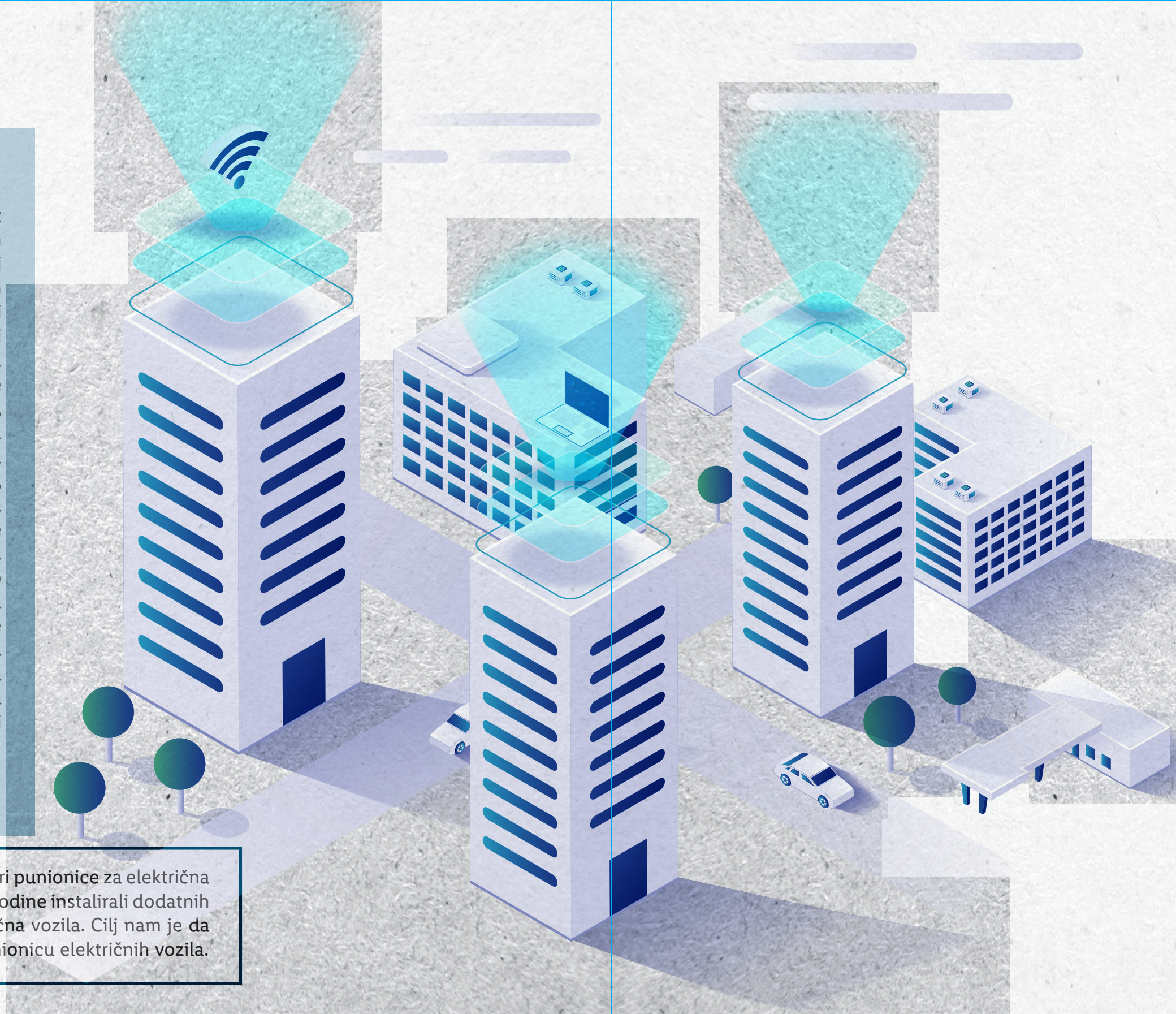
Osim toga, 2021. godine u funkciji smo imali četiri punionice za električna vozila uz naše trgovine, dok smo tijekom 2022. godine instalirali dodatnih 12 te smo ukupno imali 16 punionica za električna vozila. Cilj nam je da do 2025. godine sve trgovine imaju vlastitu punionicu električnih vozila.

## Automatizacija zgrada

Korištenjem automatizacije smanjuje se potreba za energijom. Ona uključuje kontrolu/regulaciju temeljenu na potrebama radi optimizacije korištenja energije i nadzora građevinske tehnologije. U Lidlu koristimo *timer* sklopke za sustave rasvjete i ventilacije kao i sustav upravljanja rasvjetom koji ovisi o količini dnevnog svjetla ili prisutnosti ljudi. Slično tome, strujni krug za blokiranje sprječava grijanje i hlađenje u isto vrijeme. Od studenog 2022. godine smo smanjili razdoblje rada unutarnje, parking i reklamne rasvjete u svim našim trgovinama, na način da ni u jednom trenutku nismo ugrozili naše zaposlenike i kupce.

## Organizacija

Naš odjel Nekretnina odgovoran je za izgradnju energetski učinkovitih objekata te za mjere smanjenja i optimizacije potrošnje energije u trgovinama, skladištima i upravnoj zgradi. Odjel Logistike je odgovoran za smanjivanje klimatski štetnih emisija u transportu, a Nabava za smanjenje klimatski štetnih emisija u lancu nabave.







# 07

POŠTIVANJE  
BIORAZNOLIKOSTI

## EKOSUSTAVI



Ekosustavi i resursi koje oni pružaju temelj su poslovanja Lidla. Primjerice, veliki dio prehrambenih proizvoda ovisi o oprašivačima, a za njihovo djelovanje preduvjet su zdravi ekosustavi i zaštićena staništa.

### Izazov

Svojim brojnim zahvatima u prirodu, čovječanstvo može uzrokovati neravnoteže. Bilo da je riječ o širenju gradova i infrastrukture, krčenju šuma, prekomjernom izlovu ili proizvodnji hrane, utjecaj djelovanja čovjeka na ekosustave ne može se usporediti ni s jednim drugim fenomenom.

### Pristup

U Lidlu zaštitom ekosustava stvaramo temelj za ponudu visokokvalitetnih proizvoda. Degradacija ekosustava, s druge strane, može značajno utjecati na dostupnost, prinose, kvalitetu i cijene naših proizvoda. Stoga prepoznavamo svoju odgovornost i ulogu u zaštiti bioraznolikosti i ravnoteže ekosustava. Također, odgovorne poslovne prakse traže pozitivna rješenja već na samom početku lanca vrijednosti, u našem slučaju u proizvodnji hrane, kako bi pozitivno odredile funkcioniranje cijelog vrijednosnog lanca. Kao jedan od najvećih trgovaca prehrambenim proizvodima na svijetu, Lidl ovdje može igrati aktivnu ulogu, pružajući podršku promjenama pozitivnim za ljude i okoliš.

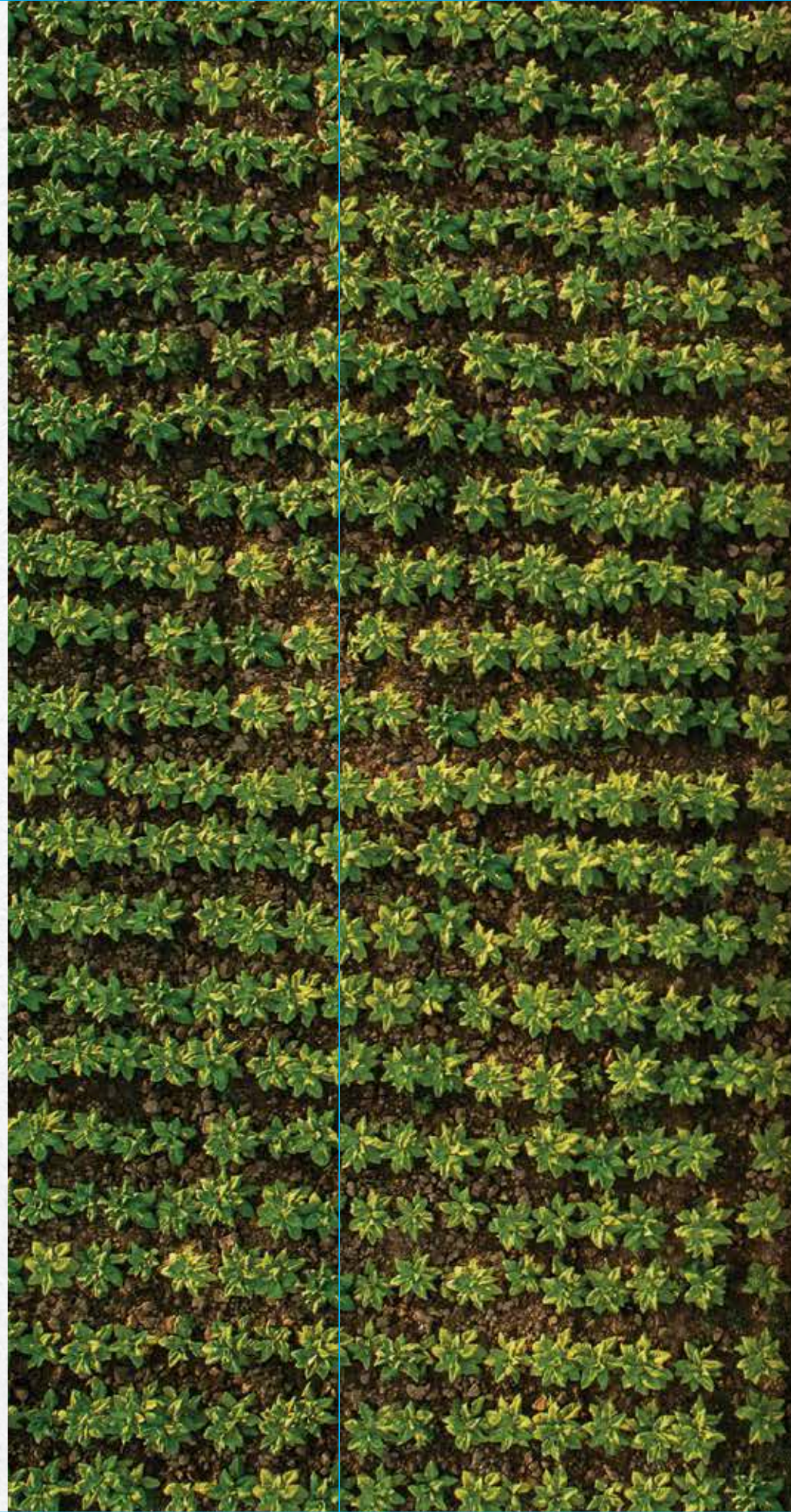
Zbog naših izravnih odnosa s dobavljačima, nabava nosi posebnu odgovornost za ograničavanje negativnog utjecaja Lidlovih poslovnih aktivnosti, čime također osiguravamo održivost našeg poslovanja za budućnost. Naš je pristup stoga prvenstveno povezan s održivijom politikom nabave. Fokus je ovdje na poljoprivrednom sektoru; poljoprivredni proizvodi ne samo da čine većinu našeg asortimana proizvoda, već njihova proizvodnja ima veliki utjecaj na ljude i okoliš. S obzirom na naš lanac vrijednosti, pažljivo razmatramo uzgoj i dobivanje resursa kao što su soja, pamuk, uljana palma, kakao, kava, čaj, celuloza, riba i školjke, jaja, riža, orasi, cvijeće i biljke, voće i povrće, kao i sve aktivnosti koje iz njih proizlaze.

## PAŽLJIVO UPRAVLJANJE UTJECAJIMA

Lidl Hrvatska usvojio je Politiku nabave za opskrbne lance bez krčenja šuma i prenamjene zemljišta u listopadu 2021., želeći razjasniti svoje stajalište o ovoj temi koja može biti povezana s brojnim proizvodima u ponudi Lidla. Usvajanjem strukturnog pristupa krčenju šuma i prenamjeni zemljišta, Lidl može doprinijeti strateškim žarišnim područjima zaštite klime, očuvanja resursa, poštovanja bioraznolikosti i poštenog djelovanja. Kako bismo dali doprinos očuvanju ekosustava, odredili smo ključne pristupe za izbjegavanje krčenja šuma kod uzgoja naših kritičnih sirovina: celuloze, palminog ulja i koštica, soje i kaka te na stvaranje pašnjaka za uzgoj stoke. Te sirovine certificiramo kako bismo bili sigurni da su dobivene uz sve mjere pažnje prema okolišu.

Također, uz certificiranje kritičnih sirovina, naš je posebni cilj uporaba održivijih zamjenskih proizvoda kao način smanjenja krčenja šuma i proširivanja izbora dostupnih našim kupcima. Poseban je aspekt navedenoga proširivanje naše ponude veganskih i vegetarijanskih zamjenskih proizvoda. Osim toga, zbog visokog rizika od prenamjene šuma u pašnjake ne nabavljamo proizvode od govedine iz Brazila. Govedina u našem stalnom asortimanu domaćeg je podrijetla i nosi oznake „Meso s hrvatskih farmi“ i „Od hrvatskih farmera“. Samo povremeno nabavljamo akcijske proizvode iz inozemstva (Europa).

Uz pridržavanje lokalnih zakonodavnih okvira za zaštitu bioraznolikosti, težimo višim i strožim standardima u našim opskrbnim lancima. Pritom se vodimo standardima iz inicijative Accountability Framework (AFi). Ova neprofitna inicijativa okuplja članove poput WWF-a i organizacije Rainforest Alliance te razvija vodeći okvir za sprječavanje krčenja šuma u opskrbnim lancima. Naša predanost suzbijanju krčenja šuma i prenamjene važnih ekosustava i naša politika nabave, postupci i smjernice usklađeni su s krajnjim rokom iz više različitih standarda, odnosno s 1. siječnjem 2020. godine. U praksi to znači da Lidl ne upotrebljava sirovine proizvedene na tlu koje je prenamijenjeno ili na kojem je šuma iskrčena nakon 1. siječnja 2020. Taj se zahtjev primjenjuje na certificirane i na necertificirane sirovine koje nabavljamo.



## VISOKI STANDARDI ZA DOBAVLJAČE

Kao dio naše predanosti očuvanju ekosustava, razvili smo “BioDiversity Add-On” u suradnji s renomiranim stručnjacima za održive prehrambene sustave iz GLOBALG.A.P. i poljoprivrednim stručnjacima. Rezultat je prvi dodatak bioraznolikosti za konvencionalni uzgoj voća i povrća koji je dopunio “GLOBALG.A.P. Integrirani standard osiguranja farmi (IFA)”. Dodatak je dostupan svima i ima potencijal unaprijediti transformaciju sektora. Do sada ga je koristilo više od 250 proizvođača voća i povrća.

Suradnja na razvoju Dodatka za bioraznolikosti GLOBAL G.A.P u skladu je s trenutnom strategijom Lidla za bioraznolikost, koja uključuje jasan pristup za poticanje zaštite i održivog korištenja bioraznolikosti. To u početku uključuje identifikaciju sirovina čiji je uzgoj povezan s posebno visokim rizicima za bioraznolikost.

Usto, certifikati kao što su Rainforest Alliance, Fairtrade i Organic osiguravaju da se u proizvodnji sirovina i pakiranju za plasman na tržišta pridržavamo najviših standarda zaštite staništa flore i faune. Također, naši se dobavljači pridržavaju strogih propisa o korištenju pesticida koji daleko nadilaze zakonske zahtjeve.

### Organizacija

Odgovornost za temu bioraznolikosti leži na menadžmentu Lidla u Hrvatskoj te su odjeli Nabave i Društvene odgovornosti aktivni u provedbi mjera. Posebno u nabavi, zahvaljujući lancima poljoprivredne opskrbe, između ostalog, možemo dati doprinos očuvanju biološke raznolikosti i utjecati na uzgoj.



# 08

OČUVANJE  
RESURSA

## OČUVANJE RESURSA

Neodržive prakse i stalna potražnja za prirodnim resursima uzrokuju značajne štetne utjecaje na okoliš. Dok proizvodnja i prerada sirovina ubrzavaju klimatske promjene, a dostupnost čiste vode se smanjuje, sve veća količina odloženog otpada ugrožava bioraznolikost i kvalitetu vode. Kompanije se stoga suočavaju s izazovom očuvanja resursa. Kako bismo osigurali odgovorno poslovanje, kontinuirano unaprjeđujemo zaštitu i postupanje s resursima duž našeg lanca vrijednosti, postavljamo ciljeve i mjerimo napredak. Takvim načinom poslovanja kompanije mogu smanjiti izravne štetne utjecaje na okoliš, povećati učinkovitost svojih poslovnih procesa i omogućiti očuvanje resursa za buduće generacije.



## SIROVINE

Sirovine su preduvjet za stvaranje gospodarske vrijednosti i temelj Lidlovog asortimana. Održivost u lancima nabave ključna je za dugoročnu uspješnost Lidla, ali i proizvođača s kojima surađujemo.

### Izazov

Uzgoj ili ekstrakcija sirovina početak je globalnih lanaca opskrbe u zemljama s odgovarajućim nalazištima sirovina ili s povoljnim uvjetima za uzgoj. Ovisno o njihovom podrijetlu, načinu pribavljanja i preradi, sirovine mogu negativno utjecati na ljude i okoliš. Proizvodnja sirovina često je povezana s nehumanim radnim uvjetima i drugim kršenjima ljudskih prava, a mnogi proizvodi vlastite robne marke u našoj ponudi sadržavaju sirovine čiji se uzgoj može povezati s kršenjem šuma i, posljedično, ugrožavanjem dragocjenih ekosustava. Vrlo razgranati lanci opskrbe globalne trgovine otežavaju praćenje sirovina od njihovog izvora, što otežava i identificiranje mogućih kršenja ljudskih prava te narušavanje prirodnog okoliša.

