

Ochrona klimatu

Poszanowanie bioróżnorodności

Ochrona zasobów

Uczciwe działanie

Promocja zdrowia

Zaangażowanie w dialog

OBSZAR: KLIMAT

CEL 1:
Przyjęcie polityki klimatycznej

- Do 2030 r. Lidl chce zredukować swoje emisje operacyjne z zakresu 1 i 2 o 80% (w porównaniu z 2019 r.).
- Neutralność klimatyczna od 2022 r.
- Zobowiązanie dostawców, którzy odpowiadają za 75% emisji z zakresu 3, aby do 2026 r. ustalili swój własny cel klimatyczny.

data realizacji: **2021**

CEL 2:
Użycie naturalnych czynników chłodniczych na poziomie 85% w posiadanych centrach logistycznych i 60% w sklepach

- Wymiana układu chłodniczego w dwóch centrach dystrybucji.
- Wymiana systemu chłodzenia w lodówkach w remontowanych sklepach.
- Zastosowanie nowych systemów z naturalnymi czynnikami chłodniczymi w nowych sklepach i centrach dystrybucji.

data realizacji: **2023**

W 100% naturalne czynniki chłodnicze w sklepach i centrach dystrybucji.

data realizacji: **2030**

CEL 3:
Zwiększenie asortymentu wegetariańskich substytutów mięsa co najmniej o 25% (rok bazowy: 2020).

data realizacji: **2022**

OBSZAR: BIORÓŻNORODNOŚĆ

CEL 1:
Wprowadzenie polityki zapobiegającej wylesianiu

data realizacji: **2021**

OBSZAR: OCHRONA ZASOBÓW

CEL 1:
Certyfikaty dotyczące zrównoważonych nieruchomości w 75% budynków

- Ukończenie certyfikacji 260 istniejących sklepów.
- Certyfikacja wszystkich nowych sklepów od 2022 r.
- Certyfikacja nowych centrów dystrybucji od 2022 r.

data realizacji: **2023**

OBSZAR: WODA

CEL 1:
Przyjęcie polityki wodnej

data realizacji: **2020**

OBSZAR: SUROWCE

CEL 1:
100% certyfikacji zagrożonych surowców

- Certyfikacja 100% artykułów marek własnych zawierających surowce określone jako krytyczne (np. ryby, jaja, kakao, kawa, herbata, bawetna, celuloza, owoce i warzywa).

data realizacji: **2025**

CEL 2:
Zwiększenie liczby produktów z logo „Produkt polski” co najmniej o 20% (rok bazowy: 2020).

data realizacji: **2022**

OBSZAR: NIEMARNOWANIE ŻYWNOŚCI

CEL 1:
Pośredniczenie w przekazywaniu darowizn rzeczowych w łańcuchu dostaw.

- Zmniejszenie skali wyrzucania uszkodzonych, ale bezpiecznych dla konsumenta artykułów, poprzez pośredniczenie w przekazywaniu darowizn rzeczowych pomiędzy dostawcami i organizacjami pozarządowymi.

data realizacji: **2021**

CEL 2:
Rozszerzenie programu „Kupuję, nie marnuję”

- Maksymalna liczba produktów skierowana do przeceny w ramach programu „Kupuję, nie marnuję”.
- Wprowadzenie wszystkich produktów wagowych do programu „Kupuję, nie marnuję”.

data realizacji: **2022**

OBSZAR: GOSPODARKA OBIEGU ZAMKNIĘTEGO

CEL 1:
Realizacja strategii REset Plastic

Dążymy do:

- zmniejszenia zużycia plastiku od 1 do 20% w opakowaniach produktów marek własnych Lidla,
- aby 100% opakowań marek własnych Lidla nadawało się maksymalnie do recyklingu,
- wykorzystywania średnio 25% recyklatów w plastikowych opakowaniach produktów marek własnych.

data realizacji: **2025**

OBSZAR: WSPIERANIE RÓŻNORODNOŚCI

CEL 1:
Promocja równych szans w rozwoju kariery

- Kampania informująca pracowników o równych szansach w miejscu pracy.

data realizacji: **2021**

- 40 stażystów w programie Lidl Way to Career.
- Program praktyk w sklepach – współpraca z dwoma szkołami (zależne od sytuacji epidemiologicznej).
- Wprowadzenie platformy do nauki języków obcych (min. 8000 użytkowników korzystających z programu).

data realizacji: **2022**

- Wszyscy rekruterzy w centrali i regionach oraz 70% menedżerów centrali biorących udział w procesie rekrutacji zostaną przeszkoleni w zakresie równych szans w doborze kandydatów.

