



# *Hållbarhetsredovisning* LIDL SVERIGE

**1 MARS 2017 – 28 FEBRUARI 2018**

<b>1. OM LIDL SVERIGE.....</b>	<b>3</b>
Sverigechefen har ordet.....	3
Höjdpunkter.....	4
Lidl Sveriges verksamhet.....	6
Hållbarhetsarbetets fokus.....	8
Hur vårt hållbarhetsarbete styrs.....	12

<b>2. HÅLLBARHETSARBETET I PRAKTIKEN 14</b>	
Aktivitetsområden och väsentliga hållbarhetsfrågor.....	14

<b>SORTIMENT .....</b>	<b>16</b>
Kvalitets- och hållbarhetsarbete.....	17
Hållbarare varor.....	20
Djurvälfärd.....	23
Lokala producenter.....	23

<b>AFFÄRSPARTNERS.....</b>	<b>24</b>
Leverantörsutvärderingar.....	25
Lag- och regeluppfyllelse.....	27

<b>MEDARBETARE .....</b>	<b>28</b>
Säker arbetsmiljö.....	28
Hälsostärkande insatser.....	29
Jämställdhet och mångfald.....	31
Utbildning och utveckling.....	32

<b>MILJÖ &amp; KLIMAT .....</b>	<b>36</b>
Energiförbrukning.....	37
Resursanvändning.....	38
Förpackningar och plast.....	40
Transporter.....	41
Klimatpåverkan och klimatkompensation.....	43

<b>SAMHÄLSENGAGEMANG &amp; VÄRDESKAPANDE.....</b>	<b>46</b>
Ekonomisk utveckling av lokalsamhällen.....	46

<b>3. KOMPLETTERANDE INFORMATION ..</b>	<b>48</b>
Hållbarhetsrapportering enligt årsredovisningslagen.....	48
Redovisningsprinciper.....	49
Revisors rapport.....	52
GRI innehållsindex 2017/18.....	53

## OM REDOVISNINGEN

Detta är Lidl Sverige KB:s femte årliga hållbarhetsredovisning. Den omfattar verksamhetsåret 1 mars 2017 – 28 februari 2018, vilket också är vårt finansiella verksamhetsår. Redovisningsperioden betecknas som 2017/18 i texten. Rapporten har upprättats i enlighet med GRI Standards: Core-alternativet. Den utgör Lidl Sveriges lagstadgade hållbarhetsrapport enligt kraven i ÅRL. Redovisningen är till för alla som är intresserade av Lidl Sveriges hållbarhetsarbete och vi välkomnar frågor och kommentarer. Data och information, liksom processen för att definiera innehållet, har genomgått extern granskning av revisionsfirman Ernst & Young AB.

För ytterligare information om Hållbarhetsredovisningen, den lagstadgade hållbarhetsrapporteringen och redovisningsprinciperna, se sid. 48–51.

Självklart finns redovisningen även att ladda ner på vår webbplats. Allt annat vore olidligt! Besök [www.lidl.se/hallbarhet](http://www.lidl.se/hallbarhet).

## KONTAKTPERSON FÖR HÅLLBARHETSREDOVISNINGEN

Miriam Thunborg, Hållbarhetschef Lidl Sverige  
Telefon: 08-5555 7000  
E-post: [miriam.thunborg@lidl.se](mailto:miriam.thunborg@lidl.se)

# 1. OM LIDL SVERIGE

## Sverigechefen har ordet

I år firar Lidl 15 år på den svenska dagligvarumarknaden. Sedan vi öppnade våra första butiker år 2003 har vi utmanat med vår affärsidé "högsta kvalitet till bästa pris". De senaste åren har vi växt mer än marknaden och vi fortsätter nu att ta fler marknadsandelar och växa ytterligare. Allt fler upptäcker vårt breda sortiment av högsta kvalitet, vårt utbud av svenska produkter och bekvämligheten med en enkel shoppingupplevelse till konkurrenskraftiga priser.

Vår inköpsprocess är unik och både när det gäller våra egna varumärken, som utgör 78 procent av vårt sortiment, och det vi köper in från andra tar vi ansvar för hela produktionskedjan från recept till produkt. Vår smarta logistik bidrar till hög kostnadseffektivitet och hjälper oss att leva upp till vår affärsidé. Att fler upptäcker Lidls unika erbjudande och väljer att handla i någon av våra idag 172 butiker ser vi som ett resultat av vårt hårda arbete, där fokus på hållbarhet genomsyrar allt vi gör.

Vi arbetar hårt och konsekvent för att minska vår miljöpåverkan. Allt annat vore olidligt! Tillgången på odlingsbar mark och färskvatten minskar i stora delar av världen och den biologiska mångfalden påverkas negativt av våra konsumtionsmönster. Behovet av snabb förändring växer i takt med att världens befolkning ökar samtidigt som planetens resurser minskar. Förändringen handlar bland annat om bättre metoder för jordbruk, djurvälstånd samt sociala och etiska villkor inom produktion. På nationell nivå arbetar vi aktivt med att minska både butikernas och konsumenternas matsvinn samtidigt som vi minskar utsläppen av klimatgaser från transporter och övriga processer.

Lidl Sverige är en del av Europas största dagligvarukoncern Schwarz. Det innebär att vi har ett stort ansvar, men också kraften att på ett positivt sätt påverka utvecklingen i rätt riktning. Vi utvecklar ständigt vårt arbete i de globala värdekedjor som vi är en del av. För oss är hållbarhet en hygienfaktor och en integrerad del i det dagliga arbetet. Vi arbetar med en rad hållbarhetsfrågor inom fem aktivitetsområden: sortiment, affärspartners, medarbetare, miljöpåverkan samt samhällsengagemang och värdeskapande.

### VIKTIGA FOKUSOMRÅDEN

Utöver vårt kontinuerliga arbete med att minska vårt klimatavtryck strävar vi efter att öka engagemanget och trivseln på arbetsplatsen för att säkra vår viktigaste resurs – medarbetarna. Våra engagerade medarbetare och vår kultur och värdegrund, som bygger på värdeorden Engagemang, Ansvar, Smart, Tillsammans och Ha kul, är grunden för vårt hållbarhetsarbete.

### VI VILL FRAMTIDSSÄKRA VÅR VERKSAMHET

Vi beräknar\* och kompenserar för vår verksamhets klimatavtryck. Det har minskat med 17% sedan 2016/17, men det räcker inte för oss. Vår ambition är att bli ännu mer hållbara och vårt mål är att vara branschledande inom hållbar utveckling. För att bidra till branschens utveckling och för att lära och inspireras av andra, är Lidl Sverige medlem i en rad branschorganisationer. Genom vårt gemensamma engagemang hjälps vi åt att verka för att detaljhandeln och våra leverantörer ska utvecklas mer hållbart.

Denna redovisning beskriver var vi står idag och hur vi arbetar för att bli ännu mer hållbara i framtiden. Vi välkomnar frågor, förslag, kommentarer samt ser fram emot dialoger och samtal om vårt hållbarhetsarbete. ■

**JOHAN AUGUSTSSON, Sverigechef**  
Augusti 2018, Solna

\*Läs mer om vad som ingår i våra beräkningar på sid. 43–45





# HÖJDPUNKTER

Vi utökar ständigt andelen hållbarhetsmärkta produkter. Ett exempel är vårt sortiment av fisk och skaldjur. Under redovisningsperioden genomförde *Marine Stewardship Council (MSC)* en granskning som visade att **Lidl Sverige låg i topp när det gäller andelen MSC-märkta produkter under egna varumärken**, med 84 produkter. Det antalet matchades endast av en annan konkurrent inom detaljhandeln\*.



\* Sett till andel av det totala sortimentet av fisk och skaldjur har Lidl Sverige avsevärt större andel MSC-märkta produkter än konkurrenten. De frysta fisk- och skaldjursprodukter som vi säljer under våra egna varumärken är alla MSC/ASC-märkta.



Bild: Einride

Under verksamhetsåret tecknade Lidl Sverige ett avtal med techbolaget Einride för ett inledande försök med en övergång till deras **eldrivna, självkörande lastbil, T-pod**.

Vi har ökat vår försäljning av **ekologiskt märkta produkter** med 30 %, sedan den förra redovisningsperioden.



I juni 2017 öppnade Lidl Sverige ny butik i Södertälje. Butiken har uppnått det högsta betyget Outstanding i det världsledande miljöcertifieringssystemet BREEAM. Läs mer på sid. 38.



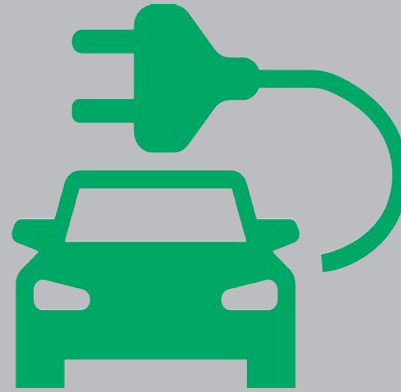
För att de anställda ska slippa vrida varorna och därmed minska belastningen och förbättra ergonomin inför vi sedan hösten 2017 en **TREDELAD SCANNER** för att läsa streckkoderna i kassan.



”

Vi ger den som vill möjlighet att utvecklas med oss här i Sverige men välkomnar även den som vill prova lyckan i något av de andra länderna där Lidl-koncernen finns representerad. Mångfald och att jobba gränsöverskridande är självklart för oss. Vi satsar på medarbetarna och vill ju att de ska växa.