LIDL U HRVATSKOJ POSLUJE S VIŠE OD

**1.000**  
DOBAVLJAČA

OD ČEGA JE GOTOVO

**220**  
DOMAĆIH DOBAVLJAČA

### Pristup

Lidl u Hrvatskoj posluje s više od 1.000 dobavljača, od čega je gotovo 220 domaćih. S obzirom na to da u našim lancima opskrbe rade milijuni ljudi, a uzgoj i prerada naših proizvoda koriste resurse i utječu na klimu, surađujemo s partnerima na rješavanju društvenih i okolišnih izazova duž našeg lanca vrijednosti.

Kako bismo osigurali da naš cilj stvaranja najodrživijeg asortimana po najboljoj cijeni ostvarujemo uz poštovanje ljudskih prava i zaštitu okoliša u zajednicama u kojima smo prisutni, razvili smo sveobuhvatnu strategiju za sirovine koja se temelji na razumijevanju učinaka u lancima opskrbe, uspostavljanju standarda, promicanju održivijih alternativa i aktivnom poticanju promjena.



Ključna je sastavnica naše strategije podizanje društvene i okolišne svijesti u lancu opskrbe sirovinama. Tijekom 2021. i 2022. godine usvojili smo šest novih politika kojima smo definirali vrijednosti, procese i postavili nove ciljeve Lidlove održive nabave. Politikama nabave za sirovine, kakao, lance opskrbe bez krčenja šuma i prenamjene zemljišta, ljudska prava u lancu opskrbe, ravnopravnost spolova u lancu opskrbe i osviještenu prehranu želimo nabavu kritičnih sirovina do kraja 2025. godine učiniti društveno pravednijom i okolišno održivom.

Naš pristup uključuje mjere i zahtjeve za dobavljače, suradnju s kupcima i zaposlenicima te projekte u zajednicama u kojima nastaju štetni učinci. Projekt WayToGo pokrenut za poboljšanje prihoda uzgajivača kakaovca u Gani, koji od 2019. provodimo u partnerstvu s pokretom Fairtrade, proširili smo na uzgajivače indijskih oraščića u Tanzaniji i kave u Hondurasu.



### Organizacija

Odjel Nabave predvodi naše napore i inicijative za podizanjem razine certificiranih sirovina u proizvodima pod našom robnom markom.



# CILJEVI OSTVARENI TIJEKOM 2021. I 2022.

## Celuloza

Sva celuloza u proizvodima i ambalažama naših robnih marki dolazi iz održivih izvora s certifikatom FSC.

## Kakao

Sav kakao u našem asortimanu robnih marki certificiran je standardima Rainforest Alliance (UTZ), Fairtrade i Bio.

## Čajevi

Zeleni, crni i rooibos čaj u stalnoj i akcijskoj ponudi certificirani su standardima Rainforest Alliance, Fairtrade ili Bio. Ostvaren je i cilj za voćni i biljni čaj u stalnom i akcijskom asortimanu - 50% certificiranih proizvoda, kada je dostupna certificirana sirovina.

## Riža

Premašen je cilj od barem jednog certificiranog proizvoda (Bio) u ponudi.

## Riba

Premašen je cilj od 50% certificirane ribe vlastite robne marke za koju su dostupni certifikat i količine u kategorijama svježe ribe, smrznute ribe, ribljih delikatesa i ribljih konzervi (osim tunjevine). Sva hrana za mačke koja sadrži ribu također je u potpunosti certificirana.

# CILJEVI NA PUTU OSTVARENJA

## Instant kava, cappuccino, kapsule kave

Od PG 2023. 100% kave u ovim kategorijama je certificirano, što će nakon dovršetka izmjena ambalaže biti vidljivo do kraja poslovne godine.

## Palmino ulje

100% RSPO Segregated/Mass Balance od PG 2023. Prema rezultatima mapiranja palminog ulja koje provodimo svake godine, početkom 2023. bili smo na 85% certificirane sirovine. Od PG 2023. više ne nabavljamo proizvode s necertificiranom sirovinom.

## Orašasti plodovi

Barem jedan certificirani proizvod do kraja PG 2025.

## Pamuk

100% certificiran u skladu sa standardima Global Organic Textile Standard, Organic Cotton Standard, Fairtrade, Cotton made in Africa ili Better Cotton Initiative od PG 2023. (vrijedi za akcijski asortiman). U posljednjem kvartalu 2022. godine 94% proizvoda sadržava certificiranu sirovinu.

## KRUŽNA EKONOMIJA

Kako bismo stali na kraj rastu potrošnje resursa, podržavamo prelazak na kružni model proizvodnje i potrošnje koji omogućuje smanjenje upotrebe sirovina, produljenje životnog vijeka proizvoda i ponovno korištenje materijala.



### Izazov

Čovječanstvo već više od pedeset godina<sup>1</sup> upotrebljava više resursa nego što ih Zemlja može prirodno obnoviti. Sve veće opterećenje prirodnih ekosustava posljedica je prevladavajućeg linearnog sustava proizvodnje i potrošnje koji se u značajnoj mjeri oslanja na upotrebu sirovina i materijala za jednokratnu uporabu. Stalnim porastom potrošnje i upotrebe ambalaže stvaraju se sve veće količine otpada koji zagađuje okoliš. Nastavak ovakvih gospodarskih praksi neodrživ je zbog ograničenosti prirodnih resursa i potencijalnih nepovratnih štetnih posljedica za prirodni okoliš.

### Pristup

Poslovanje Lidla Hrvatska izravno je povezano s korištenjem prirodnih resursa poput vode te raznih materijala poput plastike ili papira. Primjena načela kružnog gospodarstva u praksi zahtijeva praćenje toka resursa u poslovnim operacijama, uključujući optimizaciju opskrbe, smanjivanje uporabe materijala i gospodarenje otpadom. Za nas je otpad reciklabilni materijal na pogrešnome mjestu. Učinkovito odvajanje i pravilno zbrinjavanje nastalih materijala omogućuje ponovnu upotrebu ili recikliranje korištenih resursa i smanjuje udio otpada koji se ne može reciklirati.

<sup>1</sup> Global Footprint Network: Earth Overshoot Day

## UPRAVLJANJE ULAZNYM MATERIJALIMA

Kako bismo stali na kraj rastu potrošnje resursa, podržavamo prelazak na kružni model proizvodnje i potrošnje koji omogućuje smanjenje upotrebe sirovina, produljenje životnog vijeka proizvoda i ponovno korištenje materijala.

### Korištenje plastike i papira

MATERIJAL		PG 2021.	PG 2022.
 <b>Papir</b>	Promotivni materijal letci za kućanstvo/katalog za kupce/ostalo (t)	4.924	1.760
	Potrošnja papira za pisač (t)	43,8	36,94
	Potrošnja papirnatih vrećica za kruh (t)	120,3	225,6
 <b>Od čega reciklirani materijal</b>	Promotivni materijal letci za kućanstvo/katalog za kupce/ostalo – na recikliranom papiru (t)	4.924	1.760
 <b>Plastika</b>	Potrošnja vreća za smeće (t)	50,65	59,12
	Potrošnja plastičnih vrećica (t)	129,74	154,74
	Potrošnja rastezljive folije (materijal za pakiranje) (t)	78,71	108,98

Odgovornim pristupom tiskanju promotivnih materijala te prilagodbom formata i sadržaja letaka, u 2022. godini smo zabilježili gotovo tri puta manju potrošnju papira.



# REset Plastic: Lidlova strategija plastike



Već niz godina predano radimo na prikupljanju, razvrstavanju i ponovnoj upotrebi plastike, od 2018. godine usredotočivši sve naše inicijative u ovom području na REset Plastic, međunarodnu holističku strategiju za plastiku koju su usvojile sve divizije i zemlje Schwarz Grupe. Zajedničkom strategijom REset Plastic na razini cijele grupe ne samo da želimo smanjiti upotrebu plastike i promovirati recikliranje, već i stvoriti novu svijest i iz temelja promijeniti način na koji postupamo s plastikom.

Lidl Hrvatska posvećen je dosljednom izbjegavanju, smanjenju i recikliranju plastike. Sve tvrtke Schwarz Grupe obvezale su se smanjiti potrošnju plastike za 30 posto do 2025. godine kako bi 100 posto ambalaže vlastitih robnih marki učinili što je moguće prikladnijom za recikliranje, a u plastičnim pakiranjima proizvoda pod našom robnom markom koristili prosječno 25 posto recikliranih materijala.

## CILJEVI

DO 2025. GODINE

**100%**

AMBALAŽE VLASTITIH ROBNIH MARKI UČINITI ŠTO JE MOGUĆE PRIKLADNIJOM ZA RECIKLIRANJE

SMANJITI POTROŠNJU PLASTIKE ZA

**30% DO 2025. GODINE**

**2021. SMANJENJE 4,2%**  
**2022. SMANJENJE 13,8%**

RECIKLIRANI MATERIJALI TAKOĐER SE KORISTE I U AMBALAŽAMA PREHRAMBENIH PROIZVODA TE PROIZVODA ZA HIGIJENU I ČIŠĆENJE. TAKVU AMBALAŽU OZNAČAVAMO ZNAKOM

**„ČUVAJMO RESURSE – ODGOVORNA UPORABA AMBALAŽE“.**

**KORISTITI 25% RECIKLIRANIH MATERIJALA U PLASTIČNIM PAKIRANJIMA PROIZVODA POD NAŠOM ROBNOM MARKOM DO 2025. GODINE**

**2021.**

**48 AKCIJSKIH** NEPREHRAMBENIH PROIZVODA S CERTIFIKATOM GLOBAL RECYCLING STANDARD (GRS)

**9 AKCIJSKIH** NEPREHRAMBENIH PROIZVODA S CERTIFIKATOM RECYCLED CLAIM STANDARD (RCS)

**2022.**

**81 AKCIJSKI** NEPREHRAMBENI PROIZVOD S CERTIFIKATOM GLOBAL RECYCLING STANDARD (GRS)

**11 AKCIJSKIH** NEPREHRAMBENIH PROIZVODA S CERTIFIKATOM RECYCLED CLAIM STANDARD (RCS)

## Zaklada Ellen MacArthur

Rješavanje globalnog problema plastike zahtijeva inovativna i cjelovita rješenja. U tu svrhu surađujemo s istraživačkim institutima, zakladama i udruženjima diljem svijeta. Kao dio Schwarz Grupe, pridružili smo se Zakladi Ellen MacArthur, neprofitnoj organizaciji osnovanoj 2010. godine, s kojom želimo podijeliti i ostvariti našu viziju funkcionalnog kružnog gospodarstva. Potpisivanjem Globalne obveze Zaklade Ellen MacArthur kao dijela naše holističke strategije za plastiku REset Plastic obvezali smo se aktivno sudjelovati u održivijem korištenju plastike. U tu svrhu razvijamo nove strategije i rješenja za promicanje kružnog gospodarstva unutar globalne mreže ove zaklade, zajedno sa svim uključenim kompanijama, kao i s vladama i nevladinim organizacijama.

## Strategija odlaganja

”Manje plastike – zatvorene petlje”: ovo je vizija u kojoj Lidl Hrvatska slijedi holističku strategiju plastike REset Plastic kao dio Schwarz Grupe. Učinkoviti sustavi gospodarenja otpadom imaju važnu ulogu u širenju funkcionalnog kružnog gospodarstva; oni podržavaju odvojeno prikupljanje materijala koji se mogu reciklirati, a koji se potom mogu dalje obraditi u visokokvalitetnim procesima recikliranja. Kao dio zajedničke strategije gospodarenja otpadom tvrtki Schwarz Grupe koja se provodi na razini cijele grupe, Lidl Hrvatska je predan uvođenju sustava prikupljanja i zbrinjavanja PET boca za piće i limenki za piće za jednokratnu upotrebu prilagođenih trgovcima širom Europe.

Time smo usklađeni s dvije važne europske direktive: s jedne strane, do 2025. godine 70 posto boca za piće trebalo bi se odvojeno prikupljati za recikliranje, a do 2029. udio bi trebao doseći 90 posto. S druge strane, 25 posto boca za piće treba biti izrađeno od reciklirane plastike do 2025., a čak 30 posto do 2029. S naše točke gledišta, oba se zahtjeva najbolje mogu ispuniti modernim sustavom zbrinjavanja. Na taj bi se

način plastične boce mogle sortirati po vrsti i lakše preraditi u nove boce što stvara funkcionalni ciklus. U skladu s tim, u 2021. godini Fondu za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost predali smo 91.278.583 komada PET ambalaže prikupljenih od kupaca, a u 2022. taj je broj prvi put od početka programa prešao sto milijuna, došavši na rekordnih 104.299.569 komada.



## GOSPODARENJE OTPADOM

Promatrajući sav otpad, od ukupno 50.239,04 metričkih tona materijala koji se može reciklirati, uključujući komunalni otpad, proizvedenih u 2021. i 2022. godini uspjeli smo ponovno upotrijebiti i reciklirati oko 33.611,90 metričkih tona, što predstavlja oko 66,90 posto. Povećanje količine PET ambalaže s 0 u 2021. godini na 3.706,65 metričkih tona u 2022. godini rezultat je promjene u vođenju evidencije PET ambalaže prikupljene od kupaca koja je u sustavu Fonda za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost, a koja se ranijih godina nije računala u ukupnoj količini otpada.

Unatoč svim naporima koje ulažemo u našim procesima, nije moguće u potpunosti izbjeći materijale koji se ne mogu ponovno upotrijebiti ili reciklirati. Stoga je 4.728,92 metričkih tona komunalnog otpada i 917,17 metričkih tona neopasnih materijala za recikliranje moralo biti odloženo kao preostali otpad. Neopasni materijali za recikliranje odnose se na prethodno sortirani glomazni otpad od preuređenja, proširenja i modernizacije trgovina za koji ne postoji mogućnost daljnje prerade ili reciklaže u Hrvatskoj. Više od petine ukupne količine u 2021. i 2022. godini je činio naš biorazgradivi otpad poput voća, povrća, kruha i biootpada. Lidl Hrvatska preko svojih dobavljača organski otpad zbrinjava procesom fermentacije u bioplinskom postrojenju.

U našem poslovanju je u izvještajnom razdoblju nastalo i 299,63 metričkih tona opasnog otpada za recikliranje. Zbog proširenja asortimana elektroničkih proizvoda te kupnje novih i prikupljanja baterija iz dotrajalih viličara, u 2022. godini se gotovo udvostručila ukupna količina opasnog otpada. Ukupni udio opasnih materijala koji se mogu reciklirati iznosio je 0,71 posto.

## RECIKLABILNI MATERIJALI

	Materijal	PG 2021.	PG 2022.	
NEOPASNI	PCC (papir, karton)	13.020,80 57,60	13.848,04 50,12	PPC materijali (t) Udio PPC materijala koji se mogu reciklirati (%)
	Organski otpad	5.312,62 23,50	5.515,32 19,96	Organski otpad (t) Udio organskog otpada koji se može reciklirati (%)
	PET	0 0	3.706,65 13,41	PET ambalaža (t) Udio PET ambalaže koja se može reciklirati (%)
	Plastika	579,90 2,57	681,49 2,47	Plastika (t) Udio plastike koja se može reciklirati (%)
	Drvo	458,24 2,03	608,08 2,20	Drvo (t) Udio drva koje se može reciklirati (%)
	Tekstil	0 0	0,84 0	Tekstil (t) Udio tekstila koji se može reciklirati (%)
	Staklo	0 0	0 0	Staklo (t) Udio stakla koje se može reciklirati (%)
	Otpadni metal	152,02 0,67	128,65 0,47	Otpadni metal (t) Udio otpadnog metala koji se može reciklirati (%)
	Komunalni otpad	2.324,87 10,28	2.404,05 8,70	Komunalni otpad (t) Udio komunalnog otpada koji se može reciklirati (%)
	Ostali neopasni materijali za recikliranje	655,98 2,90	541,86 1,96	Ostali neopasni otpad (t) Udio neopasnih materijala koji se mogu reciklirati (%)
OPASNI	Opasni otpad za recikliranje	102,85 0,45	196,78 0,71	Opasni otpad (t) Udio opasnih materijala koji se mogu reciklirati (%)
	<b>Ukupno</b>	<b>22.607,28</b>	<b>27.631,76</b>	Otpad (t)



## OTPAD PREMA VRSTI MATERIJALA I METODAMA ZBRINJAVANJA

### Papir i karton



### Organski otpad



### Drvo



### Plastika



### Tekstil



### Otpadni metal



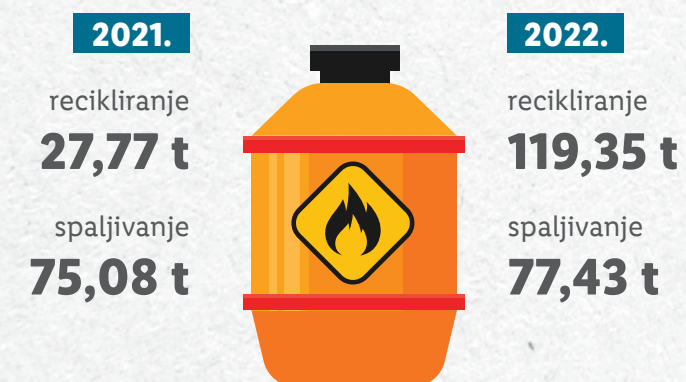
### Komunalni otpad



### Ostali neopasni materijali za recikliranje



### Opasni otpad za recikliranje



### UKUPNO - Način zbrinjavanja



Lidl je još 2015. godine zajedno s PreZerom, članicom Schwarz Grupe za zbrinjavanje i recikliranje otpada, pokrenuo kampanju „Procjena upravljanja otpadnim materijalom“ na razini cijele kompanije. U sklopu te inicijative, Lidl Hrvatska je redizajnirao mjesta za odlaganje otpada u svim svojim logističko-distribucijskim centrima kako bi mogao učinkovito prikupljati i odvajati iskorištene materijale, a postavljene su i centralne reciklažne stanice sa zajedničkim sustavom za označavanje. Kampanja “Procjena upravljanja otpadnim materijalom” također osvještava zaposlenike o tome kako odlagati materijale. To nam omogućuje da neprestano poboljšavamo kvalitetu našeg odvajanja i time povećavamo stope recikliranja.