data realizacji: **2023**

CEL 2:
Zapewnienie równego traktowania w zakresie wynagrodzenia

- Zapewnienie wynagrodzeń wyższych niż płaca minimalna na stanowiskach w pełnym wymiarze godzin.

data realizacji: **2021**

- Równe płace na wszystkich poziomach zaszerogowania.
- Monitorowanie wskaźnika Gender Pay Gap & Bonus Pay Gap.

data realizacji: **2022**

- Co roku przyznanie nagrody Lidl Fair Pay w celu promocji równych płac dla kobiet i mężczyzn w polskich firmach MŚP.

data realizacji: **2025**

CEL 3:
Uwrażliwianie pracowników na różnorodność

- 80% członków zarządu i dyrektorów przeszkolonych z D&I.

data realizacji: **2021**

- Przeszkolenie 70% pracowników centrali i regionów na temat różnorodności i włączenia (D&I).
- 60% menedżerów w centrali przeszkolonych na temat włączenia (Inclusion).
- Podjęcie inicjatyw mających na celu zwiększenie liczby kobiet z gotowością do awansu.

data realizacji: **2022**

OBSZAR: UCZCIWE DZIAŁANIE

CEL 1:
Zapewnienie dobrych warunków pracy

- Utrzymanie dotychczasowych wskaźników satysfakcji pracowników.

data realizacji: **2022**

- Wprowadzenie modelu pracy hybrydowej dla pracowników biurowych.

data realizacji: **2023**

- Zdobycie nagrody Top Employer w każdym roku.

data realizacji: **2025**

CEL 2:
Ustanowienie standardu dobrostanu zwierząt

data realizacji: **2025**

OBSZAR: ZDROWIE W PRACY

CEL 1:
Promocja zdrowia w miejscu pracy

- Zdefiniowanie nowego programu świadczeń medycznych dla sklepów, magazynów i centrali.

data realizacji: **2021**

- 70% pracowników centrali i regionów przeszkolonych w zakresie zdrowia w miejscu pracy.

data realizacji: **2022**

- Wprowadzenie nowych programów prozdrowotnych dla pracowników – dni zdrowia, nowe świadczenia medyczne, webinaria.
- Programy dla zachowania równowagi praca/życie prywatne na różnych etapach życia (np. wsparcie dla rodziców, doradztwo psychologiczne, prawne i finansowe dla pracowników).
- 5% wzrost wykorzystania fizjoterapii w centrach dystrybucji.

data realizacji: **2023**

- Przeszkolenie 70% pracowników w zakresie profilaktyki chorób kręgosłupa i udzielania pierwszej pomocy.

data realizacji: **2025**

OBSZAR: ZDROWE ODŻYWIANIE

CEL 1:
Redukcja soli i cukru – 20%

- Redukcja średniej ważonej zawartości dodanego cukru i dodanej soli o 20% w asortymencie marek własnych (rok bazowy 2015).

data realizacji: **2025**

OBSZAR: EDUKACJA W ZAKRESIE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

CEL 1:
Promocja zrównoważonej konsumpcji

- Przeprowadzenie kampanii marketingowej w celu podniesienia świadomości konsumentów na temat produktów z certyfikatem Fairtrade.

data realizacji: **2023**

- Kampania dotycząca niemarnowania żywności w każdym sklepie w każdym roku.

data realizacji: **2025**

CEL 2:
Zachęcanie do zrównoważonego działania

- 70% pracowników przeszkolonych w zakresie zrównoważonego działania (nowi pracownicy w centrali, kierownicy, dyrektorzy, członkowie zarządu).

data realizacji: **2022**

CEL 3:
Wspieranie lokalnych społeczności

- Kontynuacja wieloletniej współpracy ze strategicznym partnerem – Fundacją Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy.
- Kontynuacja długofalowej współpracy ze strategicznym partnerem – Caritas.
- Wspieranie lokalnych społeczności poprzez przekazanie darowizn na rzecz wybranych organizacji pozarządowych.
- Przeprowadzenie zbiórki żywności w sklepach Lidl (dwa razy w roku, wspólnie z partnerskimi organizacjami pozarządowymi).

data realizacji: **2025**

CEL 4:
Publikacja raportu zrównoważonego rozwoju

- Począwszy od 2019 r. - publikacja (co dwa lata - w roku 2021, 2023 i 2025) raportu zrównoważonego rozwoju informującego o działaniach CSR Lidla.

data realizacji: **2025**