Helena Erlingsjö, HR-direktör Lidl Sverige



I november 2017 tilldelades vår snabbaddstation i Kungsängen utmärkelsen **SVERIGES BÄSTA LADDPLATS** av *Elbil Sverige*, tidningen *Elbilen i Sverige* samt *uppladdning.nu*. Vi är extra glada för att det är *Elbil Sveriges* medlemmar som stått bakom nomineringen till priset.

5



**Lidl Sverige klimatkompenserar**, sedan 2017, för det beräknade klimatavtrycket för den svenska verksamheten. **I år minskade våra utsläpp av klimatgaser med 17%** (Uttryckta som koldioxidekvivalenter. Läs mer på sid. 45) jämfört med föregående period!



## TOPP TESTAD

Vi har fortsatt att arbeta med kvaliteten på vårt sortiment, vilket också har resulterat i flera utmärkelser. Bland annat har våra egna märkesvaror blivit topp-testade i olika *kvalitetstester*, som vår ekologiska julskinka och vår UTZ-märkta Fin Carré mjölkchoklad.



”Smakar som mjölkchoklad ska smaka.”

Göteborgsposten november 2017

Vi är stolta över våra **FINALPLATSER I RETAIL AWARDS** i kategorierna Årets Hållbara butik och Årets Arbetsgivare. Tyvärr räckte det inte hela vägen den här gången men vi kavlar upp ärmarna och jobbar ännu hårdare – för nya chanser nästa år!



## Lidl Sveriges verksamhet

Vår affärsidé är enkel; vi vill erbjuda livsmedel och Nonfood-varor och tjänster av högsta kvalitet till bästa pris. Vi gör det genom att arbeta smart, ansvarsfullt och långsiktigt hållbart samt erbjuda ett attraktivt sortiment med en stor andel egna märkesvaror för vilka vi ställer höga kvalitetskrav i alla led av tillverkningen och distributionen. Genom bland annat effektiv logistik och stora inköp kan vi erbjuda bästa pris för kunden.

Vår mission är att vara en del av varje hushålls vardag och vi arbetar hårt för att uppfylla vår vision: att bidra till mer livskvalitet för våra kunder.

Lidl Sveriges första butiker slog upp dörrarna i september 2003 och sen dess har vi utmanat marknaden. Idag har vi vuxit till en dagligvarukedja att räkna med, med butiker från Trelleborg i söder till Skellefteå i norr. Vår ambition är att fortsätta öka antalet butiker i Sverige på ett ansvarsfullt sätt och att ha 200 butiker i slutet av år 2020.

Vi har två centrallager, ett i Halmstad och ett i Rosersberg. Under 2019 etablerar vi även ett tredje

centrallager i Örebro. Lidl har fyra fastighetskontor som är placerade i Stockholm, Göteborg, Malmö och Örebro. Vårt huvudkontor ligger i Solna.

### DEL AV EN INTERNATIONELL KEDJA

Lidl Sverige KB är ett bolag i detaljhandelskoncernen Lidl vilken är en del av företagsgruppen Schwarz. Till Schwarz-gruppen hör bland andra dagligvarukedjorna Lidl och Kaufland. Det internationella huvudkontoret ligger i Neckarsulm, Tyskland. Lidl startade på 1930-talet som en grossist inom frukt och grönt. De första butikerna öppnade i Tyskland på 70-talet. Den internationella expansionen började på 90-talet och sedan 2014 är Lidl Europas största livsmedelsdistributör. I dag finns Lidl-gruppen representerad i 30 länder i världen, med över 10 500 butiker och för närvarande över 150 centrallager fördelade i 28 länder. Totalt arbetar ca 260 000 medarbetare inom Lidls verksamheter runt om i världen.

Att ingå som en del i en internationell koncern medför många möjligheter som Lidl Sverige nyttjar

på bästa sätt för företagets utveckling. Lidl-gruppens storlek låter oss ta del av deras stora inköp direkt från producenter vilket håller nere våra kostnader och gör det möjligt för oss att erbjuda högsta kvalitet till bästa pris, men också för leverantörerna att planlägga och säkra sin produktion. Det gör det även möjligt för oss att erbjuda utvalda lokala delikatesser utan mellanhänder då Lidl har inköpsexperter i många olika länder.

Det pågår även ett löpande arbete centralt med att utveckla och förbättra övergripande processer som förenklar det dagliga arbetet i butikerna, på lagren och kontoren. Vår effektiva logistik både till och från våra centrallager (från vilka vi vanligtvis har en leverans per butik/dag) och våra enkla, tydliga butiker bidrar också till att vi kan hålla ned kostnaderna för distributionen. ■



## VÅRA AFFÄRSMÅL OCH STRATEGIER

Lidl Sverige har en strategisk agenda som genomsyras av vår strävan att jobba smart och hållbart och som fokuserar på följande områden:

- Digitalisering
- Sortimentsutveckling
- Butiksutveckling
- Medarbetarutveckling
- Kommunikation

Vi arbetar enligt Lidl Sveriges affärsplan, processer och policys, mot våra mål för finansiellt resultat och hållbarhet. Hållbarhetsarbetet utgår från vår kultur och våra värderingar. Vårt hållbarhetsarbete ska bidra till att vi når de företagsövergripande affärsmålen och styrs av mål och strategier inom våra aktivitetsområden. Resultaten följs upp löpande och rapporteras årligen i årsredovisningen och hållbarhetsredovisningen.

## Verksamhetens omfattning 2017/18:

**170 4 000 2 4 1**

### BUTIKER

Försäljning av varor till våra kunder

### MEDARBETARE

**CENTRALLAGER**  
Administration samt central styrning av distribution och logistikprocesser

### FASTIGHETSKONTOR

Etablering, bygg och förvaltning av våra butiker

### HUVUDKONTOR

Inköp, administration, försäljning, fastighet etc

## Hållbarhetsarbetets fokus






Dagens livsmedelsproduktion är förknippad med både hot och möjligheter för en hållbar utveckling. Som en stor aktör i dagligvarubranschen har vi både en möjlighet och ett ansvar att minska vår påverkan på miljön samtidigt som vi bidrar till bättre arbetsvillkor och arbetsmiljö för de som producerar våra varor. Vi är helt övertygade om att det är en förutsättning för att vi ska kunna fortsätta vår verksamhet. För oss handlar det om att framtidssäkra vår verksamhet. Vi är helt beroende av att människor även i framtiden vill och kan odla råvaror till våra produkter. Dessutom är vi övertygade om att ett hållbarhetsarbete i framkant leder till nöjdare kunder, stoltare medarbetare, bättre relationer med våra leverantörer och samarbetspartners samt långsiktig tillväxt. Därför har Lidl Sverige satt ett högt mål: att bli hållbarast i branschen.

Vi genomför löpande omvärldsanalyser, riskinventeringar och intressentdialoger samt utvärderar regelbundet vilka frågor som är våra mest väsentliga och hur vi bäst kan arbeta med dem.

Hållbarhetsarbetet är integrerat i det löpande arbetet och kan kopplas till de fyra olika delarna i dagligvarubranschens värdekedja, vilken omfattar råvaruproduktion, förädling, distribution och konsumtion. Denna redovisning beskriver hur vi arbetar utifrån

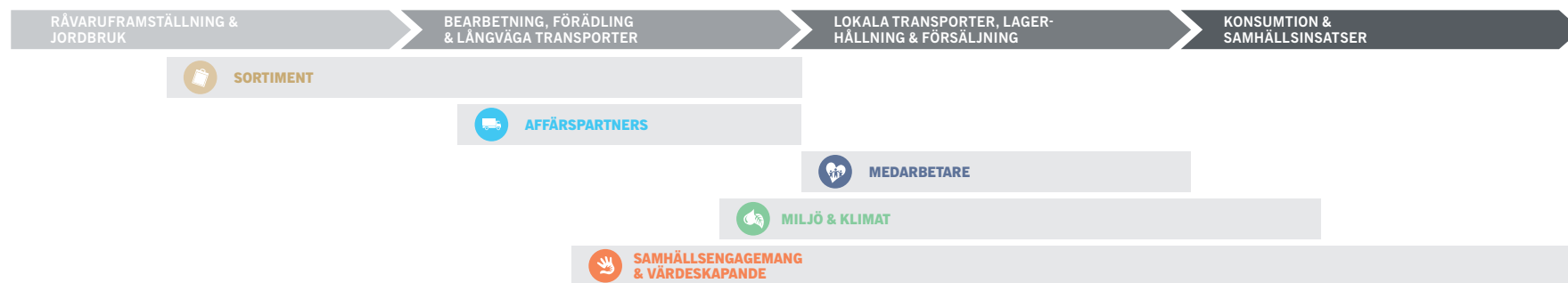
följande fem aktivitetsområden (som vi betraktar som pelare) för vårt hållbarhetsarbete: sortiment, affärspartners, medarbetare, miljö- och klimat samt samhällsengagemang och värdeskapande. Väsentlighetsanalysen används för att säkerställa att vår hållbarhetsredovisning har rätt prioriteringar och att den är relevant utifrån vår påverkan på omvärlden och våra intressenters förväntningar. Den första analysen genomfördes under 2012, året innan den första redovisningen publicerades. Den senaste analysen genomfördes i slutet av 2017 och beskrivs på nästa sida. Eftersom rollen som hållbarhetschef var vakant från januari till maj har strategi och målsättningar inte uppdaterats utifrån den nya väsentlighetsanalysen. Därför utgår vi i denna hållbarhetsredovisning utifrån de tidigare definierade väsentliga frågorna, se tabellen nedan.