## Projekt STOP

Lidl Hrvatska posvećen je dosljednom izbjegavanju, smanjenju i recikliranju plastike kao dio naše međunarodne strategije plastike REset Plastic. Zajedno slijedimo viziju „Manje plastike – zatvorene petlje“. U akcijskom području REmove posebno pridonosimo sprječavanju ulaska plastičnog otpada u okoliš ili uklanjanju plastičnog otpada iz okoliša, a najboljem slučaju vraćanju u reciklažnu petlju.

Naš je pristup da otpad treba reciklirati, on ne smije završiti u oceanima. Time ne pomažemo samo okolišu; na taj se način otvaraju brojna radna mjesta, posebice za žene. Suradnja s ovim projektom traje od ožujka 2019. godine, a samo u 2021. na sustave zbrinjavanja otpada priključeno je 260.000 kućanstava. Reciklirano je 20.000 tona otpada, uključujući 2.400 tona plastike te je otvoreno 226 radnih mjesta s punim radnim vremenom. Osim toga, dovršeno je pet postrojenja za preradu otpada (u Muncaru, Pasuruanu, na Istočnoj Javi, Jembrani, na Baliu) s ukupnim kapacitetom prerade od 150 tona dnevno.

STOP

U tom smo se kontekstu pridružili Projektu STOP (Stop Ocean Plastics) kao dio Schwarz Grupe, radeći s gradovima i zajednicama u jugoistočnoj Aziji na sprječavanju morskog i obalnog otpada. Cilj ovog projekta je uspostaviti učinkovit sustav gospodarenja otpadom u Indoneziji, jer globalni izazov također treba lokalna rješenja. U tu svrhu tvrtke Schwarz Grupe nude tehničku ekspertizu i prenose potrebno znanje.



## Rješenja za kupce

Strategijom REset Plastic Lidl Hrvatska želi smanjiti upotrebu plastike za 20 posto do 2025. U tu svrhu propitujemo upotrebu plastike u svim područjima poslovanja te stavljamo procese i ambalažu na test.

## Vrećice za kruh sa smanjenim udjelom plastike

Smanjili smo količinu plastike u našim vrećicama za pakiranje pojedinačnih peciva i kruha iz naših pekara: optimiziranjem veličine i debljine folije prozorčića, debljine papira i dimenzija samih vrećica, štedimo 13 tona plastike i 41 tonu papira svake godine. Otisnuta obavijest o odvajanju također pomaže našim kupcima u ispravnom odlaganju novih vrećica za kruh. Lidl Hrvatska od rujna 2021. godine nudi unaprijeđene vrećice u svim pekarnicama.

ŠTEDIMO  
**13** TONA  
PLASTIKE

ŠTEDIMO  
**41** TONA  
PAPIRA



Naša holistička strategija za plastiku REset Plastic uključuje mjere za smanjenje plastike, kao i aktivnosti u korist kružnog gospodarstva, primjerice, korištenjem reciklata. Mrežicama za višekratnu upotrebu za nošenje voća i povrća, koje su u prodaji od studenog 2020. godine, Lidl u jednakoj mjeri ispunjava oba cilja: od lipnja 2021. naše izdržljive mrežice za višekratnu upotrebu izrađuju se od 100 posto recikliranog materijala, a pri svakoj njihovoj višestrukoj uporabi smanjuje se daljnja potrošnja vrećica.

# ČISTA VODA

2021. POTROŠNJA VODE  
**62.577m<sup>3</sup>**

2022. POTROŠNJA VODE  
**59.918m<sup>3</sup>**

Jednako kao i kod materijala, vodimo brigu i o korištenju vode kao resursa. Naš cilj je kontinuirano smanjivati potražnju za vodom i potrošnju vode u našem poslovanju te stoga kontinuirano radimo na unapređenju naših procesa. Također, educiramo i podižemo svijest naših zaposlenika o odgovornom korištenju vode kao resursa.

Ukupna potrošnja vode na našim poslovnim lokacijama u ovom izvještajnom razdoblju iznosila je 62.577 m<sup>3</sup> u 2021., a 59.918 m<sup>3</sup> u 2022. godini. Potrošnja vode se većinom odnosi na društvene i sanitarne prostorije te na čišćenje. Zato na svojim poslovnim lokacijama koristimo sanitarne čvorove i slavine koji štede vodu. Na nekim lokacijama kao što je naša „pametna“ upravna zgrada u Velikoj Gorici, u sanitarnim čvorovima koristimo oborinsku vodu i time smanjujemo crpljenje vodovodne vode. Sve vode se ispuštaju u kanalizacijski sustav, a tamo gdje on ne postoji koriste se upojni bunari.

## Organizacija

U Lidl Hrvatska, odjel Nekretnina odgovoran je za upravljanje vodom, dok upravljanje reciklabilnim materijalima vodi odjel Nabave. Za odgovorno upravljanje otpadom brine odjel Logistike.



# 09

POŠTENO  
POSTUPANJE



## POŠTENO POSTUPANJE

Uvažavanje raznolikosti, pravednost i poštivanje ljudskih prava ključna su načela poslovanja Lidla u razmatranju svojih društvenih utjecaja. Naša je obveza doprinos stvaranju boljih uvjeta za život u našoj organizaciji te duž lanca vrijednosti promicanjem raznolikosti, ravnopravnosti i uključivosti, osiguranjem pravednih naknada i omogućavanjem ravnoteže između privatnog i poslovnog života.

### NAŠI LJUDI

Na kraju poslovne godine 2022., Lidl Hrvatska zapošljavao je više od 3.200 zaposlenika. Većina njih (74%) bili su zaposlenici s punim radnim vremenom, a 91% ih je imalo ugovore o radu na neodređeno vrijeme. U 2022. godini Lidl je zaposlio ukupno 1.054 nova zaposlenika u Hrvatskoj.

PG 2021.			PG 2022.	
M	578	Puno radno vrijeme	M	624
Ž	1.484		Ž	1.765
M	125	Nepuno radno vrijeme	M	121
Ž	775		Ž	726
M	44	Ugovori na određeno vrijeme	M	79
Ž	138		Ž	204
M	659	Ugovori na neodređeno vrijeme	M	666
Ž	2.121		Ž	2.287
M	110	Sezonski radnici	M	127
Ž	331		Ž	442

U Lidlu rade i sezonski radnici koji čine oko 18 posto ukupne radne snage u Lidlu u Hrvatskoj. Ti se radnici angažiraju za rad u privremenim razdobljima najveće potražnje i za učinkovit odgovor na kratkoročne situacije.

### RAZNOLIKOST I UKLJUČIVOST

Vjerujemo da svako pojedinačno iskustvo, perspektiva i identitet doprinose bogatstvu naše kompanije. Promicanjem raznolikosti težimo stvoriti uključivo radno okruženje u kojem se svaki zaposlenik osjeća prihvaćen, poštovan i podržan.

#### Izazov

S kontinuiranom globalizacijom i društvenim promjenama, rastući broj ljudi iz najrazličitijih sredina uspješno surađuje. Stoga je za međunarodne kompanije posebno važno stvoriti radno okruženje koje potiče poštovanje i prihvaćanje kao sastavni dio svakodnevne interakcije i vidi raznolikost kao priliku. To također uključuje uspostavljanje jednakih i ravnopravnih uvjeta za sve.

#### Pristup

Neophodno je osigurati radno okruženje u kojem se prema svim zaposlenicima postupa s poštovanjem, bez obzira na dob, podrijetlo, vjeru, rodni identitet, seksualnu orijentaciju, ideologiju, invaliditet ili bilo koju drugu osobnu karakteristiku. Raznolikost, uključivost i sudjelovanje dio su naših načela upravljanja i korporativnih vrijednosti.

U našoj kompaniji svi imaju iste mogućnosti osobnog i profesionalnog razvoja. Snažno se protivimo bilo kojem obliku diskriminacije. Sustav upravljanja usklađenošću u području ljudskih resursa koristi nam i za osiguranje pravovremene identifikacije potencijalnih rizika po raznolikost i uključivost. Svoje procese postavljamo na temelju standarda poštenja i nediskriminacije. To posebno uključuje promicanje jednakih mogućnosti. Osnova za to je, na primjer, pravedna naknada, strukturirana bez obzira na rodni identitet, dob, podrijetlo, seksualnu orijentaciju, ideologiju, vjersko opredjeljenje, invaliditet ili bilo koju drugu osobnu karakteristiku.

Temeljito istražujemo sve prijave diskriminacije i poduzimamo disciplinske mjere te mjere ljudskih resursa, tamo gdje je to primjenjivo. Tijekom izvještajnog razdoblja nije bilo zabilježenih pritužbi zaposlenika vezanih uz diskriminaciju.





RAZNOLIKOST  
ZAPOSLENIKA

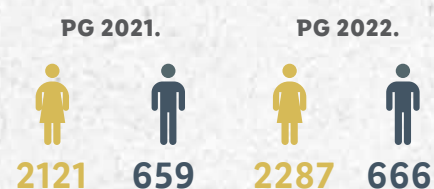
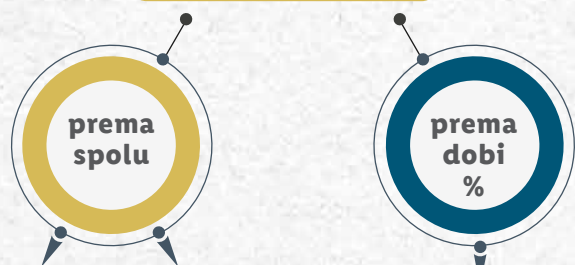


**ZAPOSLENICI**  
PG 2021. 2.962  
PG 2022. 3.236

**STALNO ZAPOSLENI**  
PG 2021. 2.780  
PG 2022. 2.953

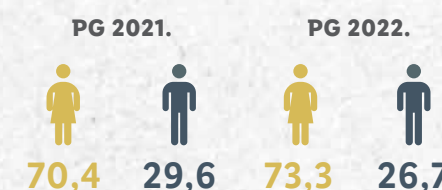
## POTICANJE RODNE RAVNOPRAVNOSTI

Lidl Hrvatska zalaže se za jednake mogućnosti za sve. Kako bismo osnažili žene u kompaniji, potpisnik smo UN-ovih Načela osnaživanja žena. Redovno izvještavamo o ženama na rukovodećim pozicijama te podržavamo njihov napredak i razvoj uvođenjem novih fleksibilnih koncepata za postizanje životne ravnoteže.



RAZNOLIKOST  
MEĐU NOVIM  
ZAPOSLENICIMA

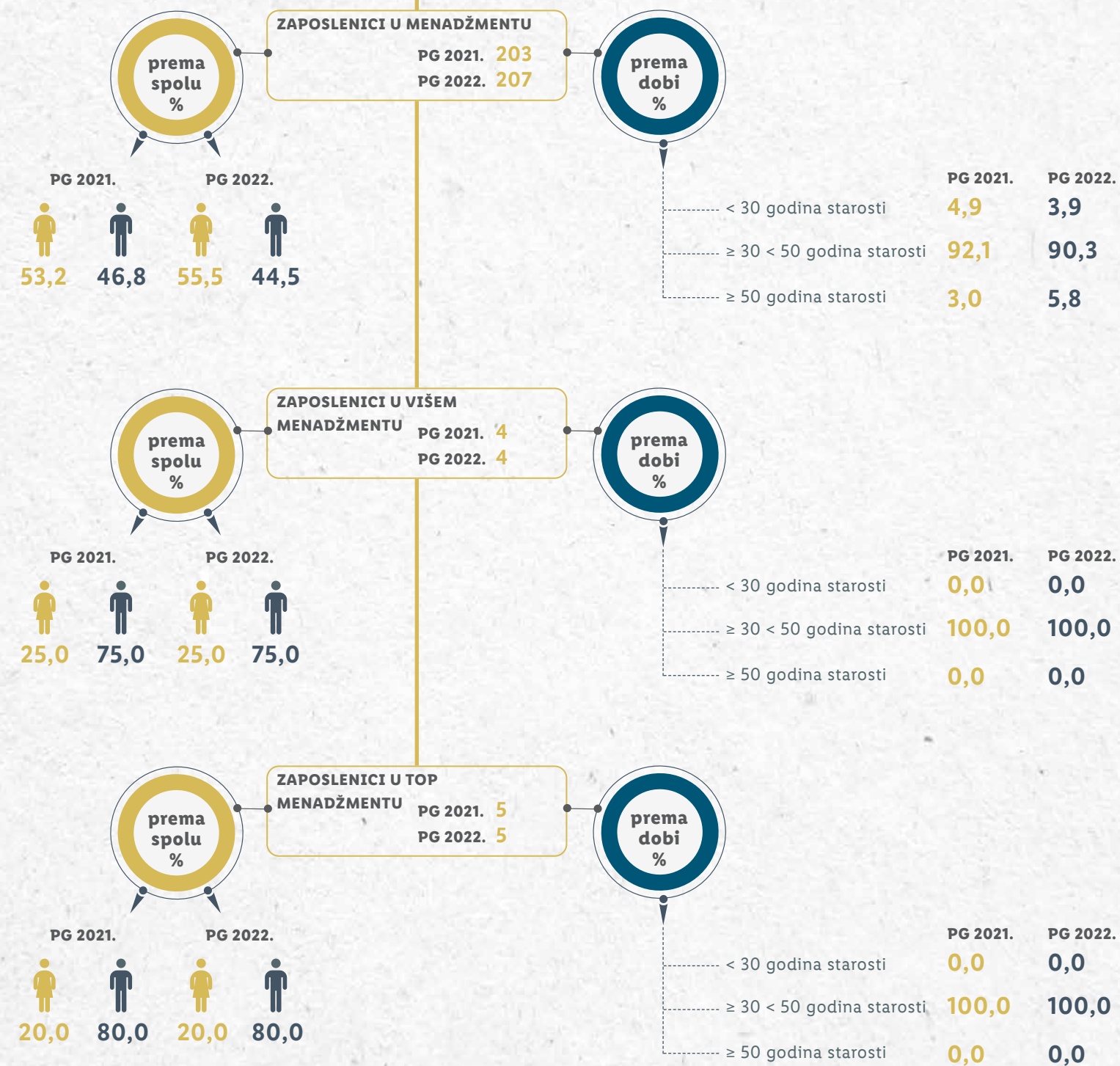
**NOVOZAPOSLENI**  
PG 2021. 206  
PG 2022. 390



\*zbroj prema dobi za PG 2022. je statistički 99,9%

Čvrsto vjerujemo da je nužno promicati raznolikost na rukovodećim pozicijama kako bismo prevladali poslovne izazove, stoga namjeravamo kontinuirano povećavati postotak žena na rukovodećim pozicijama. Tijekom 2021. godine, menadžerice su činile 53,2% menadžmenta, 25% višeg menadžmenta te 20% najvišeg menadžmenta pa su oko 51,9% svih menadžera činile žene. U 2022. godini menadžerice su činile 55,55% menadžmenta, 25% višeg menadžmenta te 20% najvišeg menadžmenta, što znači da su oko 54,2% svih menadžera bile žene.

## RAZNOLIKOST RUKOVODNIH TIJELA



Kao član međunarodne mreže LEAD, Lidl je uključen i u vanjske inicijative kako bi aktivno podržao ulogu žena u kompanijama u sektoru trgovine i robe široke potrošnje u Europi. Lidlovo članstvo također daje svim zaposlenicima besplatni pristup stranicama ove mreže. Tamo mogu dijeliti mišljenja i informacije o različitosti i jednakim mogućnostima sa zaposlenicima drugih kompanija ili sudjelovati u raznim webinarima.

### Organizacija

U Lidl Hrvatska odjel Ljudskih resursa odgovoran je za raznolikost i uključenost te koordinira provedbu svih mjera povezanih s raznolikošću i uključivošću s obzirom na zahtjeve i propise.



## KULTURA POŠTIVANJA I NEDISKRIMINACIJE

Kao poslodavac u sektoru maloprodaje hrane u Hrvatskoj, želimo svojim zaposlenicima pružiti sigurno i privlačno radno okruženje.

### Izazov

Kompanije trebaju osigurati zaštitu ljudi na radnome mjestu, što uključuje zaštitu temeljnih prava njihovih zaposlenika. Osim poštivanja zakonskog okvira, kompanije su odgovorne za uspostavljanje radnih uvjeta koji promiču poštovanje i odgovorno okruženje.

### Pristup

Poštivanje i zaštita prava zaposlenika za nas su temelj odnosa povjerenja. Oni podupiru sve naše aktivnosti i stoga je takav pristup čvrsto ugrađen u naša korporativna načela, politike i procedure. Kako bismo osigurali usklađenost svih naših poslovnih procesa u odnosima sa zaposlenicima, Odjel ljudskih resursa vodi CMS program Ljudski resursi, ključno područje Lidlovog sustava upravljanja usklađenošću. Usklađenost s primjenjivim zakonima te internim pravilima i propisima temelj su našeg djelovanja.

Naš je Kodeks ponašanja sastavni dio korporativnog upravljanja. Nepoštivanje prava zaposlenika ili temeljnih ljudskih prava u bilo kojem obliku je nezakonito i u Lidlu se ne tolerira.

Sumnja li se na kršenje usklađenosti, uključujući i kršenje Kodeksa ponašanja, ili se ono dogodi, naši zaposlenici to mogu prijaviti izravno svom rukovoditelju, službeniku za usklađenost ili predstavnicima zaposlenika unutar kompanije. Zaposlenici su dužni prijaviti prekršaje u skladu s propisima. I zaposlenici i svi ostali dionici mogu anonimno prijaviti kršenja koristeći naš online sustava za prijavu. Sve prijavljene informacije su strogo povjerljive. Nijedan zviždač neće se prijavom incidenta naći u nepovoljnom položaju, a svi incidenti se istražuju i na njih se javno reagira.



S obzirom na to da se naše trgovine, logističko-distribucijski centri i administracija nalaze u Europskoj uniji, zakonski zahtjevi u Hrvatskoj i EU čine osnovu za jamčenje prava na slobodu udruživanja i kolektivnog pregovaranja te za osiguranje zaštite ljudskih prava na našim lokacijama. O mogućim izmjenama ugovora o radu i drugim promjenama važnim za njihovo radno mjesto zaposlenike se pravovremeno obavještava.

Svi zaposlenici Lidla u Hrvatskoj, bez obzira na posao koji obavljaju, imaju pristup predstavniku zaposlenika, neutralnom i pouzdanom kontaktu koji može posredovati u konfliktnim situacijama i pomoći u rješavanju problema.

## Ljudska prava u lancu vrijednosti

Lanac vrijednosti u trgovini i proizvodnji prehrambenih proizvoda postaje sve kompleksniji, uključujući brojne dionike i kompanije iz različitih zemalja. Međunarodni lanci opskrbe najveći su izazov u pogledu poštivanja ljudskih prava i zaštite okoliša, a uzroci tih izazova su izuzetno složeni i imaju utjecaj na cijelu industriju. Društveni rizici kao što su zaštita radnika, sloboda udruživanja, sloboda od diskriminacije i poštene naknade, na primjer, mogu se riješiti samo sustavnim pristupom. Isti princip vrijedi i za zabranu dječjeg ili prisilnog rada. Lidl stoga surađuje s vladama, drugim kompanijama, dobavljačima i nevladinim organizacijama kako bi aktivno sudjelovao u oblikovanju budućnosti usmjerene prema ljudima.

Prilikom zasnivanja poslovne suradnje, ako iznos suradnje prelazi 10.000 eura na godišnjoj razini, Lidl provodi provjeru poslovnih partnera, koji moraju poštivati standarde Kodeksa ponašanja za poslovne partnere. U okviru tih provjera, koje su dio analize rizika radimo i analizu javno dostupnih informacija dobavljača te pritom analiziramo ima li kakvih naznaka kršenja pravnih propisa, što uključuje i propise koji zabranjuju dječji i prisilni rad. Također, primjenom Politike nabave o ljudskim pravima u lancu opskrbe te Politike nabave o ravnopravnosti spolova u lancu opskrbe, Lidl svojim partnerima jasno komunicira svoje razumijevanje odgovornosti za ljudska prava te standarde ponašanja i poslovanja koja očekuje.

## Organizacija

Odjel za ljudske resurse odgovoran je za upravljanje usklađenošću sa zahtjevima Zakona o radu i za osiguravanje strukturne usklađenosti kao dijela našeg CMS programa Ljudski resursi. Lidl također odmah prijavljuje relevantne incidente u vezi s radnim pravom odjelima glavnog ureda Lidla.

## ŽIVOTNA RAVNOTEŽA

Znajući da samo zadovoljni zaposlenici donose najbolje rezultate, brojnim inicijativama nastojimo stvoriti poticajno okruženje koje potiče uravnotežen život naših ljudi.



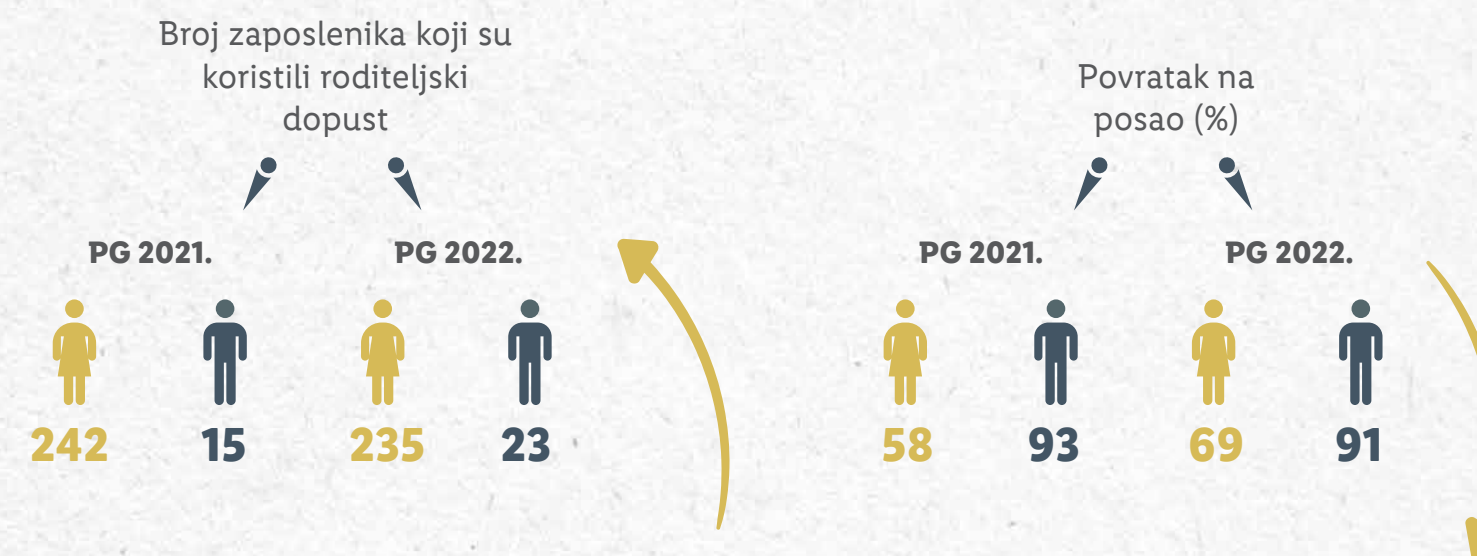
### Izazov

Pitanje ravnoteže privatnog i poslovnog života pitanje je dobrobiti članova našeg društva – radno sposobnih ljudi, ali i njihovih obitelji.

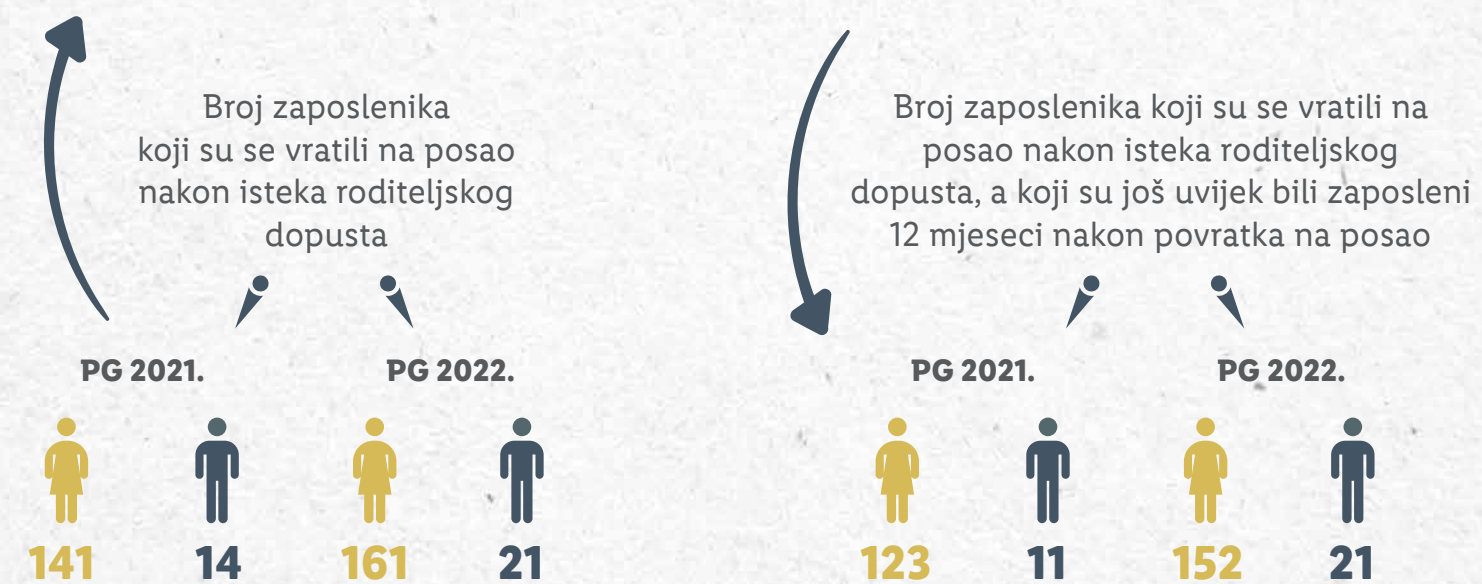
### Pristup

Uvjeti rada u kojima se vodi posebna briga o ravnoteži privatnog i poslovnog života jedan je od prioriteta za oblikovanje radnog iskustva u Lidlu. Stoga našim zaposlenicima, uz korištenje prava koje im po zakonu pripadaju, nudimo i druge povlastice koje pomažu u ostvarivanju dobre životne ravnoteže.

Prava na roditeljski dopust također su dio održavanja ravnoteže između poslovnih i privatnih obveza, a svi zaposlenici Lidla Hrvatska imaju pristup tom pravu. U 2022. godini ukupno je 258 zaposlenika koristilo roditeljski dopust, dok ih je u 2021. godini 257 koristilo ovo pravo. Udio muškaraca koji su koristili roditeljski dopust je porastao sa šest posto u 2021. na devet posto u 2022.



## KORIŠTENJE RODITELJSKIH DOPUSTA



Također, Lidl svojim zaposlenicima omogućuje korištenje fleksibilnog radnog vremena, kako bi što bolje uskladili poslovne i privatne obveze. U 2021. godini 370 zaposlenika je koristilo ovu mogućnost, dok je u 2022. ta brojka porasla na 401 zaposlenika.

Lidl Hrvatska svojim zaposlenicima omogućuje i korištenje određenog slobodnog vremena koje je odvojeno od godišnjeg odmora. Nudeći mogućnost korištenja neplaćenog dopusta (*sabbatical*), Lidl nastoji pružiti model ravnoteže između poslovnog i privatnog života bolje usklađen s različitim fazama života u kojima se zaposlenici nalaze.

Ova vrsta dopusta je dostupna svima koji su radili u Lidlu Hrvatska najmanje pet godina i može se strukturirati tako da odgovara individualnim potrebama. Zaposlenici mogu uzeti između jednog i tri mjeseca dopusta. Lidl jamči da se zaposlenici nakon toga mogu vratiti na svoje radno mjesto. Nakon daljnjih pet godina, zaposlenici mogu ponovno iskoristiti neplaćeni dopust. U 2021. godini, koristilo ga je šest osoba, sve zaposlenice, dok je u 2022. devet osoba koristilo neplaćeni dopust, ponovo dominantno žene.

### Organizacija

Odjel za ljudske resurse odgovoran je za upravljanje i provođenje aktivnosti usmjerenih na postizanje bolje ravnoteže između privatnog i poslovnog života zaposlenika.



## POŠTENE NAKNADE

Dostojne plaće predstavljaju osnovu za dostojanstven život.

### Izazov

Kompanije su odgovorne za jamčenje odgovarajuće razine pošteno i pravedno strukturirane naknade. Time se uspostavlja osnova za radni odnos obilježen povjerenjem i poštovanjem, od kojeg svi imaju koristi.

### Pristup

Naš sustav nagrađivanja temelji se na strategiji ljudskih resursa i uzima u obzir relevantne regulatorne zahtjeve. Usklađenost sustava sa zakonom redovito se provjerava i po potrebi usklađuje s najnovijim regulatornim zahtjevima. Naš sustav nagrađivanja pruža privlačne i poštene tržišne uvjete i strukturiran je bez obzira na spol, dob, podrijetlo, seksualnu orijentaciju, ideologiju, vjeru, mentalne ili tjelesne sposobnosti. Naknada zaposlenika određena je ulogom, a naknada po satu općenito uključuje fiksne i varijabilne komponente. Iako ne primjenjuje kolektivni ugovor, Lidl ni na koji način ne ograničava slobodu kolektivnog udruživanja ni pregovaranja.

Sve naknade zaposlenika temelje se na Zakonu o radu i Pravilniku o radu. Odredbe koje se odnose na naknade primjenjuju se bez ograničenja i jamče transparentnost te obvezu u pogledu naknada za rad. Minimalna

Šestu godinu zaredom povećali smo plaće svojim zaposlenicima u trgovinama i skladištima, i to za sedam posto.

Lidlova plaća se redovito preispituje i po potrebi prilagođava te je značajno viša od lokalne minimalne plaće.

Pred kraj poslovne 2022. godine, Lidl Hrvatska je šestu godinu zaredom povećao plaće svojim zaposlenicima u trgovinama i skladištima, i to za sedam posto. Uz ovo povećanje, svi Lidlovi zaposlenici dobili su i 13. plaću, a samo u 2022. godini Lidl je isplatio 8.000 kuna dodatka na plaću kroz novčane nagrade, uskrnicu i božićnicu. Uz redovita povećanja plaće i navedene benefite, Lidl je od srpnja pa do prosinca 2022. kao podršku u izazovnim okolnostima svojim zaposlenicima u trgovinama i skladištima te velikom dijelu zaposlenika iz centralnih ureda isplatio dodatnih 1.500 kuna bruto dodatka na plaću, što je ukupna dodatna isplata u iznosu od 9.000 kuna bruto.

## Brojne pogodnosti za zaposlenike

Lidl nudi i razne novčane i nenovčane dodatne pogodnosti svojim zaposlenicima, bez obzira na to rade li na nepuno ili puno radno vrijeme. Uz božićnicu i uskršnicu, Lidl nudi i nagrade za radne rezultate, sezonski dodatak, dar za djecu te jubilarne nagrade. Uz to nagrađujemo i izvrsnost u postizanju rezultata pa tako imamo novčanu nagradu za najuspješnije trgovine mjeseca, ali i godine. Lidl ne nudi poseban mirovinski fond ili druge tipove dodatnih shema za mirovinsku štednju.

Nenovčane pogodnosti uključuju širok spektar mogućnosti ovisno o smjernicama i kategorijama zaposlenika. Zaposlenicima nudimo dodatno zdravstveno osiguranje, dodatne slobodne dane, psihološku podršku u teškim životnim situacijama, sufinanciranje dodatnog visokog obrazovanja te prigodne znakove pažnje (božićni pokloni, pokloni za djecu, pokloni za prvi dan škole, pokloni povodom početka poslovne godine)

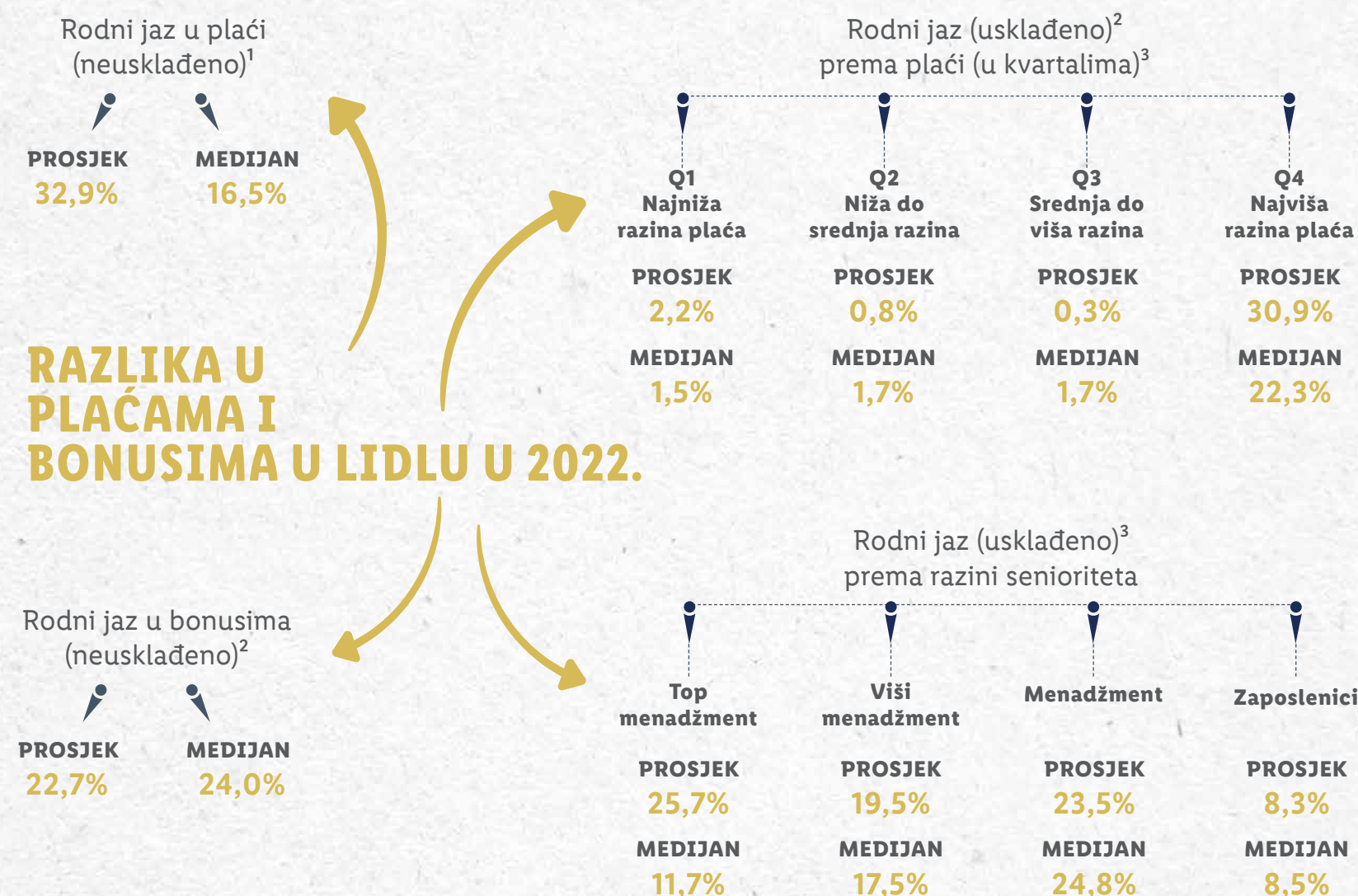
## Rodni jaz u plaćama

U Europskoj uniji žene i dalje u prosjeku zarađuju 14,1% manje po satu od muškaraca.<sup>1</sup> Ova specifična razlika u plaćama poznata je kao rodni jaz u plaćama. Kako bismo promovirali ravnopravnost spolova unutar sustava nagrađivanja, sljedeće je načelo čvrsto ukorijenjeno u korporativnoj kulturi Lidla: kao dio naše strategije ljudskih resursa, nastojimo utjeloviti jednake mogućnosti i osigurati da se jednak tretman odražava u našem sustavu nagrađivanja.