### Väsentlighetsanalys 2016

AKTIVITETSOMRÅDE	HÖG PRIORITET i fokus	MEDELPRIORITET bevakas och beskrivs
 <b>SORTIMENT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kundens hälsa och säkerhet</li> <li>Produktmärkningar (inkl. kundnöjdhet)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Djurvälfärd</li> </ul>
 <b>AFFÄRSPARTNERS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hälsa och säkerhet</li> <li>Produktmärkningar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bedömning av leverantörer utifrån miljöpåverkan, mänskliga rättigheter och arbetsrätt</li> </ul>
 <b>MEDARBETARE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hälsa och säkerhet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kompetensutveckling</li> <li>Anti-korruption</li> </ul>
 <b>MILJÖ &amp; KLIMAT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Energianvändning</li> <li>Utsläpp till luft av växthusgaser från energianvändning och transporter</li> <li>Avfallshantering, återvinning och minskat matsvinn</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Biologisk mångfald</li> </ul>
 <b>SAMHÄLLENGAGEMANG &amp; VÄRDESKAPANDE</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Sponsring och samarbeten</li> <li>Ekonomiskt resultat</li> </ul>

Mer information om uppfyllelse av GRI:s riktlinjer finns i GRI innehållsindex på sidan 53–55.

### Vår värdekedja och våra aktivitetsområden



Här visas hur våra fem aktivitetsområden kopplas till vår värdekedja.



## VÄSENTLIGHETSANALYS 2017

I slutet av 2017 genomförde Lidl Sveriges sin senaste väsentlighetsanalys. Processen för väsentlighetsanalysen följer GRI:s modell och principer och genomfördes i tre steg.

Först analyserade Lidl Sveriges hållbarhetsgrupp drygt 40 relevanta hållbarhetsfrågor i vår värdekedja utifrån frågornas relevans för vår påverkan på miljön och samhället. Därefter genomfördes en intern bedömning av hur viktig varje hållbarhetsfråga anses vara för Lidls olika intressentgrupper. Intressentperspektiven som användes representerade kunder, medarbetare, affärspartners och intresseorganisationer. Slutligen intervjuades ett antal hållbarhetsexperter, valda utifrån sina sak-

kunskaper i relationer till Lids verksamhet. Syftet var att verifiera och justera den interna analysen. Den slutliga analysen är validerad av ledningsgruppen och presenteras i matrisen nedan.

De väsentliga frågorna reflekterar de frågor där Lidl Sverige har störst påverkan på omvärlden och som prioriterats högst av intressenterna. Gemensamt för flera av frågorna är att de inte enbart hanteras och har en påverkan inom organisationen, utan arbetet sker i stor utsträckning i samarbete med framförallt affärspartners.

Till följd av denna väsentlighetsanalys har några tidigare frågor omformulerats och ett antal nya frågor har adderats: klimatpåverkan av egen

verksamhet samt produkter och förädling, förpackningar, lokala producenter, jämställdhet och mångfald samt transporter. De nya frågorna är dock inte nya för vår verksamhet utan samtliga har vi arbetat med länge, förutom klimatpåverkan av produktion och förädling som är en relativt ny fråga. Däremot har vi kommit olika långt i det strategiska arbetet med frågorna. En central del av Lidl Sveriges hållbarhetsstrategiska arbete under 2018 är att ta fram en hållbarhetsstrategi baserat på de väsentliga frågorna samt att besluta om relevanta hållbarhetsmål och uppföljning.

## Väsentliga hållbarhetsfrågor



## GLOBALA MÅLEN för hållbar utveckling

Som företag stödjer vi FN:s Agenda 2030 och de globala målen för hållbar utveckling. Vi på Lidl Sverige vill ta vårt ansvar och göra det vi kan för att de 17 målen ska uppnås. Det hållbarhetsstrategiska arbetet kommer därför även att omfatta en analys av hur vi kan knyta vårt praktiska arbete till Agenda 2030 och de 17 relaterade globala hållbarhetsmålen och deras delmål.

## RISKANALYS

Under slutet av 2017 genomförde vi en kartläggning av olika hållbarhetsrisker vi är exponerade för. Vi definierar en hållbarhetsrisk som en potentiell händelse där Lidl orsakar, bidrar till eller av andra skäl förknippas med negativ påverkan på hållbarhetsfrågor vilken skulle skada vår verksamhet. Med utgångspunkt i vår värdekedja identifierades risker inom; miljö, sociala förhållanden och personal, mänskliga rättigheter och anti-korruption. Vi fann 41 risker inom 12 områden kopplat till de olika delarna av värdekedjan. De är kopplade till människors hälsa, uppfyllande av kvalitets och regelkrav, leveranssäkerhet, förtroendet för varumärket samt oväntade kostnader och finansiella konsekvenser. I samma arbete kartlades också hur Lidl hanterat respektive risk – det vill säga vad vi har för policyer, aktiviteter, verktyg och styrning på området. I den slutliga analysen bedömdes riskerna efter deras väsentlighet från ett externt och internt perspektiv. Lidls väsentliga risker och tillhörande riskhantering beskrivs som en integrerad del i vår hållbarhetsredovisning.

*Riskanalys och Intressentdialog: 102-15, 102-21, 102-40, 102-42, 102-43, 102-44, 102-46, 103-1*

## INTRESSENTDIALOG

En förutsättning för att bli branschledande inom hållbar utveckling är att vi interagerar och lyssnar aktivt på våra intressenter. Genom samtalen med dem förstår vi vad våra intressenter förväntar sig av oss, och får värdefulla insikter för både det dagliga och det strategiska arbetet.

Våra prioriterade intressenter är kunder, medarbetare, affärspartners (såsom leverantörer), myndigheter, intresseorganisationer och ägare. De är prioriterade utifrån ömsesidig påverkan, vårt ansvar för dem och hur nära de står oss och vår verksamhet.



Våra kunder möter vi dagligen i butiken och får även via vår kundtjänst löpande återkoppling och möjlighet att diskutera frågor som rör våra produkter. Våra affärspartners träffar vi främst vid olika typer av möten om deras sortiment, affärsöverenskommelser samt kvalitetsarbete och certifieringar. Våra medarbetares synpunkter följs upp löpande i det dagliga arbetet samt via årliga utvecklingssamtal samt medarbetar-

undersökningar. Myndigheter och kommuner har vi bland annat fört dialog med om hållbar konsumtion, miljömärkning samt butiksetableringar. Vi för regelbundet dialog med flertal intresseorganisationer, så som de olika miljömärkningarna och etiska märkningarna samt exempelvis Svensk Dagligvaruhandel där vi driver gemensamma frågor som utvecklar branschen. Vi har även regelbunden kontakt med vår ägare genom möten, konferenser och seminarier.

Under slutet av 2017 genomförde Lidl fördjupade intressentdialoger om vårt ansvar i värdekedjan med ett antal hållbarhetsexperter, bl. a. från olika intresseorganisationer, utvalda utifrån deras sakkunskap i relation till Lidls aktivitetsområden. Resultaten från intressentdialogerna utgör en viktig del av vår väsentlighetsanalys. De ger oss värdefulla återkopplingar på hur våra intressenter ser på Lidl Sveriges verksamhet, utmaningar, hållbarhetsarbete och mål samt vilka som är de mest relevanta frågorna för intressenterna. ■



## Intressentdialoger och viktiga frågor för intressenter

INTRESSETER	KANALER FÖR DIALOG	VIKTIGASTE FRÅGOR	LÄS MER PÅ SID.	RESULTAT
<b>KUNDER</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kundtjänst</li> <li>• Konsumentundersökning</li> <li>• Sociala medier</li> <li>• Hemsida</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sortiment</li> <li>• Kvalitetsarbete</li> <li>• Miljö</li> <li>• Djurvålfärd</li> </ul>	16–24 17–19 37–45 23	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fler miljömärkta och etiskt märkta produkter</li> <li>• Minskat klimatavtryck</li> </ul>
<b>MEDARBETARE</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medarbetarundersökning</li> <li>• Utvecklingssamtal</li> <li>• Dagliga avstämningar</li> <li>• Utbildning och workshops</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kompetensutveckling</li> <li>• Arbetsmiljö</li> <li>• Mångfald och jämställdhet</li> <li>• Säkerhet</li> <li>• Företagskultur</li> </ul>	32 28 31 28 28–36	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Policys</li> <li>• Utbildningar</li> <li>• Friskvårdsbidrag</li> <li>• Individuell utvecklingsplan</li> </ul>
<b>AFFÄRS-PARTNERS</b> (t.ex. leverantörer) 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Möten</li> <li>• Förhandlingar</li> <li>• Revisioner</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kvalitet</li> <li>• Lidl's ansvar och möjligheter som stor aktör</li> </ul>	17–19 3, 6, 16, 19	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produktkontroller hos leverantörer genomförs</li> <li>• Alla leverantörer måste följa vår uppförandekod</li> </ul>
<b>MYNDIGHETER</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Möten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hållbar konsumtion</li> <li>• Miljömärkning</li> <li>• Lagkrav</li> </ul>	22–23 16–18, 30 27	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Branschgemensamma fokusområden och strategier</li> </ul>
<b>INTRESSE-ORGANISATIONER</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Möten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lidl's ansvar och möjligheter som stor aktör</li> <li>• Motverka miljögifter</li> </ul>	3, 6, 16, 19 19	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Råvarupolicys</li> <li>• Branschgemensamma fokusområden och strategier</li> </ul>

## Hur vårt hållbarhetsarbete styrs

Vår kultur och våra engagerade medarbetare är grunden för hållbarhetsarbetet. Det utgår från vår värdegrund som bygger på värdeorden Engagemang, Ansvar, Smart och Tillsammans. Vårt arbete med etikfrågor styrs av policys för bl. a. arbetsmiljö, jämställdhet och mångfald samt vår uppförandekod. Vi har även tagit fram ett antal grundprinciper (se inforuta) för hur vi ska bete oss mot varandra inom Lidl Sverige och hur vi ska uppträda i våra externa relationer. De är beskrivna i personalhandboken, vilken uppdaterades i januari 2018 och kompletteras med information om visseblåsarfunktion och kompetensutveckling.

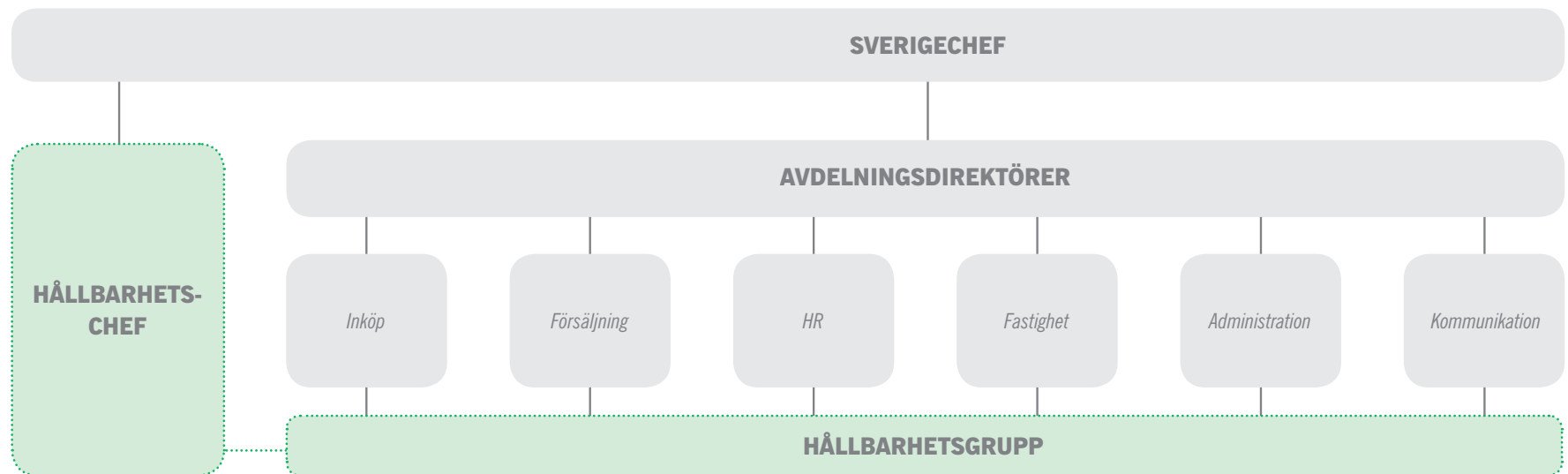
Lidl Sveriges företagsprinciper ska genomsyra hela verksamheten, oavsett område eller aktivitet. En sådan princip slår fast att; Lidl Sverige tar ekonomiskt, socialt och miljömässigt ansvar i det dagliga arbetet. Principerna stödjer ett målinriktat arbete

för att stärka varumärket och förtroendet för oss. Det är medarbetarna som genom sitt dagliga arbete ser till att principerna efterlevs och på så sätt säkrar vår långsiktiga framgång.

Vår Sverigechef Johan Augustsson är ytterst ansvarig för Lidl Sveriges hållbarhetsarbete och har delegerat det strategiska och operativa ansvaret till respektive avdelningsdirektör. På Lidl Sverige finns följande avdelningar: Inköp, Försäljning, HR, Fastighet, Administration och Kommunikation. På Inköpsavdelningen finns en Hållbarhetskoordinator. Butiksdriften är organiserad under Försäljning. För att kunna bedriva arbetet integrerat och aktivt inom alla delar av organisationen finns en Hållbarhetsgrupp med representanter från alla avdelningar. Gruppens arbete leds av en nationell hållbarhetschef med stöd av en hållbarhetsspecialist. Hållbarhetschefen rapporterar direkt till Sverigechefen. ■

### GRUNDPRINCIPERNA OMFATTAR FÖLJANDE OMRÅDEN:

- Företagsprinciper
- Kunder
- Affärspartners (De omfattas även av vår uppförandekod som bl. a. behandlar åtgärder mot korruption)
- Ledarskap
- Medarbetare (Principerna beskriver bl. a. betydelsen av respekt för mänskliga rättigheter.)
- Dataskydd



Hur vårt hållbarhetsarbete styrs: 102-16, 102-18, 102-19, 102-20, 103-2, 103-3

## HÅLLBARHETSARBETE MED ANDRA

För att stödja branschens utveckling samt för att lära av andra är Lidl Sverige medlem i en rad organisationer. Vi har t. ex. varit med i arbetsgivarorganisationen Svensk Handel sedan 2002 när vi arbetade med att förbereda lansering av våra butiker och i branschorganisationen Svensk Dagligvaruhandel sedan 2013. Vi deltar aktivt i båda dessa organisationers hållbarhetsarbete till stöd för branschens utveckling. Vi är även med i *Sweden Green Building Council* sedan 2015.



**SWEDEN  
GREEN BUILDING  
COUNCIL**



**RSPO**

Roundtable on Sustainable Palm Oil

Lidl Sveriges verksamhet berörs även direkt av att Lidl Stiftung är medlem i flera internationella nätverk och initiativ, eftersom vi följer samma riktlinjer. Lidl Stiftung är med i *BSCI – The Business Social Compliance Initiative* sedan 2007, *Round Table for Sustainable Palm Oil (RSPO)* sedan 2012, *Supply Chain Initiative* sedan 2013, *Fur Free Retailer* sedan 2014. Lidl Stiftung skrev under ett Detox-åtagande 2014 och anslöt sig därigenom till Greenpeace Detox-kampanj.

**NYTT PARTNERSKAP** Under 2017 gick Lidl in som partner till Håll Sverige Rents stora skräpplockaraktivitet "Vi Håller Rent". Som Sveriges största event engageras därigenom årligen ca 650 000 barn över hela Sverige till positiva insatser för en renare miljö. Även ett stort antal vuxna är med i aktiviteten som genomförs i hela landet. Därutöver gick Lidl in som en av fem huvudpartners till satsningen Håll Havet Rent, som verkar för att lyfta ett av vår tids största miljöproblem – plastskräpet i våra hav.



Bild: Håll Sverige Rent



## 2. HÅLLBARHETSARBETET I PRAKTIKEN

# Aktivitetsområden och väsentliga hållbarhetsfrågor

*Vi strävar efter att arbeta smart, ansvarsfullt och långsiktigt hållbart i allt vi gör. Vår strävan genomsyrar alla delar av vår verksamhet och omfattar allt vi kan påverka i vår värdekedja. Det handlar om hur vi ansvarar för och utvecklar vårt sortiment, våra affärsrelationer och medarbetare, vårt miljöarbete och våra övriga samhällsrelationer.*

---

På efterföljande sidor (16–47) beskrivs hur vi arbetar med våra väsentliga hållbarhetsfrågor kopplat till de fem aktivitetsområdena samt vad vi har uppnått under året. Varje område avslutas med målsättningar för framtiden.



## SORTIMENT

sid.16–23

Vår påverkan på samhällets utveckling och hur hållbart det blir är direkt kopplat till de varor vi väljer att erbjuda samt de krav vi ställer på våra leverantörer.

- Kvalitets- och hållbarhetsarbete, sid. 17
- Hållbarare varor, sid. 20
- Djurvälstånd, sid. 23
- Lokala producenter, sid. 23



## AFFÄRSPARTNERS

sid. 24–27

Genom samarbeten och uppföljningar säkerställer vi att våra leverantörer uppfyller våra krav angående miljöpåverkan och sociala faktorer.

- Leverantörsutvärderingar, sid. 25
- Lag- och regeluppfyllelse, sid. 27



## MEDARBETARE

sid. 28–35

Det är våra medarbetare som möter kunderna, arbetar med leverantörer och ser till att verksamheten utvecklas.

- Säker arbetsmiljö, sid. 28
- Hälsostärkande insatser, sid. 29
- Jämställdhet och mångfald, sid. 31
- Utbildning och utveckling, sid. 32



## MILJÖ & KLIMAT

sid. 36–45

Vi tar ansvar för att minska miljö- och klimatpåverkan från vår verksamhet.