Iz tog razloga prikupljamo podatke o našem jazu u plaćama između spolova od 2021. godine. Brojke za izvještajno razdoblje pokazuju da u Lidlu u Hrvatskoj postoji razlika u plaćama. Iako je načelo jednakosti plaća čvrsto ukorijenjeno u našoj kompaniji, rodni jaz u plaćama ne može se u potpunosti izbjeći zbog strukturnih aspekata radne snage. Strukturni aspekti uključuju, na primjer, manji broj žena na višim i rukovodećim pozicijama. Našim nediskriminirajućim sustavom nagrađivanja nastojimo osigurati rodnu ravnopravnost te poduzimamo odgovarajuće mjere za smanjenje razlike u plaćama na svim razinama hijerarhije. Također planiramo biti transparentniji u izvještavanju o našim procesima koji se odnose na napredovanje, plaće i nagrade.



<sup>1</sup> European Commission: The gender pay gap situation in the EU



## Organizacija

Funkcije za plaće i beneficije unutar Lidlovog odjela Ljudskih resursa odgovoran je za strukturiranje sustava nagrađivanja uzimajući u obzir zahtjeve i zakone specifične za Hrvatsku.

<sup>1</sup> Neusklađena razlika u plaćama između spolova uspoređuje plaće zaposlenika i zaposlenica bez uzimanja u obzir strukturnih aspekata kao što su položaj, razina plaće, vrsta zaposlenja (puno/nepuno radno vrijeme) ili drugi čimbenici.

<sup>2</sup> "Usklađeno" rodni jaz u plaćama uspoređuje plaće muških i ženskih zaposlenika i uzima u obzir određene strukturne aspekte kao što su profesionalna ili upravljačka razina, razina plaće, vrsta zaposlenja (puno/nepuno radno vrijeme) i druge čimbenike. Za potrebe procjene usklađenog rodnog jaza u plaćama zaposlenici se grupiraju prema određenim obilježjima i uspoređuju sa zaposlenicima iste skupine. U Lidl NAT-u procjenjujemo zaposlenike na temelju profesionalne/upravljačke razine i razine plaća.

<sup>3</sup> Jedan kvartil predstavlja jedan raspon plaća. Za potrebe procjene zaposlenici Lidla raspoređeni su u četiri platne skupine jednake veličine. Brojka za prvi kvartil odražava rodnu razliku u plaćama među zaposlenicima koji zarađuju najnižu plaću u tvrtki, dok četvrti kvartil pokazuje rodnu razliku u plaćama za zaposlenike s najvišim plaćama u tvrtki.

## KORPORATIVNO GRAĐANSTVO I LOKALNI RAZVOJ

Dio smo naših lokalnih zajednica te želimo biti aktivni sudionik u njihovom razvoju.

### Izazov

Suradnja različitih dionika u zajednicama ključna je za razvoj i prosperitet više nego prije. Potrebe ljudi i zaštita okoliša mogu se zadovoljiti samo zajedničkim radom.

### Pristup

Bliska suradnja s lokalnim zajednicama omogućuje Lidlu da bolje razumije preferencije i ukuse svojih kupaca te pruži prilagođenu ponudu proizvoda. Suradnjom s lokalnim dobavljačima, podržavamo domaće gospodarstvo i potičemo rast u zajednici. Želimo osigurati da proizvodi koje nudimo zadovoljavaju potrebe i želje naših kupaca. Napokon, važan nam je angažman u podršci lokalnim inicijativama, institucijama i događanjima koji doprinose društvenom razvoju i zaštiti okoliša. Takvim aktivnostima gradimo dugoročne odnose temeljene na povjerenju.

Razvojem poslovanja otvaramo i nova radna mjesta, primjerice u našem novom logističko-distribucijskom centru Križu koji je procesu izgradnje. Novi centar prostirat će se na preko 60.000 m<sup>2</sup> te će koristiti brojne moderne tehnologije i sustave koji omogućuju iskorištavanje svih kapaciteta i fleksibilnost skladišnog prostora. Usto, postavit će se i punionice za električna vozila, a izvedena je i priprema za buduću ugradnju punionica za električne kamione. Na krovu centra instaliran je fotonaponski sustav koji omogućuje proizvodnju energije iz obnovljivih izvora kojom će se opskrbljivati centar.



## POTICANJE LOKALNIH DOBAVLJAČA

Angažman lokalnih dobavljača jedan je od ključnih segmenata naše poslovne strategije, razvijene s namjerom da kupcima ponudimo najbolje i najsvježije proizvode, a istovremeno potaknemo razvoj lokalnog gospodarstva suradnjom s poljoprivrednicima, poduzetnicima i proizvođačima.

Lidl aktivno surađuje s lokalnim dobavljačima kako bi osigurao visokokvalitetne proizvode za svoje kupce. Ova suradnja pruža mogućnost domaćim proizvođačima, a naročito malim poduzetnicima i poljoprivrednicima da prošire svoje poslovanje i dosegnu veći broj kupaca, pomažući im ostvariti održiv rast i razvoj. Osim toga, takav pristup kreiranju poslovnih odnosa donosi brojne prednosti, kao što su smanjeni troškovi prijevoza i kraće vrijeme dostave, što omogućuje da svježa hrana brže stigne do Lidlovih trgovina, ali i da se smanje emisije iz transporta.

S tim obostranim prednostima na umu, Lidl nudi širok asortiman proizvoda hrvatskih proizvođača. Poslujemo s više od 1.000 dobavljača prehrambenih proizvoda, od čega je oko 220 stalnih hrvatskih proizvođača, na koje odlazi gotovo 50% izdataka za nabavu godišnje.







## Domaća kvaliteta za hrvatske kupce...

Najkvalitetniji domaći proizvodi temelj su Lidlovog dobro poznatog brenda „Okusi zavičaja“. Pod ovim brendom, kupcima je trenutno dostupno stotinjak proizvoda, s dodatnih tridesetak proizvoda u povremenoj ponudi, a taj broj kontinuirano raste. Kupci u Hrvatskoj pod ovim imenom mogu naći asortiman proizvoda koji uključuje svježe voće i povrće, mesne prerađevine, mliječne proizvode, smrznute proizvode, sokove, tjestenine i ukiseljeno povrće. Osim toga, Lidl kontinuirano proširuje svoju ponudu kvalitetnih vina domaćih vinara iz Istre, Dalmacije i Slavonije pod imenom „Winemakers of Croatia“. Malvazija, teran, merlot, plavac, graševina i chardonnay samo su neke od sorti stalno dostupnih kupcima. Naposljetku, pod imenom „Od hrvatskih farmera“ Lidl nudi svježe meso životinja uzgojenih u Hrvatskoj, s jasnom naznakom porijekla na svakom proizvodu.

Domaćim je kupcima dobro poznat i podbrend „Okusi svoj zavičaj“, kojim Lidl potiče i uključuje male lokalne proizvođače i obiteljska poljoprivredna gospodarstva koja se bave proizvodnjom autohtonih proizvoda. Ovim programom mali proizvođači imaju priliku predstaviti svoje proizvode poput sireva, suhomesnatih proizvoda, svježih sokova, ulja, kolača i slastica, domaćih rakija i likera, te ručno rađene prirodne kozmetike s mirisima specifičnim za naše područje, kao i prirodnih sredstava za čišćenje. U 2021. godini Lidl je organizirao dva akcijska tjedna „Okusi svoj zavičaj“, dok je u 2022. predstavio ove proizvode u dva akcijska formata, „Lidlov plac“ i „Okusi zavičaja regije“ (Istra, Slavonija, Dalmacija), u sedam tematskih tjedana koji su predstavili ukupno 48 proizvoda malih hrvatskih proizvođača.



## ... ali i za kupce širom Europe

Hrvatski se proizvođači svojim proizvodima imaju priliku predstaviti i široj europskoj publici, odnosno kupcima Lidla u drugim zemljama Europe. Tako je u 2022. godini predstavljeno 45 proizvoda u sklopu tematskog tjedna Croamore, uključujući suhomesnate proizvode i sireve iz raznih hrvatskih regija, premium tjesteninu, srdele i skuše, vina, namaze, slatkiše i druge delicije.

Lidl Hrvatska najznačajniji izvoz ostvaruje u zemljama regije poput Srbije, Slovenije i Mađarske, ali značajne količine izvozi i u Njemačku i Austriju. Iz godine u godinu raste udjel proizvoda hrvatskih proizvođača koje izvozimo pa je tako u 2021. i 2022. godini oko 75 posto proizvoda u izvozu bilo domaćeg porijekla, a sam izvoz je narastao za 19,9 posto u 2022. godini u usporedbi s prethodnom.



## Organizacija

Odjel Nabave odgovoran je za odabir te suradnju s dobavljačima.

## SURADNJA U ZAJEDNICAMA

Od svog dolaska u Hrvatsku prije više od 15 godina, Lidl aktivno surađuje sa zajednicama u kojima posluje, želeći pružiti ruku pomoći onima kojima je to najpotrebnije. Naše su suradnje mahom dugoročne, u želji da budemo pouzdan partner organizacijama koje naporno rade kako bi poboljšale kvalitetu života svima, a naročito posebno osjetljivim skupinama i zajednicama.

S obzirom na to, Lidl je u 2021. i 2022. donirao ukupno preko 3,4 milijuna kuna. Ovo su naše najznačajnije suradnje.

### Dugogodišnje partnerstvo s Caritasom

U sklopu programa "Za 1.000 radosti" Lidl je i u 2021. osigurao 100.000 kuna Caritasu, ovog puta Caritasu Splitsko-makarske nadbiskupije. Iznos je bio namijenjen Skloništu za djecu i odrasle - žrtve obiteljskog nasilja, jedinoj takvoj ustanovi na području Splitsko-dalmatinske županije, koja djeluje već 10 godina. Uz zbrinjavanje i potporu za žrtve obiteljskog nasilja, korisnicima skloništa osigurano je i psihološko savjetovanje te savjetodavni rad vezan uz ostvarivanje prava iz sustava socijalne skrbi.



Unutar projekta, u suradnji sa Sveučilišnim odjelom za forenzične znanosti Sveučilišta u Splitu te Odsjekom za pedagogiju Filozofskog fakulteta u Splitu, provedena su predavanja i edukativno-iskustvene radionice za studente usredotočene na razvoj znanja i osvještavanje o oblicima nasilja i znakovima prepoznavanja fizičkog, psihičkog, ekonomskog i/ili seksualnog nasilja te pravilnoj komunikaciji sa žrtvama nasilja u obitelji. Projekt preventivnih aktivnosti prihvaćen

je u akademskoj zajednici kao vrlo značajan dio obrazovanja budućih stručnjaka koji će u svom radu doći u kontakt sa žrtvama obiteljskog nasilja.

Krajem 2022. godine, Lidl je osigurao donaciju u proizvodima u vrijednosti 100.000 kuna za pomoć obiteljima u potrebi iz 17 biskupija i nadbiskupija širom Hrvatske. Materijalna i novčana sredstva prikupljena u ovom programu bila su namijenjena siromašnim obiteljima samohranih roditelja, mnogočlanim obiteljima,

VIŠE OD  
**3,4 milijuna  
kuna**  
U DONACIJAMA

LIDL DONACIJA U  
PROIZVODIMA  
ZA SOCIJALNE  
SAMOPOSŁUGE  
2021. 349.033 kn  
2022. 590.270 kn

staračkim domaćinstvima, obiteljima koje se bore s teškom bolešću ili nezaposlenošću, koje žive u teškim stambenim uvjetima, opterećene dugovanjima ili obiteljima koje žive ispod granice siromaštva.

Također, u suradnji s Caritasom Zagrebačke nadbiskupije i Gospićko-senjske biskupije, Lidl donira i proizvode za socijalne samoposluge. U 2021. donirao je tako proizvode u vrijednosti 349.033 kuna, dok je u 2022. ponudu socijalnih samoposluga pomogao proizvodima u vrijednosti 590.270 kuna.

### Veliki heroji za male heroje

Slijedom postojeće suradnje Lidlovog brenda „Okusi zavičaja“ i Hrvatske gorske službe spašavanja (HGSS), u 2022. godini predstavljen je i novi projekt pod nazivom „Mali heroji“. U sklopu ovog projekta održane su škole u prirodi, edukativne radionice o snalaženju u prirodi i gorskom spašavanju. Edukativne radionice namijenjene djeci u dobi od 6 do 12 godina održane su tako na Papuku, Sljemenu i Paklenici, a kroz njih je prošlo više od 400 djece.

Neumorni pripadnici Hrvatske gorske službe spašavanja su u ovim zabavnim i interaktivnim radionicama djeci prenijeli svoje znanje i iskustvo o gorskom spašavanju i prvoj pomoći. Nakon tečajeva kroz škole naziva „Šumski mravi“, „Mali miš“ i „Vatreni plavci“ u kojima je najveći interes zabilježilo druženje s HGSS-ovim potražnim psima, mališani su se imali prilike upoznati i s radom s nosilima, a najveća se zabava odvijala u sklopu radionica s tirolskom prečnicom (žičarom). Po završetku obuke, djeca su dobila diplome o uspješno završenoj radionici „Mali heroji“. Zabave i učenja u prirodi nikad dosta pa se škole nastavljaju i u 2023. godini.



Krški teren čini polovicu teritorija Hrvatske, a on obiluje brojnim speleološkim objektima. Procjenjuje se da je do danas istraženo oko 10.000 špilja i jama, no taj broj bi mogao biti i dvostruko veći. Ovaj nevidljivi sustav je od vitalnog značaja jer su naši podzemni vodonosnici među najbogatijima u Europi.

Iako je hrvatsko podzemlje poznato po iznimnoj raznolikosti špiljskih životinja, naša su krška područja suočena s okolišnim izazovom jer je dosad zabilježeno 975 ilegalnih odlagališta otpada. To predstavlja ozbiljan problem jer krške jame služe kao putovi kojima voda teče prema prirodnim spremnicima u dubljim slojevima krša. Zagađenja se tako ispiru preko otpada i zagađuju podzemne izvore, potoke i rijeke koje opskrbljuju pitkom vodom. Stoga, zagađene špilje i jame dugoročno ugrožavaju našu georaznolikost, jedinstvenu faunu i važne rezerve podzemne pitke vode. Važno je poduzeti mjere zaštite i očuvanja ovog ekosustava kako bismo sačuvali bogatstvo podzemnog svijeta i osigurali čistu pitku vodu za buduće generacije.



### Čisto podzemlje

Kako bi pomogli očuvati ovo prirodno bogatstvo, Lidl, Hrvatska gorska služba spašavanja i inicijativa „Čisto podzemlje“ surađuju u projektu „Čuvajmo vode – izvor naše budućnosti“. Od ožujka 2020. provedeno je ukupno 29 akcija čišćenja u kojima je izvučeno impresivnih 300 kubika otpada iz više od 50 objekata. Ovi iznimni rezultati dokaz su nesebičnih napora speleologa volontera, ali i uspješnosti ovog projekta.



**29 AKCIJA ČIŠĆENJA**  
**IZVUČENO 300 KUBIKA OTPADA**  
**IZ VIŠE OD 50 OBJEKATA**



### Tamo gdje je najpotrebnije

Tvrtke Schwarz Grupe, uključujući svoje trgovačke lance Lidl i Kaufland, od samog početka rata u Ukrajini blisko surađuju s mnogobrojnim organizacijama za pružanje pomoći na licu mjesta, a početkom ožujka 2022. donirale su ukupno 10 milijuna eura kako bi u što kraćem roku pomogla u opskrbljivanju izbjeglica na područjima u blizini granica s Ukrajinom trajnim proizvodima, higijenskim potrepštinama i ostalim potrebnim stvarima. Sam Lidl Hrvatska je uputio dvije donacije prehrambenih i higijenskih proizvoda za pomoć raseljenom stanovništvu Ukrajine Hrvatskom Crvenom križu i Caritasu Zagrebačke nadbiskupije, svaku u vrijednosti od 1,23 milijuna kuna.

Također, tvrtke Schwarz Grupe, u čijem je sastavu i Lidl Hrvatska, donirale su milijun eura Crvenom križu Njemačke kako bi se stanovništvu stradalom u razornom potresom koji je u veljači 2023. pogodio Tursku i Siriju pružila brza pomoć.



### Organizacija

Odjel Korporativnih komunikacija koordinira suradnje s vanjskim partnerima u ovim inicijativama.



# 10

PROMICANJE  
ZDRAVLJA

## PROMICANJE ZDRAVLJA

Zahtjevi brzog, modernog života mogu imati veliki utjecaj na ljudsko zdravlje, koje je iznimno važno i za pojedinca i društvo u cjelini. Održavanjem zdravih životnih navika poput uravnotežene prehrane, redovite tjelesne aktivnosti i adekvatnog odmora, možemo unaprijediti tjelesno i mentalno blagostanje. Takva ponašanja trebaju biti ključni dio naše svakodnevne rutine, no važna je i uloga edukacije te podrške u promicanju zdravih životnih navika.

## ZDRAVLJE I SIGURNOST NA RADNOME MJESTU

Vjerujemo da svako pojedinačno iskustvo, perspektiva i identitet doprinose bogatstvu naše kompanije. Promicanjem raznolikosti težimo stvoriti uključivo radno okruženje u kojem se svaki zaposlenik osjeća prihvaćen, poštovan i podržan.

### Izazov

Svaki rad, a posebno fizički, donosi neke rizike za one koji ga obavljaju. Zadatak je svakog poslodavca da osigura zaštitu od ozljeda, bolesti i dugoročnih zdravstvenih problema, što poboljšava dobrobit i produktivnost zaposlenika.