- Energiförbrukning, sid. 37
- Resursanvändning, sid. 38
- Förpackningar, sid. 40
- Transporter, sid. 41
- Klimatpåverkan och klimatkompensation, sid. 43



## SAMHÄLLS- ENGAGEMANG & VÄRDESKAPANDE

sid. 46–47

Lidl Sverige bidrar till den lokala ekonomiska utvecklingen i egenskap av näringsidkare, arbetsgivare och samhällsaktör.

- Ekonomisk utveckling av lokalsamhälle, sid. 46



# 1915 PRODUKTER

Lidl Sveriges fasta sortiment 2018-02-28

Sortiment: 102-2, 103-2

# Vårt sortiment



För en ledande livsmedelsdistributör är det produktionen och konsumtionen av vårt sortiment som ger upphov till de största effekterna på människors hälsa och arbetsvillkor och som främst påverkar hur naturresurser används och påverkas av olika former av föroreningar.

## SORTIMENTSARBETET

Lidl Sveriges fasta sortiment består av 1915 produkter (2016/17: 1825) och till 78 % av egna märkesvaror (2016/17: 76 %). Därtill har vi ett varierande kampanj-sortiment. Vår påverkan på hur hållbart samhället utvecklas är direkt kopplat till de varor vi väljer att köpa samt de krav vi ställer på våra leverantörer.

Arbetet med kvalitets- och hållbarhetsfrågorna, kopplade till vårt sortiment och våra leverantörer, leds av inköpsdirektör Malin Laurén och inköpsavdelningen. De arbetar tillsammans med kvalitetsavdelningen, som också tillhör inköp. Sedan 2017 har inköp en egen hållbarhetskoordinator som är aktiv i Hållbarhetsgruppen. Arbetet styrs av interna gemensamma dokument som beskrivs under rubriken Hur Lidl Sveriges hållbarhetsarbete styrs. Kvalitets- och hållbarhetsarbetet styrs av lagar och våra interna policies, regler och krav.



## ANDEL AV TOTALA ANTALET PRODUKTER I SORTIMENTET

Lidls egna varumärken	Svenskbaserade leverantörer*	Etiskt märkta produkter**
<b>78%</b>	<b>33%</b>	<b>8%</b>

## ANDEL AV ANTALET PRODUKTER I PRODUKTKATEGORIN

Svenska köttprodukter	Svenska mejeri-produkter
<b>80%</b>	<b>37%</b>

\*Avser leverantörer vars företag är registrerade i Sverige. \*\* De etiska märkningar vi använder är listade på sid. 50.





## Kvalitets- och hållbarhetsarbete

Vi köper in stora volymer med få mellanhänder, vilket underlättar kontroll av våra kvalitetskrav och livsmedels-säkerhet. Vi utför produktkontroller hos leverantörer, i våra centrallager och i våra butiker. Leverantörerna är noggrant utvalda efter strikta krav. Våra medarbetare i centrallagren och i butikerna blir utbildade för kontroller av fräska varor och får dessutom kontinuerligt stöd av en ”färskhetsansvarig”. Vårt kvalitetssystem baseras på riskanalys, det vill säga känsliga varor blir ännu hårdare kontrollerade och oftare analyserade. (Mer info finns under avsnittet Affärspartners på sid. 25–26.)

På våra egna märkesvaror ställs extra höga krav och produkterna förbättras kontinuerligt utifrån kundernas

önskemål. Produkterna testas externt av smakexperter och vi gör omfattande mikrobiologiska och kemiska analyser samt deklarationskontroller. Vi tillåter inte ingredienser som härdade fetter, azofärger eller genmodifierade ingredienser (GMO). Under 2018 har vi som mål att all sojalecitin ska utgå som ingrediens ur våra egna märkesvaror, när så är möjligt, för att undvika genmodifierad soja.

### ÅTERKALLELSER

Trots våra noggranna kontroller händer det att produkter behöver återkallas. Återkallanden görs när en produkt bedöms kunna vara en risk för kundens hälsa. Det kan vara vid felmärkning som att produkten innehåller

nötter och därmed kan ge allergiska reaktioner eller när produkten utgör annan allvarlig fara. Det finns tydliga rutiner för återkallandeprocesser och verktyg för riskbedömning och åtgärdsplan. Lidl Sverige har under året haft två återkallelser, båda inom livsmedel. I det ena fallet var det vår Löksill då det fanns misstanke att produkten av misstag kunde kontamineras av allergenerna mjölk och ägg. I det andra fallet återkallades Sondey Digestivekex då det fanns risk att kexen kunde innehålla små bitar av hårdplast. I båda fallen gjordes offentliga återkallanden.

### Offentliga återkallelser

	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18
<b>ANTAL ÅTERKALLELSER</b>	2	8	5	2
– varav rörande hälsa och säkerhet	1	7	3	1
– varav produktmärkning	1	1	2	1

Antal fall av bristande efterlevnad gällande produkters och tjänsters påverkan på hälsa och säkerhet.

Sortiment: 102-2, 103-2, 416-2, 417-2



## PRODUKTDEKLARATIONER

För att kunden ska veta vad produkten innehåller och kunna avgöra om den exempelvis innehåller ämnen som laktos, gluten eller nötter som är allergena eller vilket näringsvärde produkten har, finns det produktdeklarationer på svenska för alla produkter. Dessa följer gällande lagstiftning och utformas enligt branschriktlinjer och EU-förordningen 1169/2011, även kallad informationsförordningen. Näringsvärdestabeller är baserade på sammanslagna analyser för att säkerställa att rätt deklaration finns på produkten. Innehåll i rengöringsmedel rapporteras till Kemikalieinspektionen och det finns även säkerhetsdatablad för dessa produkter. För rengöringsmedel och kosmetika finns doseringsinformation och varningstexter i enlighet med branschens riktlinjer. Vi eftersträvar att tydlig information om avfallshantering ska finnas på samtliga våra produkter.

Lidl Stiftung är sedan 2007 medlem i branschinitiativet Business Social Compliance Initiative (BSCI), vilket betyder att vi har utvecklat en uppförandekod för att leverantörer ska upprätthålla sociala minimistandarder (läs mer på sid. 26). Vi arbetar med att ta fram hållbara alternativ, såsom GOTS-märkta kläder

och sängkläder som också märks med "Trygg textil". GOTS (Global Organic Textile Standard) är en internationell märkning för kläder och textil som omfattar både sociala och miljömässiga krav. Under året har vi haft flera temaveckor som till exempel GOTS Baby. Alla elektriska produkter testas av ackrediterade testinstitut som t.ex. TÜV-produktsäkerhet.

## Bara trygga tyger

Hos oss på Lidl är det enkelt att göra trygga val. Visste du att alla kläder, sängkläder och andra textilier vi säljer är märkta med Trygg textil. Det innebär att produkterna blivit certifierade av det internationella kontrollorganet Oeko Tex®. Märkningen innebär att textilierna har genomgått noggranna tester, och är garanterat fria från tillsatser som kan vara farliga för hud och hälsa.










### Garanterat hållbar textilproduktion

GOTS-sigillet garanterar att plagget är tillverkat enligt ekologiska kriterier genom hela produktionskedjan – från bomullsodling till tillverkning av det färdiga plagget.

#### Fördelarna:




-  Giffri odling
-  Resurssnål tillverkning
-  Pålitliga material



### Transparens genom hela kedjan

Märkningen OCS 100 innebär att man kan spåra varje enskilt steg i tillverkningen av ekologiska material, som t. ex. råvarans ursprung och vilka ekologiska riktlinjer som följts.

#### Fördelarna:

-  Hög ekologisk standard
-  Spårbar distributionskedja
-  Bra för miljön

### OÖNSKADE KEMIKALIER BYTS UT

Dessutom arbetar Lidl Stiftung för att undvika vissa kemikalier vid produktion av textilier och skor som bär våra egna varumärken. Bland annat har perfluorerade ämnen, PFC, i smuts och vattenavvisande funktionsmaterial inom sportsegmentet konsekvent ersatts med bättre alternativ. De textilier som har efterbehandlats med ett miljövänligt fluorfritt preparat för vattenavvisande impregnering är märkta med Bionic Finish® eco. För alla våra egna märkesvaror inom skor och textilier har Lidl Stiftung som mål att till år 2020 helt fasa ut användningen och utsläppen av farliga kemikalier genom en överenskommelse med Greenpeace (Detox Commitment). För att uppnå detta mål arbetar Lidl tillsammans med distributörer, producenter och leverantörer enligt målen för Greenpeaces initiativ Detox Commitment. ■

Sortiment: 102-2, 103-2





## HÅLLBARA PRODUKTER

Ett urval av Lidl's egna ekologiska produkter från bl. a. Ångens.



## Hållbarare varor

För Lidl Sverige och våra kunder är det viktigt att bidra till en mer hållbar och ansvarsfull odling av råvaror. Som en stor aktör i dagligvarubranschen ser vi det som vår uppgift att tillhandahålla varor som förenklar för våra kunder att göra hållbara val. För kunderna är sortimentsfrågor viktiga, de vill t. ex. att vi erbjuder certifierade och svenska varor. Vi har under året utvecklat sortimentet, men också arbetat med kommunikationen om hållbarhet i butik och andra kommunikationskanaler. Vi har bland annat haft kampanjveckor med hållbarhetsteman då vi lyft fram Fairtrade, MSC-märkningen för hållbart fiske och vårt ekologiska sortiment. (Läs mer om de märkningar vi använder på sid. 50.)

Vi mäter och följer upp hur många produkter som är: egna märkesvaror, från svenskbaserade

leverantörer och miljömärkta eller etiskt märkta. Vi ökar hela tiden andelen miljömärkta och etiskt märkta produkter. Under perioden har vårt sortiment utökats med ekologiska varianter av rotfruktschips, agavesirap, flytande honung, bröd, ketchup och hela kaffeböner. För första gången så kunde vi erbjuda KRAV-certifierad fläskytterfilé under grillsäsong och under julen sålde vi julsinka med etiketten "KRAV-märkt råvara".

Lidl Sverige har policyer för hållbara råvaruinköp. De sex olika policyerna syftar till att säkerställa användningen av mer hållbara och ansvarsfulla odlingsmetoder med tidsbestämda mål för produktion av ägg, fisk, kakao, kaffe, te och palmolja. Riktlinjerna gäller alla våra egna varumärken.



### Alltid nöjd-garanti

För att visa att vi menar allvar med högsta kvalitet och hållbara produkter lämnar vi en Alltid nöjd-garanti på alla våra varor\*. I det fall kunden inte är nöjd, oavsett anledning, ger vi pengarna tillbaka mot uppvisande av kvitto. 1 år har garantin utökats till från 30 till 90 dagar från inköpsdatum.

\*Exklusive bad- och underkläder.



## Lidls policy för hållbara råvaruinköp

### Ägg från frigående höns, även som ingrediens

100% 2016

Ägg Ingrediens

FRÅN SVERIGE KRAV

### Certifierad palmolja

100% Segregerad 2017

Mat

100% Mass Balance 2020

Non Food

### Fisk och skaldjur

100% 2014

Frost vildfångad Frost odlad

100% 2017

Färsk vildfångad

MSC ASC

### Hållbart certifierat kaffe

100% 2017

UTZ Certified FAIRTRADE KRAV

### Hållbart certifierad kakao

100% 2016

UTZ Certified FAIRTRADE

### Hållbart certifierat te

100% 2018

Grönt Svart Rooibos

FAIRTRADE UTZ Certified





LIDL  
KVALITETSPRODUKT  
**TOPPTESTAD**  
—  
OBEROENDE TESTAD

#### TOPPTESTADE PRODUKTER

Många av Lidl Sveriges egna märkesvaror har fått mycket goda betyg och omdömen i olika oberoende kvalitetstester.

För att möta den stora efterfrågan på miljömärkta produkter har vi Svanenmärkta produkter inom våra egna varumärken Cien, Lupilu och Formil med schampo-, balsam-, bodylotion-, handtvål- och deoproducter under namnet Sensitive. Serien omfattas av hygienartiklar som till exempel våtservetter, tvättmedel och diskmedel. Under februari lanserade vi också fyra produkter inom babyvård under vårt varumärke Lupilu, även dessa Svanenmärkta. Alla produkter är utformade för att minimera miljöpåverkan och har utvalda ingredienser som minimerar risken för allergier, vilket också gör att produkterna uppfyller kraven för Astma- och Allergiförbundets märkning. ■



**ALLERGIVÄNLIGA** Produkter ur Lidl's Sensitive-range.

#### CERTIFIERAD FISK – LIDL HAR FLEST

Lidl Sveriges råvarupolicy när det gäller all vår frysta fisk är att all fisk som bär våra egna märken ska vara certifierad enligt MSC, Marine Stewardship Council eller ASC, Aquaculture Stewardship Council, certifiering.

MSC:s butiksrankning bygger på hur många MSC-märkta fisk- och skaldjursprodukter som landets livsmedelskedjor erbjuder under sina egna varumärken. I den senaste rankingen från våren 2018 var Lidl en av två livsmedelskedjor som erbjuder flest MSC-märkta fisk- och skaldjursprodukter.







## Djurvälfärd

För såväl Lidl Sverige som våra kunder och andra intressenter är djurvälfärd högt prioriterat. Tillsammans med våra branschkollegor i Sveriges Dagligvaruhandel har vi tagit ställning för att minska antibiotikaanvändningen i livsmedelsproduktionen vilket bidrar till bättre djurhållning. Vi motsätter oss att antibiotika används i tillväxtstimulerande syfte och för att förebygga sjukdom hos djur, då en sådan överanvändning kan leda till att bakterierna blir resistenta.

Lidl Stiftung är sedan 2014 med i initiativet ”Free Retailer”. Det betyder att Lidl som detaljhandlare ställer sig bakom att inte saluföra varor med päls från djur som har fötts upp eller jagats för pälsens skull. ■

### ÄGG FRÅN FRIGÅENDE HÖNS

Sedan fyra år är Lidl Sveriges policy att alla ägg som säljs kommer från frigående höns. Sedan 2016 är vår policy att även ägg som ingrediens i våra egna märkesvaror ska komma från frigående höns.

## Lokala producenter

Många av våra egna märkesvaror är producerade i Sverige, med svenska råvaror. Svea Lantkött för svenskt kött, Gyllda för svensk kyckling, Ångens för svenskt mejeri, Himlajord för svenska frukter och grönsaker och Kvarnvingen för basvaror, bröd, kakor och kex. Flera andra varumärken har också produkter av svensk råvara, t. ex. Enebacken



med olika korvar, leverpastej, bacon, skinka och köttbullar. Totalt har Lidl Sverige 64 kött- och

chark-artiklar märkta med ”Kött från Sverige” eller ”Från Sverige”. Dessa innebär att köttet i produkten kommer från djur som är födda, uppfödda och slaktade i Sverige och även att produkten är förädlad, förpackad och kontrollerad i Sverige.

Vi köper in våra varor från de länder där det just då är högst kvalitet och bäst tillgänglighet. Under den svenska säsongen har vi valt att endast sälja svenska kvisttomater, men under övriga månader importerar vi dem för att alltid kunna erbjuda våra kunder färsk kvisttomater i vårt sortiment. Inga av våra varor inom frukt och grönt levereras till Sverige med flygfrakt, under 2017 var det enda undantaget sparris som flögs in under en vecka. ■

## Målsättningar 2018/19:

<input type="checkbox"/> 2020	<b>EKOLOGISKT SORTIMENT*</b> Våra ekologiska produkter ska stå för 8 % av vår försäljning 2020.	<input type="checkbox"/> 2018	<b>SOJALECITINFRIA PRODUKTER</b> Under 2018 har vi som mål att all sojalecitin ska utgå som ingrediens i våra egna märkesvaror, för att undvika genmodifierad soja.
<input type="checkbox"/> 2018	<b>TE 100 % CERTIFIERAT</b> Lidl Sverige har som mål att 100 % av teerna bland våra egna märkesvaror ska vara certifierade och märkta med något av följande märkningar; Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ eller en ekologisk märkning vid slutet av 2018. Detta gäller råvarorna grönt te, rooiboste och svart te, givet att tillräckliga volymer och kvalitéer finns att köpa.		

\* Avser produkter som är certifierade enligt Krav eller EU, se sid 50.



**VÄLBEKANT MOROTSBONDE**  
Charles Hansson i Håkantorps har sedan starten, 2003, levererat morötter till Lidl Sverige.

Leverantörsutvärderingar: 102-9, 102-16

# Affärspartners



Lidl Sverige gör via Lidl Stiftung och andra landsbolag affärer över hela världen. Genom samarbete och uppföljningar säkerställs krav på våra leverantörers arbete relaterat till miljöpåverkan, arbetsmiljö, mänskliga rättigheter samt samhällsansvar och etik.

## ARBETSFÖRDELNINGEN

Arbetet med kvalitets- och hållbarhetsfrågor kopplade till vårt sortiment och våra leverantörer leds av inköpsdirektör Malin Laurén och inköpsavdelningen. Sedan 2017 har inköp en egen hållbarhetskoordinator som är aktiv i Hållbarhetsgruppen. Arbetet med lag- och regeluppfyllelse leds av Ekonomidirektör Martin Kauffner och Compliance-avdelningen. Arbetet styrs av gemensamma interna dokument och dessa beskrivs under rubriken Hur Lidl Sveriges hållbarhetsarbete styrs.

Lidl Sveriges affärspartners består både av de som levererar varor som säljs i våra butiker och de som levererar det vi behöver för att kunna bedriva vår verksamhet, exempelvis byggmaterial, energi och tjänster.





”

Vår uppförandekod tar tydligt avstånd från barnarbete, tvångsarbete och andra brott mot mänskliga rättigheter.

## Leverantörsutvärderingar

För att en leverantör ska få leverera varor eller tjänster till Lidl Sverige krävs att två förutsättningar är uppfyllda, dels att leverantören lever upp till kraven enligt en av de certifieringar som vi använder, dels att leverantören agerar i enlighet med vår uppförandekod.

### CERTIFIERING AV LIVSMEDELSLEVERANTÖRER

Vi använder oss av två olika typer av certifierings-system beroende på vilken typ av livsmedel det gäller. Om leverantören inte har någon av dessa certifieringar kan de endast starta ett samarbete med Lidl Sverige under förutsättning att de har påbörjat arbetet med en certifiering. Med hjälp av oberoende revisorer genomför vi revisioner hos våra leverantörer för att säkerställa att de lever upp till våra egna krav, vilka är striktare än de som krävs för en certifiering.