### Pristup

Lidl primjenjuje sve važeće zakonske norme kao i sva priznata pravila za zaštitu zdravlja i zaštitu na radu, ali i iznad toga – primjenjuju se i drugi visoki standardi. Takav sustav obuhvaća sve zaposlenike Lidla. Njegovo unaprjeđenje je u izvještajnom razdoblju uključilo i postupak informatizacije kako bi se osigurao lakši pristup informacijama te njihov brži pregled, i to usklađivanjem i objedinjavanjem nekoliko IT alata u jedinstven alat.

Kad govorimo o prepoznavanju rizika po sigurnost na radu, kvaliteta procesa i identifikacija opasnosti ocjenjuju se analizom uzroka nastalih ozljeda, a rezultati analiza utječu na reviziju procjene rizika. Također, naši zaposlenici ukazuju na potencijalne opasnosti u trgovinama ili skladištima svojim neposredno nadređenima, a oni su dužni što prije osigurati da se takve opasnosti otklone. Pregledom i evaluacijom učestalo prijavljivanih rizika neprestano poboljšavamo mjere sigurnosti koje primjenjujemo kako bismo spriječili moguće ozljede na radu ili pojavu bolesti.

U izradi i reviziji procjene rizika sudjeluju i zaposlenici ispunjavanjem anketa koje su sastavni dio dokumentacije. Lidlov Odbor zaštite na radu sastaje se dvaput godišnje, a uključuje i povjerenike zaposlenika za zaštitu zdravlja i zaštitu na radu. Odbor raspravlja o važnim temama iz područja zaštite na radu te informira sve relevantne osobe unutar organizacije.



## Edukacija i komunikacija su ključ

Važan dio podizanja svijesti o zaštiti na radu je osposobljavanje. Edukacija zaposlenika iz područja zaštite na radu provodi se odmah po zapošljavanju i tada novozaposleni rade pod nadzorom iskusnih zaposlenika koji su uspješno završili sve potrebne edukacije. U planu je uvođenje ponavljajućeg školovanja i osvježavanja znanja čime želimo trajno raditi na podizanju svijesti o bitnim elementima sigurnosti na radnom mjestu te pravilnog rada. Kako je ponavljanje i utvrđivanje znanja važan element u provođenju zaštite zdravlja i zaštite na radu, pripremamo uvođenje ponavljajućih školovanja za sve naše zaposlenike u suradnji s uključenim odjelima. Svi zaposlenici čija radna mjesta to zahtijevaju imaju pravo, ali i obavezu obavljati redovne liječničke preglede i pohađati obuke.

Iako djelatnost trgovine nije visokorizična djelatnost, redovnim pregledima radne opreme i radnih mjesta održava se sigurnost. Također, svim zaposlenicima čije radno mjesto to zahtijeva osigurava se osobna zaštitna oprema te se inzistira na primjeni svega što može umanjiti vjerojatnost nastanka ozljeda i njihovih posljedica.

Komunikacija sa zaposlenicima nam je vrijedan izvor informacija i izvor ideja za unaprjeđenje zaštite zdravlja i zaštite na radu. Stoga su im na raspolaganju namjenski postavljeni ormarići za pohvale, prijedloge ili pritužbe. O svim temama iz ovog područja također mogu razgovarati i s povjerenikom za zaštitu zdravlja i zaštitu na radu. Zaposlenicima na raspolaganju stoje i voditelji kojima mogu izraziti pritužbu ili dati prijedlog za unaprjeđenje praksi zaštite zdravlja i zaštite na radu. Svaku prijavljenu opasnost razmotrit će i procijeniti voditelj, koji je ujedno i ovlaštenik poslodavca za zaštitu na radu, u suradnji sa stručnim odjelom zaštite zdravlja i zaštite na radu.

## Organizacija

Stručni odjel zaštite na radu odgovoran je za pitanja sigurnosti na radu i zaštite zdravlja te za provedbu svih povezanih inicijativa u ovom području.



## OSVIJEŠTENA PREHRANA

Svijest o kvaliteti hrane, nutritivnoj vrijednosti i njezinom utjecaju na zdravlje u fokusu je oblikovanje naše ponude.

### Izazov

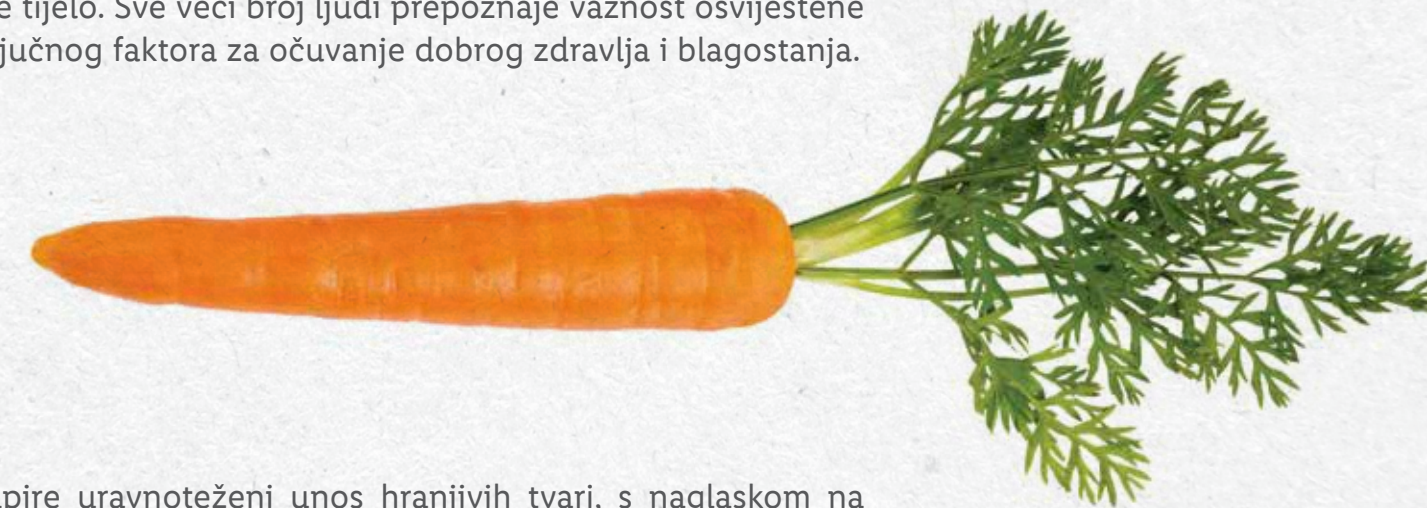
Brzi tempo života, razvoj kroničnih oboljenja i potreba za većom brigom o vlastitoj dobrobiti stvaraju potrebu za svjesnim biranjem namirnica koje unosimo u svoje tijelo. Sve veći broj ljudi prepoznaje važnost osviještene prehrane kao ključnog faktora za očuvanje dobrog zdravlja i blagostanja.

*Lidl*ova  
**TRŽNICA**

### Pristup

Osim što podupire uravnoteženi unos hranjivih tvari, s naglaskom na svježe voće, povrće, cjelovite žitarice, proteine i zdrave masti, osviještena prehrana također promiče svjesnost o utjecaju prehrambene industrije na okoliš.

Lidlov pristup osmišljavanju asortimana temelji se na tri bitna stupa: zdravoj prehrani, održivoj prehrani te transparentnosti i osnaživanju. Sva tri stupa ovise o osiguravanju sigurnosti i kvalitete hrane. Cilj zdrave prehrane je poboljšanje nutritivnih aspekata našeg asortimana. Održiva prehrana ima za cilj osigurati ekološku i društveno pravednu prehranu koja podupire dobrobit životinja. Transparentnost i komunikacija ključni su za osnaživanje naših kupaca u donošenju informirane odluke o kupnji.



## Sigurnost i kvaliteta

Redovita i sustavna provjera kvalitete hrane osigurava da se ispravni i sigurni proizvodi stavljaju na tržište. Strogi standardi i postupci analize osiguravaju zdravstvenu ispravnost hrane, ali i očuvanje svježine i nutritivne vrijednosti. Pouzdana kontrola kvalitete pruža potrošačima povjerenje u prehrambene proizvode koje konzumiraju, promiče zdravu prehranu i osigurava da proizvođači poštuju propise i standarde industrije.

Lidl primjenjuje dosljedne i jedinstvene procedure kontrole kvalitete, što podrazumijeva sveobuhvatni nadzor nad kakvoćom i sigurnošću proizvoda. To se ne odnosi samo na redovite analize proizvoda, već obuhvaća i kontinuirani razvoj u suradnji s dobavljačima, provjere dobavljača, internu i eksternu sensoriku proizvoda te obradu reklamacija kupaca. Svi prehrambeni proizvodi te proizvodi za osobnu higijenu i čišćenje pod Lidlovom robnom markom redovito se podvrgavaju analizama i prate se u skladu s visokim standardima kvalitete i sigurnosti, za što su zadušeni odjeli kontrole kvalitete u zemljama u kojima Lidl posluje. Certifikati IFS FOOD i/ili BRC obveza su za sve naše dobavljače prehrambenih proizvoda. Obavljaju se i redovne analize akcijskih proizvoda te onih iz stalnog asortimana sukladno procjeni rizika svakog pojedinog proizvoda. U tome nam je partner akreditirani laboratorij Bioinstitut Čakovec, koji svojom modernom opremom i znanjem svojih vrhunskih stručnjaka kontrolira svježe proizvode u našoj ponudi i potvrđuje njihovu kvalitetu, dok dio analiza izvode i Centar za kontrolu namirnica Prehrambeno-biotehnološkog fakulteta te Nastavni zavod za javno zdravstvo Andrija Štampar. Oznaku kontrolirane kvalitete koju dodjeljujemo lokalnim proizvođačima širimo na one proizvođače koje zadovolje stroge propisane uvjete. Takvu oznaku sada imaju tri naša proizvođača mesa i mesnih prerađevina.

Osim proizvođača prehrambenih proizvoda, i oni koji za nas dobavljaju proizvode za njegu i higijenu posjeduju potrebne certifikate. Svih devet dobavljača takvih proizvoda posjeduju certifikat IFS HPC.



## Temeljito i transparentno postupanje

Lidl u radu s dobavljačima, u vlastitim skladištima i trgovinama zahtijeva strogo postupanje prema propisanim radnim procedurama, pojačanu higijenu te edukaciju zaposlenika, kontrolu neprekinutog hladnog lanca od zaprimanja proizvoda u skladištu do izlaganja u rashladne vitrine, uz dodatne analize proizvoda.

Ako neki proizvod ne odgovara zakonom propisanim parametrima zdravstvene ispravnosti, Lidl bez odlaganja obavještava nadležna državna tijela (Državni inspektorat, HR RASFF), opoziva proizvod i u suradnji s proizvođačem provjerava uzrok nastanka propusta. Proces rješavanja reklamacija kupaca također se provodi u suradnji s dobavljačem. Svaka reklamacija pažljivo se razmatra kako bi se identificirali potencijalni ili stvarni problemi s proizvodom. Provodi se i interna kontrola korištenjem kontrauzoraka koji se pažljivo čuvaju do isteka roka trajnosti proizvoda. Na taj način osiguravamo da se reklamacije rješavaju temeljito i transparentno, s ciljem osiguranja zadovoljstva naših kupaca.

U 2021. godini zabilježili smo četiri javna opoziva proizvoda pod našom robnom markom u koji je bilo uključeno ukupno sedam proizvoda. Dva opoziva proizvoda pod našim brendom s ukupno 11 proizvoda zabilježena su u 2022. godini, ali i dva opoziva koji su pokrenuli sami proizvođači, a uključila su četiri opozvana proizvoda tih proizvođača. Slučajeva nepridržavanja propisa i dobrovoljnih kodeksa u vezi s utjecajima proizvoda i usluga na zdravlje i sigurnost, pa tako ni povezanih kazni, u izvještajnom razdoblju nije bilo.

## Za sve prehrambene potrebe i odabire

Stalno unaprjeđujemo naš asortiman prehrambenih proizvoda kako bismo zadovoljili različite potrebe životnih stilova, ali i posebne zahtjeve za prehranu u skladu sa zdravstvenim stanjima. Naša ponuda obuhvaća organske proizvode, proizvode bez glutena i laktoze, kao i prehrambene proizvode namijenjene vegetarijancima i veganima.

Više od 320 organskih, veganskih i vegetarijanskih proizvoda te proizvoda koji ne sadržavaju gluten i laktozu dio su Lidlovog asortimana. Proizvodi poput organskih biljnih mlijeka, chia sjemenki i tofua te, primjerice, jogurta bez laktoze i kruha bez glutena uzimaju u obzir osobne preferencije i zdravstvene zahtjeve kupaca, poput intolerancija. Kupci imaju priliku iskušati nove proizvode i pozitivno utjecati na svoje zdravlje i kvalitetu života, ali i smanjiti vlastiti ugljični otisak, što je također jedna od prednosti veganske i vegetarijanske prehrane.

Iako je dostupna trajno, široka paleta vegetarijanskih i veganskih proizvoda promovira se tijekom siječnja, mjeseca u kojem mnogi donose odluke za zdrav život, unutar promotivne ponude pod nazivom „Veguary“. Ova posebna inicijativa odražava Lidlovu predanost pružanju raznolikih opcija za sve potrošače. Asortiman „Veguary“ uključuje ukusne alternative mesnim proizvodima kao što su biljni pripravci, sojini burgeri, na povrću bazirani namazi i puno drugih inovativnih proizvoda koji zadovoljavaju sve zahtjeve prehrane bazirane na proizvodima biljnog porijekla.



## Uživanje bez grižnje savjesti

U Lidlu sustavno radimo i na poboljšanju receptura postojećih proizvoda kako bismo ponudili zdravije alternative našim kupcima. To se posebno odnosi na pića, slatkiše i grickalice te suhomesnate i pekarske proizvode, u kojima u suradnji s dobavljačima smanjujemo udjele šećera i soli. Slijedeći našu politiku nabave o osviještenoj prehrani, bitan cilj naše ponude je osigurati smanjenje prosječnog ponderiranog udjela šećera i soli za 20 posto do 2025. godine u odnosu na referentnu godinu 2015. Ovaj program uključuje podružnice u različitim zemljama koje svojom ponudom doprinose ovom cilju. Stoga se na razini zemalja odabiru upravo oni proizvodi koji imaju najveće udjele šećera i soli na godišnjoj razini, a time i najveće količine prodane soli odnosno šećera u svom sastavu.

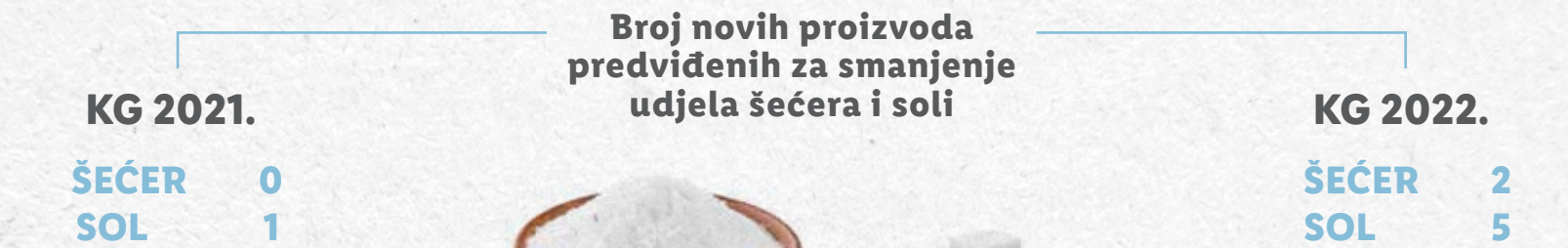
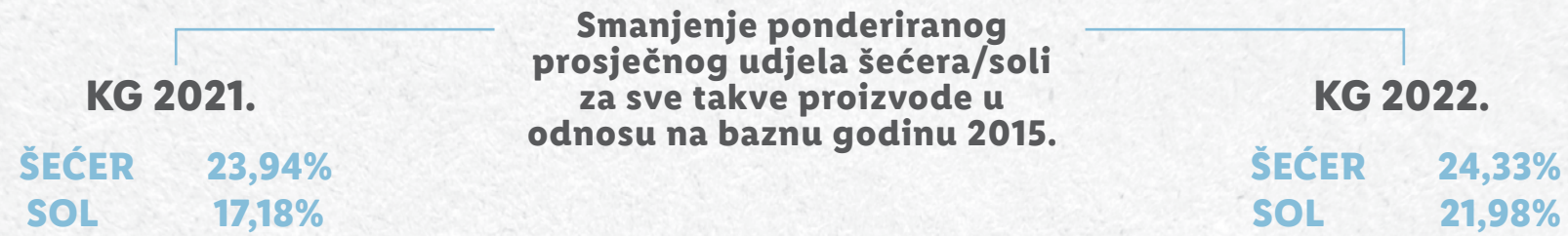
Lidl određuje recepture proizvoda privatne robne marke te pruža dobavljačima popis nepoželjnih sastojaka koji se trebaju izbjegavati tijekom razvoja novih artikala. Sastojci i nutritivne vrijednosti svakog proizvoda jasno su istaknuti na deklaracijama, što omogućuje kupcima da donose informirane odluke o prehrambenim izborima.

S tim ciljem je u 2021. godini smanjen sadržaj soli u pilećoj posebnoj kobasici za 5%, a u 2022. godini dogovorena je redukcija soli kod pet proizvoda: polubijelog domaćeg kruha (23%), kruha iz kalupa (27%), kruha s krumpirom (5%), listova za pite i savijače (38%) i dalmatinske buđole (30%). Smanjenje udjela šećera od 25% je dogovoreno za popularni kolač „Mađarica“ te 30% za kolač „Medena pita“. Ovi će se proizvodi s novom recepturom naći na našim policama tijekom 2023. godine.

**CILJ NAŠE PONUDE JE OSIGURATI  
SMANJENJE UDJELA ŠEĆERA I SOLI  
ZA 20 POSTO DO 2025. GODINE**



Podaci se odnose na kalendarske godine 2021. i 2022.