Kontroller av de olika kvalitetskraven görs kontinuerligt och oannonserat. Slutsatserna redo-

visas för leverantörerna. Frekvensen beror på vilken typ av livsmedel som hanteras och resultat från tidigare revisioner.

Inom färskt frukt och grönt är våra odlare certifierade enligt de oberoende certifieringsstandarderna IP Sigill eller Global G.A.P. Lidl arbetar för minskad användning av bekämpningsmedel och vi har med hjälp av experter fastställt egna krav för vårt sortiment av färsk frukt och grönt. Dessa är mycket strängare än kraven i lagstiftningen. (Se inforuta för Lidls egna krav.)

För att få leverera andra livsmedel än frukt och grönt till Lidl Sverige, för försäljning under våra egna varumärken, ska leverantören uppfylla kriterierna i någon av certifieringarna BRC, IFS eller FSSC 22 000 för livsmedelssäkerhet i samtliga produktionsanläggningar. Andelen anläggningar som är externt certifierade inom livsmedelssäkerhet (BRC, IFS eller FSSC 22 000) var 100 % vid verksamhetsårets slut.

### LIDL SVERIGES EGNA KRAV FÖR FRUKT & GRÖNT:

- Den påvisade halten av ett visst restämne får maximalt vara en tredjedel av den nivå som lagstiftningen tillåter.
- Summan av procentandelen av den enligt lagstiftningen tillåtna nivån för alla restämnen får tillsammans vara maximalt 80 %.
- Det totala antalet olika restämnen får inte vara fler än fem.







### LIDL SVERIGES UPPFÖRANDEKOD

Lidl Sverige har ansvar för att våra egna märkesvaror produceras med ansvarsfull hantering av utsläpp till luft, vatten och mark och inte kränker mänskliga rättigheter. Vår uppförandekod beskriver på ett tydligt sätt vad som förväntas av våra samarbetspartners och tar avstånd från barnarbete, tvångsarbete och andra brott mot mänskliga rättigheter. Uppförandekoden bygger på ILO:s kärnkonventioner och BSCI:s riktlinjer.

Alla leverantörer är förpliktade att antingen följa vår uppförandekod eller så måste de kunna påvisa att de i

egen kod ställer likvärdiga krav. Genom uppförandekoden förbinder sig leverantörer till att inte erbjuda, utlova eller överlämna någon form av bidrag, inbjudningar, gåvor eller förmåner till våra medarbetare eller till medarbetare i företag knutna till oss.

Lidl Sverige är därutöver sedan 2014 med i det internationella initiativet för god affärssed, Supply Chain Initiative. Det innebär att vi åtar oss att följa Supply Chains Initiatives tio principer vilka bland annat innebär att vi verkar för en bättre planerings-säkerhet för små och medelstora leverantörer. ■



Lidl Stiftung är sedan 2007 medlem i branschinitiativet BSCI och har i enlighet med ILO:s kärnkonventioner och BSCI:s föreskrifter utvecklat en uppförandekod för att leverantörer ska upprätthålla sociala minimistandarder. Leverantörskoden gäller för alla inköp, vilket innebär att leverantörer har krav på arbetsmiljö, mänskliga rättigheter och miljöskydd. I uppförandekoden ställs bland annat krav på efterlevnad av nationella lagar, ILO- och FN-konventioner, förbud mot all form av korruption och diskriminering, säker arbetsmiljö och miljöskydd. En ackrediterad tredje part genomför fabrikskontroller. De avvikelser som hittas åtgärdas och följs upp vid en ny inspektion.



## Lag- och regeluppfyllelse

### ANSVAR ETISKA RIKTLINJER

Ansvar för att leda och följa upp det interna etikarbetet ligger på avdelningen Legal Compliance. Därutöver hanterar denna avdelning även frågor gällande konkurrenslagstiftning och intressekonflikter.

Antikorruptionsarbetet och uppföljning omfattar både den egna organisationen, dess medarbetare och leverantörer. Ärenden om oetiskt agerande och korruption utreds alltid. Även om risken för korruption kan anses större inom affärsområden som etablering, bygg och inköp så är arbetet med etikfrågor och riskhantering något som berör hela vår organisation. Det är ett arbete som vi anser vara viktigt och därför tar på stort allvar. Under verksamhetsåret har inga fall av misstänkt korruption identifierats.

Vi stödjer våra medarbetare för att de ska förhålla sig till våra affärspartners på ett korrekt sätt. Målet är att alla medarbetare, som utifrån sina arbetsuppgifter behöver särskild utbildning, ska få det regelbundet.

Samtliga anställda får information om etik- och antikorrupsionsfrågor genom våra interna rutiner och policys som presenteras i personalhandboken.

I personalhandboken finns riktlinjer och utbildningsmaterial för hur vi ska agera och hantera situationer när medarbetare erbjuds gåvor, inbjudningar och andra förmåner, för att skydda såväl medarbetare som företaget mot otillåten påverkan.

För den enskilde medarbetaren ska handboken vara en guide och trygghet då det på ett tydligt sätt klargörs vad som är tillåtet och vad som inte är det. Eftersom vi har identifierat korruption som en risk tillhandahåller Lidl ett visuellblåsarprogram, med en anonym rapporteringsmöjlighet online, där medarbetare och affärspartners kan rapportera allvarliga brott mot de lagar eller interna regler som finns. Anonymiteten säkerställs bl. a. genom ett samarbete med en extern advokatbyrå. ■

### Målsättningar 2018/19:



Löpande

#### ANSVARSFULLA INKÖP

Våra inköbspolicys ska efterföljas, alla leverantörer ska använda uppförandekoden BSCI Code of conduct.



Löpande

#### ANSVARSFULL LEVERANTÖRSKEDJA

Leverantörer av färsk frukt och grönt ska vara certifierade enligt de oberoende standarderna IP Sigill eller Global G.A.P. Övriga livsmedelsleverantörer ska uppfylla certifieringarna BRC, IFS eller FSS C22 000.





# Medarbetare



**Det är våra medarbetare som möter kunderna, arbetar med leverantörer och ser till att verksamheten utvecklas. Vi vill att medarbetarna delar våra värderingar, förstår vår affär och trivs på jobbet. Det leder till nöjda kunder och fortsatt möjlighet att utveckla våra butiker.**

För att våra medarbetare ska trivas hos oss arbetar vi för en stark företagskultur. Lidl Sverige ska erbjuda ett arbetsmiljö klimat präglad av öppenhet, trygghet och möjlighet att vidareutvecklas. HR-direktör Helena Erlingsjö leder arbetet med att följa upp och stödja personalansvaret. Arbetet styrs av gemensamma interna dokument som beskrivs under rubriken Hur Lidl Sveriges hållbarhetsarbete styrs. Sammanlagt arbetar cirka 4 000 personer på Lidl Sverige (2016/17: 3 600).

## Säker arbetsmiljö

Vi vill att våra medarbetare ska må bra och trivas på sitt arbete och genom att arbeta systematiskt och långsiktigt med arbetsmiljöfrågor strävar vi efter att hela tiden förbättras.

Butikerna är utformade för att utgöra en säker och bra arbetsmiljö, och för att bidra till att ännu fler anställda känner sig trygga på arbetsplatsen jobbar Lidl Sverige kontinuerligt med att riskbedöma och åtgärda de risker som finns. I butiker som bedöms ha särskilt stort behov installeras löpande system för sluten

kontanthantering som är säkrade mot rån. Vi har särskilda miljö- och säkerhetsföreskrifter för hantering av kemikalier och andra farliga ämnen. Medarbetare som kommer i kontakt med sådant material i sitt arbete får utbildning i hur farliga ämnen och material ska hanteras.

### ARBETSMILJÖKONSULTER

Vi har under verksamhetsåret 2017/18 inrättat en ny funktion, en arbetsmiljökonsult i varje region, som kompletterar HR-funktionen på huvudkontoret. Det är ett steg för att skapa ännu tryggare och trivsammare arbetsplatser och för att säkerställa goda arbetsförhållanden inom butik- och lagerverksamheten.

Arbetsmiljökonsulten leder systematiskt det lokala arbetsmiljöarbetet med fokus på framförallt säkerhet, hälsa och trivsel. Arbetsmiljökonsulten fungerar också som ett stöd för både medarbetare och chefer i olika frågor, såsom sjukdoms- och rehabiliteringsfrågor och arbetsmiljöutbildningar. Tillsammans med chefer, skyddsombud och fackliga parter arbetar arbetsmiljökonsulten med att undersöka, riskbedöma och åtgärda men även med att följa upp verksamheten. ■



”

Vi vill vara en attraktiv arbetsgivare för befintlig och framtida personal.

Frisknärvaro medarbetare

Mål 2018/19:

95%

Resultat 2016/17  
och 2017/18:

94%

Gäller total frisknärvaro bland medarbetare på Lidl Sverige.



29



**ACTIWAY**

**FRISKVÅRDSBIDRAG** Alla anställda på Lidl har rätt till friskvårdsbidrag. Detta sköts i samarbete med Actiway.

## Hälsostärkande insatser

Våra företagsprinciper, personalhandboken, policys och utbildningar säkerställer fokus på arbetsmiljöfrågorna och att de blir en naturlig del i det dagliga arbetet. Vi arbetar även förebyggande genom friskvård och andra förebyggande åtgärder för att skapa förutsättningar för anställda att känna sig trygga och säkra i sin arbetsroll. Alla anställda har rätt till friskvårdsbidrag och hälsa tas upp som en fråga i de årliga utvecklingssamtalen.