Proizvodi sa smanjenim udjelom šećera i soli u prometu

Kategorija proizvoda	Broj proizvoda Na kraju PG 2022.*	% u ukupnom prometu	
		PG 2021.	PG 2022.
GRICKALICE	10	0,42%	0,44%
KOBASICE	1	0,06%	0,08%
PEKARSKI PROIZVODI	12	0,86%	0,84%
SIRUPI	8	0,14%	0,11%
<b>UKUPNO</b>	<b>31</b>	<b>1,47%</b>	<b>1,47%</b>



\* podaci se odnose na poslovne godine 2021. i 2022.

## ODGOVORNI PROIZVODI

Promicanje odgovorne proizvodnje i potrošnje snažno počiva na razvoju i primjeni čvrstih standarda održivosti.

### Izazov

Odgovorna potrošnja igra ključnu ulogu poticanju održivog razvoja, jer utječe na smanjenje okolišnog otiska i promovira pravednu trgovinu. Svjesno biranje proizvoda s naglaskom na kvaliteti, trajnosti i društvenoj odgovornosti u proizvodnji doprinosi očuvanju resursa, smanjenju otpada i stvaranju pozitivnih društvenih promjena.

### Pristup

Zajedno s našim dobavljačima kontinuirano radimo na poticanju okolišno prihvatljivih, društveno odgovornih i etički ispravnih proizvodnih praksi.

Osim što potiču proizvođače da usvoje prakse koje smanjuju negativne utjecaje na okoliš, podržavaju lokalne zajednice i osiguravaju dobrobit životinja, certifikati pružaju kupcima pouzdanu informaciju o tome. Odabirom takvih proizvoda, potrošači mogu pridonijeti održivosti planeta i aktivno sudjelovati u stvaranju pozitivnih promjena u razvoju, proizvodnji i potrošnji.

### Održivost u proizvodnji

U Lidlu nam je cilj povećavati udio asortimana proizvedenog prema načelima održivosti. To obuhvaća uzgoj voća i povrća, cvijeća i biljaka, ribe, čaja, kakaa i kave, celuloze, palminog ulja, soje, orašastih plodova, jaja i riže. Kako bi postali dio našeg vrijednosnog lanca, svi naši dobavljači moraju zadovoljiti standarde proizvodnje i osigurati sukladnost različitim certifikatima koji jamče održivost proizvoda. Primjerice, svi naši dobavljači voća, povrća, cvijeća i biljaka se, sukladno certifikatu GlobalG.A.P., obvezuju na proizvodnju uz poštivanje niza postupaka i pravila dobre poljoprivredne prakse. Isto tako svi oni posjeduju i certifikat GlobalG.A.P. GRASP, koji jamči procjenu rizika poput zdravlja i zaštite na radu, redovne isplate plaća i poštivanja radnog vremena.

Proizvodnja prema certifikatima održivosti donosi niz koristi. Primjerice, certifikat



Fairtrade osigurava pravedne uvjete za male poljoprivrednike i radnike, promovira održivu poljoprivredu i podržava zajednice u razvoju. Rainforest Alliance (UTZ) potvrđuje pak da su poljoprivredni proizvodi proizvedeni uz poštovanje visokih standarda zaštite okoliša, radnih uvjeta i društvene odgovornosti. MSC certifikat osigurava da riba i morski plodovi potječu iz održivog ribolova, čime se doprinosi očuvanju morskih ekosustava i osigurava dugoročna održivost ribljih populacija. Standard EU Organic jamči da je hrana proizvedena uz poštovanje europskih normi za ekološku poljoprivredu, što uključuje zaštitu klime i okoliša, očuvanje plodnosti tla i bioraznolikosti, poštovanje prirodnih ciklusa i dobrobiti životinja, uzgoj bez kemijskih i sintetičkih proizvoda te izostanak GMO-a, kao i transparentno označavanje uz redovite kontrole. Ovi certifikati pružaju potrošačima transparentnost i mogućnost odabira proizvoda koji podržavaju pravednost, održivost i zaštitu okoliša.

Postotak proizvoda u stalnom i akcijskom asortimanu nabavljenih prema standardima održivosti (vlastita robna marka) u odnosu na kategoriju proizvoda

CERTIFIKAT	PG2021.		PG2022.		
	JEDINICA MJERE	UKUPAN BR.	%	UKUPAN BR.	%
<b>Fairtrade*</b>		<b>203</b>	<b>20,67%</b>	<b>184</b>	<b>18,25%</b>
<b>Rainforest Alliance (UTZ)**</b>		<b>638</b>	<b>64,97%</b>	<b>733</b>	<b>72,7%</b>
<b>MSC/ASC***</b>		<b>79</b>	<b>42,9%</b>	<b>76</b>	<b>55,88%</b>
<b>Voće i povrće, EU Organic****</b>		<b>24</b>	<b>9,6%</b>	<b>26</b>	<b>10%</b>
<b>EU Organic*****</b>		<b>150</b>	<b>2,2%</b>	<b>156</b>	<b>2,2%</b>

Udjeli u volumenu nabavljenih proizvoda

POSLOVNA GODINA/CERTIFIKAT	PG2021.			PG2022.			
	DOBAVLJAČI	UKUPNA NABAVA	DOMAĆI DOBAVLJAČI (HRVATSKA)	MEĐUNARODNI DOBAVLJAČI	UKUPNA NABAVA	DOMAĆI DOBAVLJAČI (HRVATSKA)	MEĐUNARODNI DOBAVLJAČI
<b>Fairtrade</b>		<b>0,91%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,91%</b>	<b>0,79%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,79%</b>
<b>Rainforest Alliance (UTZ)</b>		<b>5,56%</b>	<b>1,35%</b>	<b>4,20%</b>	<b>5,85%</b>	<b>1,18%</b>	<b>4,66%</b>
<b>MSC/ASC</b>		<b>0,51%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,51%</b>	<b>0,49%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,49%</b>
<b>Voće i povrće, EU Organic</b>		<b>0,42%</b>	<b>0,07%</b>	<b>0,35%</b>	<b>0,52%</b>	<b>0,14%</b>	<b>0,38%</b>
<b>EU Organic</b>		<b>0,78%</b>	<b>0,11%</b>	<b>0,67%</b>	<b>0,85%</b>	<b>0,17%</b>	<b>0,68%</b>

\* Ukupan broj proizvoda koji sadržavaju kakao, kavu i čaj certificiranih prema standardu Fairtrade, \*\*Ukupan broj proizvoda certificiranih prema standardima Rainforest Alliance Cocoa, Coffee i Tea te UTZ, \*\*\*Ukupan broj ribljih proizvoda certificiranih prema standardima MSC i ASC, za koje je dostupan certifikacijski standard; u 2022. godini, u skladu s novom metodologijom, taj broj obuhvaća smrznutu, svježnu i konzerviranu ribu za koju je dostupan certifikacijski standard, bez tunjevine i hrane za mačke varijante „riba“, pri čemu usporediv udio u 2021. godini po izmijenjenoj metodologiji iznosi 54,48%, \*\*\*\*Ukupan broj proizvoda u stalnom asortimanu svježeg voća i povrća s certifikatom za organsku proizvodnju, \*\*\*\*\*Ukupan broj prehrambenih proizvoda s certifikatom za organsku proizvodnju reguliranom Uredbom 2018/848 uključujući svježe voće i povrće

## Dobrobit životinja

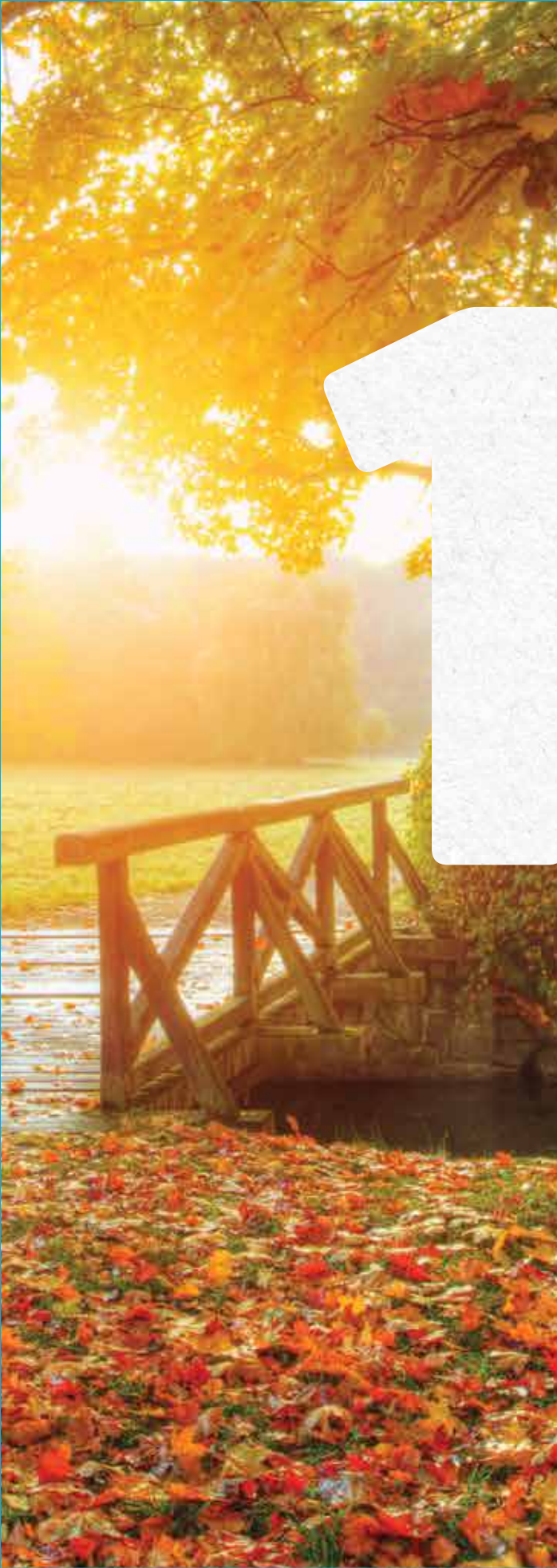
Naša pažnja prema okolišu u svim fazama uzgoja proteže se i na životinjski svijet. Već godinama raste udjel jaja iz podnog uzgoja u našem asortimanu, a u stalnu su ponudu uvrštena i jaja iz slobodnog uzgoja. Namjera nam je ovakvim odabirom potaknuti humanije uvjete uzgoja životinja pa tako gotovo 80 posto asortimana jaja pod našom privatnom robnom markom dolazi od koka koje se slobodno kreću u prostoru neograničene kavezima - to je značajan porast u odnosu na prethodno razdoblje u kojem je u našu ponudu uvršteno nešto manje od 50 posto asortimana jaja iz podnog i slobodnog uzgoja pod privatnom robnom markom.

## Organizacija

Odjeli Nabave i Kontrole kvalitete surađuju na razvoju i ponudi asortimana s posebnim naglaskom na kvaliteti, sigurnosti i raznolikosti proizvoda.

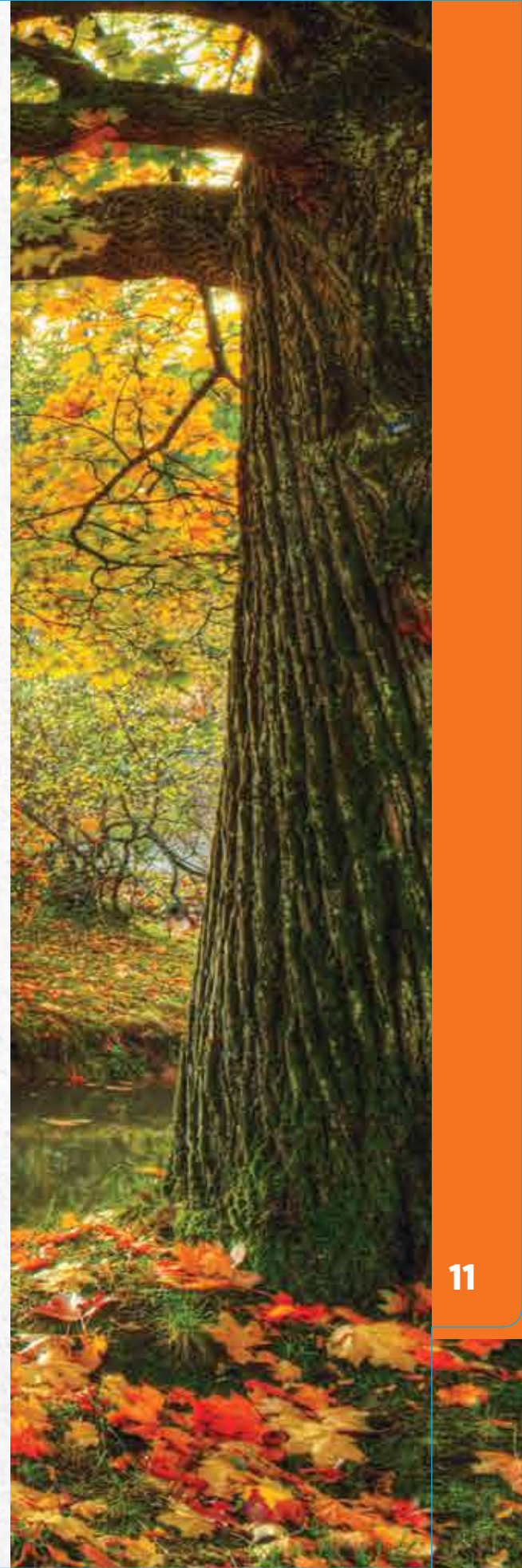
## GOTOVO 80% ASORTIMANA JAJA DOLAZI OD KOKA KOJE SE SLOBODNO KREĆU





# 1

POTVRDA  
VANJSKE  
VERIFIKACIJE



## NEOVISNO IZVJEŠĆE O IZRAŽAVANJU OGRANIČENOG UVJERENJA O ISPITIVANJU ODABRANIH POKAZATELJA ODRŽIVOSTI ZA DRUŠTVO LIDL HRVATSKA D.O.O. K.D.

### UPRAVI LIDL HRVATSKA d.o.o. k.d.

Angažirani smo od strane LIDL HRVATSKA d.o.o. k.d. („Društvo“) kako bismo izdali izvješće o odabranim pokazateljima održivosti koji su objavljeni u Izvještaju o održivosti 2021./2022. za razdoblje od 1. ožujka 2021. do 28. veljače 2023. Godine („Izvještaj o održivosti“). Angažirani smo da kroz neovisno ograničeno uvjerenje izrazimo zaključak na osnovi provedenih procedura i prikupljenih dokaza da ništa nije privuklo našu pažnju kako bismo posumnjali da odabrani pokazatelji održivosti uključeni u Izvještaj o održivosti nisu izračunati i prikazani, u svim značajnim odrednicama, u skladu s kriterijima sadržanima u GRI Standardima izdanima od strane Globalne inicijative za izvještavanje (“GRI standardi”).

U OPSEG NAŠEG PREGLEDA BILI SU UKLJUČENI SLJEDEĆI POKAZATELJI:

#### Lokalni proizvodi

- udio izdataka na lokalne dobavljače prema GRI standardu 204-1,

#### Sektorske objave o obradi hrane

- postotak volumena nabave koji je verificiran u skladu s priznatim standardima odgovorne proizvodnje prema GRI G4 sektorskom pokazatelju FP2,
- postotak volumena prodaje potrošačkih proizvoda sa smanjenim udjelom soli i šećera prema GRI G4 sektorskom pokazatelju FP6,

#### Visokokvalitetni proizvodi i sigurnost proizvoda

- kategorije proizvoda i usluga za koje je izvršena procjena radi poboljšanja utjecaja na zdravlje i sigurnost prema GRI standardu 416-1,
- slučajevi nepridržavanja propisa u vezi s utjecajima proizvoda i usluga na zdravlje i sigurnost prema GRI standardu 416-2;

(u nastavku “odabrani pokazatelji održivosti”).

Opseg naših usluga isključuje ostale pokazatelje održivosti i ostale informacije sadržane u Izvještaju o održivosti.

## NEOVISNO IZVJEŠĆE O IZRAŽAVANJU OGRANIČENOG UVJERENJA O ISPITIVANJU ODABRANIH POKAZATELJA ODRŽIVOSTI ZA DRUŠTVO LIDL HRVATSKA D.O.O. K.D. (NASTAVAK)

### Odgovornosti Uprave

Uprava Društva je odgovorna za pripremu Izvještaja o održivosti, uključujući izračune i prezentaciju sadržanih odabranih pokazatelja održivosti, u svim značajnim odrednicama, u skladu s kriterijima sadržanima u GRI standardima. Ova odgovornost uključuje dizajn, implementaciju i održavanje takvog sustava unutarnjih kontrola za koje Uprava Društva utvrđuje da su potrebne kako bi omogućile pripremu Izvještaja o održivosti u skladu s kriterijima sadržanima u GRI standardima te izračun i prezentaciju odabranih pokazatelja održivosti bez značajnih pogrešaka koje su nastale kao rezultat prijevare ili pogreške.

Uprava Društva je također odgovorna osigurati da su zaposlenici Društva koji su uključeni u pripremu Izvještaja o održivosti te izračun i prezentaciju odabranih pokazatelja održivosti adekvatno educirani te da su korišteni informatički sustavi adekvatno ažurirani.

### Naša odgovornost

Naša je odgovornost ispitati odabrane pokazatelje održivosti objavljene u Izvještaju o održivosti te, na osnovi prikupljenih dokaza, izraziti zaključak u obliku neovisnog izvješća o izražavanju ograničenog uvjerenja. Angažman smo obavili u skladu s Međunarodnim standardom za izražavanje uvjerenja (MSIU) 3000 (izmijenjen), Angažmani s izražavanjem uvjerenja različiti od revizija ili uvida u povijesne financijske informacije, izdanim od strane Međunarodnog odbora za standarde revidiranja i izražavanje uvjerenja („IAASB“). Ovaj standard zahtijeva da planiramo i provedemo naše procedure na osnovi kojih možemo pribaviti smislenu razinu uvjerenja o tome jesu li odabrani pokazatelji održivosti izračunati i prikazani sukladno kriterijima sadržanima u GRI standardima, u svim značajnim odrednicama, kao osnovu za naš zaključak ograničenog uvjerenja.

Naše društvo primjenjuje Međunarodni standard upravljanja kvalitetom 1 *Upravljanje kvalitetom za društva koja obavljaju reviziju ili uvide u financijske izvještaje ili druge angažmane za izražavanje uvjerenja ili povezane usluge*, koje je izdao IAASB. Ovaj standard zahtijeva da društvo dizajnira, implementira i upravlja sustavom upravljanja kvalitetom, uključujući politike ili procedure koje se odnose na usklađenost s etičkim zahtjevima, profesionalnim standardima i primjenjivim zakonskim i regulatornim zahtjevima.

Usklađeni smo sa zahtjevima vezanima za neovisnost i ostale etičke zahtjeve koji proizlaze iz Koda etike za profesionalne računovođe, koji je izdao Odbor za međunarodne standarde etike za računovođe (uključujući Međunarodne standarde neovisnosti) (“IESBA kod”), a koji se temelje na osnovnim načelima poštenja, objektivnosti, profesionalne kompetentnosti i dužne pažnje, povjerljivosti i profesionalnog ponašanja.

## NEOVISNO IZVJEŠĆE O IZRAŽAVANJU OGRANIČENOG UVJERENJA O ISPITIVANJU ODABRANIH POKAZATELJA ODRŽIVOSTI ZA DRUŠTVO LIDL HRVATSKA D.O.O. K.D.

### Provedene procedure

Odabrane provedene procedure ovise o našoj prosudbi i razumijevanju predmeta ispitivanja i ostalih okolnosti angažmana, kao i našoj procjeni rizika značajne pogreške u odabranim pokazateljima održivosti. U okviru formiranja našeg razumijevanja Izvještaja o održivosti i sadržanih odabranih pokazatelja održivosti, kao i ostalih okolnosti angažmana, razmotrili smo proces pripreme Izvještaja o održivosti te izračuna i prezentacije odabranih pokazatelja održivosti kako bi dizajnirali procedure vezane za uvjerenje koje smatramo prikladnima s obzirom na okolnosti, ali ne u svrhu izražavanja zaključka o tome da li su procesi unutarnjih kontrola Društva efektivni u smislu pripreme Izvještaja o održivosti te izračuna i prezentacije odabranih pokazatelja održivosti.

Naš angažman je također uključivao procjenu prikladnosti predmeta ispitivanja te prikladnost kriterija koje je Društvo koristilo.

Obavljene procedure za angažmane s izražavanjem ograničenog uvjerenja različite su, vezano za prirodu i vrijeme obavljanja te su svojim opsegom manje od procedura koje se obavljaju vezano za angažmane s izražavanjem razumnog uvjerenja. Sukladno tome, razina uvjerenja koja se izražava kod angažmana s ograničenim uvjerenjem je značajno niža od one koja bi se izražavala da se radilo o angažmanu s izražavanjem razumnog uvjerenja.

#### NAŠE ODABRANE PROCEDURE SU UKLJUČIVALE SLJEDEĆE AKTIVNOSTI:

- Temeljem intervjua s odabranim zaposlenicima Društva odgovornima za dizajn, implementaciju i održavanje sustava unutarnjih kontrola Društva te za pripremu Izvještaja o održivosti, stjecanje razumijevanja sustava unutarnjih kontrola koje omogućuju pripremu Izvještaja o održivosti te izračun i prezentaciju odabranih pokazatelja održivosti;
- Temeljem intervjua s pojedinim osobama odgovornima za izračun i prezentaciju odabranih pokazatelja održivosti, stjecanje razumijevanja metoda za prikupljanje izvora podataka i pretpostavki korištenih u izračunu pokazatelja;
- Posjet odabranim trgovinama Društva u svrhu provjere certificiranih proizvoda, na uzorku;
- Pregled ključne dokumentacije na kojoj se zasnivaju kvalitativne i kvantitativne objave odabranih pokazatelja održivosti koji su objavljeni u Izvještaju o održivosti;
- Uspoređivanje podataka i informacija korištenih u izračunu i prezentaciji odabranih pokazatelja održivosti s podacima iz relevantnih izvora, izvještaja i drugih izvora informacija dostavljenih od strane Društva;
- Provjera točnosti izračuna odabranih pokazatelja održivosti prema kriterijima sadržanima u GRI standardima te provjera matematičke točnosti izračuna pokazatelja numeričke (kvantitativne) prirode.

## NEOVISNO IZVJEŠĆE O IZRAŽAVANJU OGRANIČENOG UVJERENJA O ISPITIVANJU ODABRANIH POKAZATELJA ODRŽIVOSTI ZA DRUŠTVO LIDL HRVATSKA D.O.O. K.D. (NASTAVAK)

### Kriteriji

Primjenjivi kriteriji temeljem kojih su procijenjeni odabrani pokazatelji održivosti su sadržani u GRI standardima.

### Izjava Uprave

Uprava Društva izjavljuje da je Izvještaj o održivosti, uključivo odabrani pokazatelji održivosti, točan i potpun te da sadrži sve zahtijevane objave sukladno GRI Standardima.

### Zaključak

Naš zaključak je formiran na temelju pitanja navedenih u ovom izvješću te podliježe navedenim pitanjima. Vjerujemo da su dokazi koje smo prikupili dostatni i primjereni za formiranje osnove za naš zaključak.

Na osnovi provedenih procedura i prikupljenih dokaza, ništa nam nije privuklo pažnju kako bismo posumnjali da odabrani pokazatelji održivosti, u svim značajnim odrednicama, nisu pripremljeni sukladno kriterijima sadržanima u GRI Standardima.

### Ograničenja upotrebe našeg izvješća

Naše izvješće se ne bi trebalo smatrati prikladnim za korištenje ili oslanjanje bilo koje strane za stjecanje prava protiv nas osim Društva za bilo koju svrhu ili u bilo kojem kontekstu. Bilo koja druga strana, osim Društva, koja ima pristup našem izvješću i odluči se oslanjati na naše izvješće (ili bilo koji sastavni dio) čini to na vlastiti rizik. U najvećoj mjeri u kojoj je to dopušteno zakonima, ne prihvaćamo nikakvu odgovornost i ne pristajemo ni na kakve obveze prema bilo kojoj drugoj strani, osim prema Društvu, vezano uz naš rad, ovo neovisno izvješće o izražavanju ograničenog uvjerenja ili zaključke do kojih smo došli.

*KPMG Croatia d.o.o.*

30. siječnja 2024.

**KPMG Croatia d.o.o. za reviziju**

Hrvatski ovlašteni revizori

Eurotower, 17. kat

Ivana Lučića 2a

10000, Zagreb, Hrvatska



# 12

O OVOM  
IZVJEŠTAJU

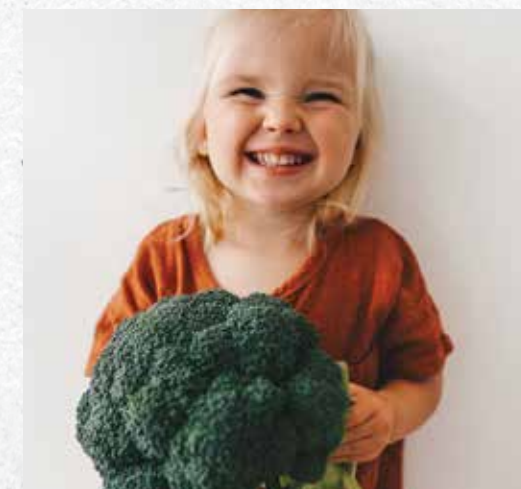
## O OVOM IZVJEŠTAJU



Ovaj izvještaj pokriva poslovanje i aktivnosti tvrtke Lidl Hrvatska d.o.o.k.d. za poslovne godine 2021. (1. ožujka 2021. do 28. veljače 2022.) i 2022. (1. ožujka 2022. do 28. veljače 2023.). Pripremljen je u skladu sa Standardima Globalne inicijative za izvještavanje (GRI). Ograničenu verifikaciju za odabrane podatke pružila je kompanija KPMG.



Želimo znati vaše mišljenje o obvezama koje smo preuzeli na sebe i o tome koliko smo uspješni u postizanju ciljeva koje smo postavili na našem putu prema održivijem sutra. Sva pitanja i prijedloge vezane uz ovaj izvještaj možete nam uputiti na adresu elektroničke pošte [press@lidl.hr](mailto:press@lidl.hr).





# 13

GRI INDEKS  
SADRŽAJA



## GRI INDEKS SADRŽAJA

GRI standard	Objava	Stranica	Komentar
<b>GRI 2 OPĆE OBJAVE 2021.</b>			
<b>ORGANIZACIJA I NJENE PRAKSE IZVJEŠTAVANJA</b>			
2-1	Informacije o organizaciji	10-12	
2-2	Subjekti uključeni u izvještaj o održivosti organizacije	136	
2-3	Izvještajno razdoblje, učestalost izvještavanja i kontakt	136	
2-4	Ponovne objave informacija	109	Pad u broju domaćih dobavljača zabilježenih u prethodnom izvještajnom razdoblju rezultat je greške u sustavu praćenja dobavljača koja je u međuvremenu otklonjena.
2-5	Vanjska potvrda	132-133	
2-6	Aktivnosti, lanac vrijednosti i drugi poslovni odnosi	10-14	
2-7	Zaposlenici	94	
2-8	Radnici koji nisu zaposlenici	94-95	
2-9	Struktura upravljanja i sastav	20, 22	
2-10	Imenovanje i izbor najvišeg tijela upravljanja	20	
2-11	Predsjednik najvišeg tijela upravljanja	20, 22	
2-12	Uloga najvišeg tijela upravljanja u nadgledanju upravljanja utjecajima	20-21	
2-13	Delegiranje odgovornosti za upravljanje utjecajima	20-21	
2-14	Uloga najvišeg tijela upravljanja u izvještavanju o održivosti	21	

GRI standard	Objava	Stranica	Komentar
2-15	Sukob interesa	20	
2-16	Komunikacija pitanja od posebne zabrinutosti		Razlog izostavljanja: Baza podataka za ove informacije samo je djelomično dostupna Lidlu Hrvatska. Pregledat će se konsolidirana zbirka i osiguranje kvalitete za buduće izvještaje.
2-17	Kolektivno znanje najvišeg tijela upravljanja	20	
2-18	Procjena učinka najvišeg tijela upravljanja		Izvješće o ocjeni rada najvišeg tijela upravljanja ne dostavlja se zbog povjerljivosti.
2-19	Politike nagrađivanja	20	
2-20	Proces određivanja naknada	20	
2-21	Ukupni godišnji omjer naknada		Pojedinosti o godišnjem ukupnom omjeru naknada ne objavljuje se zbog povjerljivosti.
<b>STRATEGIJA, POLITIKE I PRAKSE</b>			
2-22	Izjava o strategiji održivog razvoja	6-7	
2-23	Obveze korporativne politike	20-27 30-35	
2-24	Ugrađivanje obveza korporativne politike	20-24	
2-25	Procesi remedijacije negativnih utjecaja	22-23	
2-26	Mehanizmi za traženje savjeta i izražavanje zabrinutosti	25	
2-27	Usklađenost sa zakonima i propisima		Pojedinosti u vezi s ovim zahtjevom se ne objavljuju zbog povjerljivosti.
2-28	Članstvo u udruženjima	16-17	
<b>UKLJUČIVANJE DIONIKA</b>			
2-29	Pristup uključivanju dionika	26-27 38-39	
2-30	Kolektivni ugovori	105	

GRI standard	Objava	Stranica
3-1 PROCES ODREĐIVANJA MATERIJALNIH TEMA		
		38-42
3-2 POPIS MATERIJALNIH TEMA		
		4
<b>ZAŠTITA KLIME</b>		
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-3 Upravljanje materijalnim temama	47
GRI 203: Neizravni ekonomski utjecaji 2016.	203-1 Potpomognuta ulaganja u infrastrukturu i usluge	60
GRI 302: Energija 2016.	302-1 Potrošnja energije unutar organizacije	57-58
	302-3 Energetski intenzitet	57
	302-4 Smanjenje potrošnje energije	57
GRI 305: Emisije 2016.	305-1 Izravne emisije stakleničkih plinova (GHG) (Opseg 1)	53
	305-2 Neizravne energetske emisije stakleničkih plinova (GHG) (Opseg 2)	53
	305-3 Ostale neizravne emisije stakleničkih plinova (GHG) (Opseg 3)	53
	305-4 Intenzitet emisija stakleničkih plinova (GHG)	53
	305-5 Smanjenje emisija stakleničkih plinova (GHG)	54
<b>EKOSUSTAVI</b>		
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-3 Upravljanje materijalnim temama	65

GRI standard	Objava	Stranica
<b>SIROVINE</b>		
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-3 Upravljanje materijalnim temama	71
GRI 308: Procjena dobavljača u pogledu utjecaja na okoliš 2016.	308-2 Negativni utjecaj dobavljačkog lanca na okoliš i poduzete mjere	73-75
<b>KRUŽNA EKONOMIJA</b>		
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-3 Upravljanje materijalnim temama	76
GRI 301: Materijali 2016.	301-1 Upotrijebljeni materijali prema težini ili obujmu	77
	301-2 Reciklirani materijali koji spadaju u reciklirane ulazne materijale	77, 90
	301-3 Preuzeti prodani proizvodi i njihovi ambalažni materijali	80
GRI 306: Otpad 2020.	306-1 Količina stvorenog otpada i značajni utjecaji otpada na okoliš	81
	306-2 Upravljanje značajnim utjecajima otpada na okoliš	81
	306-3 Stvoreni otpad	81-85
	306-4 Otpad preusmjeren s odlaganja	81-85
	306-5 Otpad usmjeren na odlaganje	81-85
<b>RADNA I LJUDSKA PRAVA</b>		
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-3 Upravljanje materijalnim temama	100
GRI 407: Sloboda udruživanja i kolektivnog pregovaranja 2016.	407-1 Djelatnosti i dobavljači prepoznati kao oni kod kojih bi ostvarivanje prava na slobodu udruživanja i kolektivnog pregovaranja moglo biti ugroženo	101

GRI standard	Objava	Stranica
GRI 408: Dječji rad 2016.	408-1 Djelatnosti i dobavljači prepoznati kao oni kod kojih u značajnoj mjeri postoji opasnost od slučajeva dječjeg rada	101
GRI 409: Prisilni ili obvezni rad 2016.	409-1 Djelatnosti i dobavljači prepoznati kao oni kod kojih u značajnoj mjeri postoji opasnost od slučajeva prisilnog ili obveznog rada	101
GRI 414: Procjena dobavljača u pogledu utjecaja na društvo 2016.	414-2 Negativni utjecaji dobavljačkog lanca na društvo i poduzete mjere	101
GRI 401: Zapošljavanje 2016.	401-3 Roditeljski dopust	103
<b>POŠTENE NAKNADE</b>		
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-3 Upravljanje materijalnim temama	105
GRI 202: Prisutnost na tržištu 2016.	202-1 Omjeri standardne početne plaće po spolu i lokalne minimalne plaće	105
GRI 405: Raznolikost i jednake mogućnosti 2016.	405-2 Omjer osnovne plaće i naknade za žene i muškarce	107
<b>KORPORATIVNO GRAĐANSTVO I LOKALNI RAZVOJ</b>		
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-3 Upravljanje materijalnim temama	108
GRI 204: Praksa nabave 2016.	204-1 Udio izdataka na lokalne dobavljače	109
GRI 413: Lokalne zajednice 2016.	413-1 Djelatnosti u kojima su provedeni uključivanje lokalne zajednice, procjene utjecaja i razvojni programi	112

GRI standard	Objava	Stranica
<b>ZAŠTITA ZDRAVLJA I SIGURNOSTI NA RADU</b>		
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-3 Upravljanje materijalnim temama	119
GRI 403: Zdravlje i sigurnost na radnom mjestu 2018.	403-1 Sustav upravljanja zdravljem i sigurnošću na radnom mjestu	119
	403-2 Identifikacija opasnosti, procjena rizika i istraživanje nesreća	119
	403-3 Zdravstvene usluge na radnom mjestu	119
	403-4 Sudjelovanje radnika, savjetovanje i komunikacija o zdravlju i sigurnosti na radnom mjestu	119
	403-5 Obuka radnika o zdravlju i sigurnosti na radnom mjestu	120
	403-6 Promocija zdravlja radnika	120
	403-7 Sprečavanje i ublažavanje utjecaja zdravlja i sigurnost na radnom mjestu direktno povezanih s poslovnim odnosima	120
	403-8 Radnici obuhvaćeni sustavom upravljanja zdravljem i sigurnošću na radnom mjestu	120
<b>OSVIJEŠTENA PREHRANA</b>		
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-3 Upravljanje materijalnim temama	121

GRI standard	Objava	Stranica
GRI 416: Zdravlje i sigurnost kupaca 2016.	416-1 Procjena utjecaja na zdravlje i sigurnost značajnih kategorija proizvoda i usluga	122
	416-2 Slučajevi nepridržavanja propisa u vezi s utjecajima proizvoda i usluga na zdravlje i sigurnost	123
Sektorski dodatak: Proizvodnja hrane	FP6 Proizvodi sa smanjenom razinom masti, soli i šećera	126
<b>ODGOVORNI PROIZVODI</b>		
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-3 Upravljanje materijalnim temama	127
Sektorski dodatak: Proizvodnja hrane	FP2 Proizvodi nabavljeni prema standardima održivosti	128





## IMPRESUM

---

IZDAVAČ:

**LIDL HRVATSKA D.O.O. K.D.**  
**KORPORATIVNE KOMUNIKACIJE**  
**VELIKA GORICA, LJUDEVITA POSAVSKOG 53**

---

SAVJETNICI U IZVJEŠTAVANJU:

**HAUSKA & PARTNER**

---

GRAFIČKO OBLIKOVANJE:

**REAL GRUPA**

---

TISAK:

**CEROVSKI PRINT BOUTIQUE**





NA PUTU  
PREMA  
SUTRA