I utbildningen för nya medarbetare är skaderisker och ergonomi två av många obligatoriska punkter. Vi har påbörjat att uppdatera alla våra kassor med en ny tredimensionell scanningsfunktion som minskar lyft och vridmoment vid kassaarbetet. Vi har utökat antal eltruckar i våra butiker för att underlätta arbetet med att packa upp varor.

Skador, exempelvis till följd av fall- och klämolyckor, registreras och rapporteras av respektive chef tillsammans med medarbetaren på en utredningsblankett som skickas till Lidl Sveriges arbets-säkerhetsansvariga. Vi följer upp olyckor för att systematiskt utreda bakomliggande orsaker för att kunna

undvika framtida skador. Under verksamhetsåret rapporterades 81 arbetsskador, en ökning i jämförelse med 53 arbetsskador året innan. En anledning till ökningen ser vi är en konsekvens av att vi har öppnat fler butiker och att vi har jobbat aktivt för att få upp rapporteringsfrekvensen, även för mindre incidenter. Skadorna fördelades lika mellan kvinnor och män, 41 respektive 40 fall. De vanligaste typerna av olyckorna var klämskador (21 fall), fallskador (17 fall) och brännskador (8 fall).

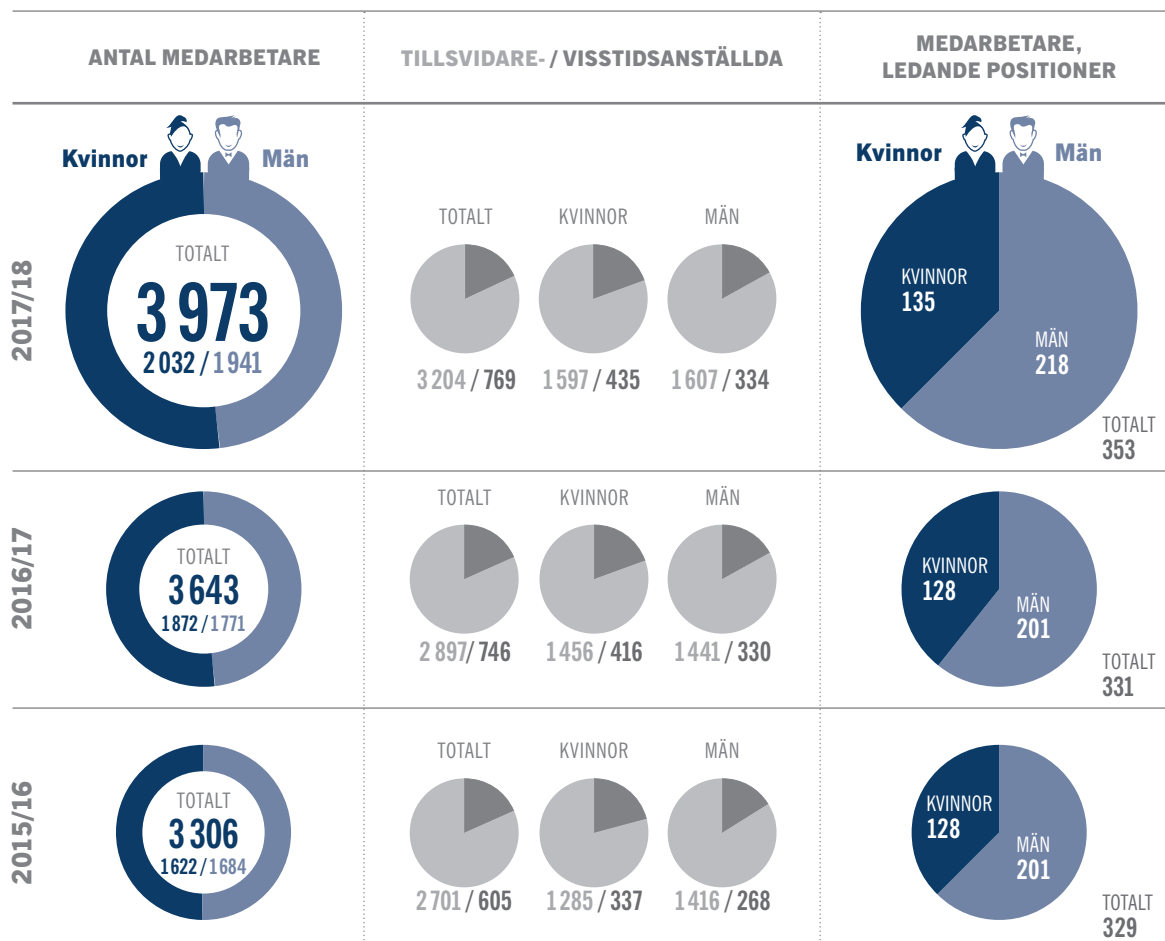
### KOLLEKTIVAVTAL OCH ANDRA RÄTTIGHETER

Förenings- och mötesfrihet är en del av våra grundläggande värderingar och vi värnar om anställdas rätt att vara medlemmar i fackföreningar och att föra kollektivavtalsförhandlingar. Alla medarbetare på Lidl Sverige omfattas av något av de kollektivavtal som är slutna mellan Svensk Handel och olika fackförbund. De fyra kollektivavtalen är Handels detaljhandelsavtal, Handels partihandelsavtal, Unionens tjänstemannaavtal (inom detaljhandeln) samt Akademikerförbundets och Unionens avtal för tjänstemän. ■

Medarbetare: 403-2, 102-16, 102-41, 103-2, 103-3



## Medarbetare



**MEDARBETARE PÅ LIDL** Sammanlagt arbetar cirka 4 000 personer (2016/17: 3 600) på Lidl Sverige spridda över 170 butiker, huvudkontoret i Solna, två centrallager samt fyra fastighetskontor som ansvarar för våra fastigheter och nya butiksetableringar.

Medarbetare: 102-8, 102-7

## Företagsledningen

I företagsledningen fanns under verksamhetsåret tre kvinnor och fyra män.



Andel kvinnor

**43%**



Andel män

**57%**

Den utökade ledningsgruppen, som tillsammans ska representera alla delar av verksamheten, består av tre kvinnor och sju män.



”

Alla chefer har ansvar för att aktivt verka för jämställdhet och för att jämställdhetsarbetet integreras i det dagliga arbetet.

## Jämställdhet och mångfald

### MÅNGFALD GER BÄTTRE RESULTAT

Hos Lidl är det en självklarhet att välkomna och respektera mångfalden av kulturer, traditioner och värderingar. Vi tror att en blandning av kompetenser och kulturer öppnar upp för fler och nya perspektiv. Därför främjar vi medarbetares lika rättigheter, skyldigheter och möjligheter i fråga om arbete, arbetsvillkor och utvecklingsmöjligheter. Vi arbetar för en jämnare könsfördelning, något som börjar redan vid rekryteringsprocessen. Det är viktigt att kvalificerade sökande av båda könen kallas till anställningsintervjuer.

Sverigechefen har det yttersta ansvaret för uppföljning av arbetet medan HR-direktören ser till att vår policy efterlevs. Alla chefer har ansvar för att aktivt verka för jämställdhet och för att jämställdhetsarbetet integreras i den dagliga verksamheten. Även medarbetarna har ett ansvar för att den interna policyn för mångfald, mot kränkande särbehandling och diskriminering med tillhörande handlingsplan, följs. Den tydliggör vilket beteende som inte är accepterat. I vår policy finner medarbetaren stöd i när den ska

anmäla överträdelser, vart den kan vända sig för att få stöd, samt hur den anmäler internt eller via vår visseblåsarfunktion. Vi har under året lyft fram vår policy på vårt intranät Lintra för att medvetandegöra alla om vår policy.

Under verksamhetsåret (2017/18) har tre ärenden utretts (2016/17: 3), den ena förhandlingsframställan drogs tillbaka och de två andra avslutades då det kunde konstateras att det inte fanns någon grund för misstanken om diskriminering. ■





## Utbildning och utveckling

### VÅRT ARBETSKLIMAT

Vår värdegrund och ledarskapsfilosofi är det som bygger vårt arbetsklimat och sätt att förhålla oss till varandra, till kunder, leverantörer och andra intressenter. Vi strävar efter en kultur präglad av engagemang, ansvar, lösningsfokus och gemenskap genom våra värdeord: engagemang, ansvar, tillsammans, smart och att ha kul.

### TRIVSEL SKAPAR LOJALITET

För oss är det viktigt att våra anställda trivs och vill stanna länge inom Lidl Sverige. Nyanställda får en gedigen individuell introduktion som ska se till att de känner sig som en integrerad del av arbetsteamet från första dagen. Vi lägger även stort fokus på introduktion till medarbetare som varit med länge vid byte av arbetsuppgifter.

Vi värderar erfarenhet och tycker att det är viktigt med kunskaper, ansvarstagande och serviceglädje. Vi ser gärna att medarbetare gör karriär inom företaget, både nationellt och internationellt. Medarbetare som har rätt kompetens och som vidareutvecklas både trivs bättre och har större möjligheter att göra ett bra jobb. Utvecklingen främjas genom utbildning och möjligheter till karriär inom koncernen. Vi tillsätter lediga tjänster först och främst ur de egna leden

och främjar även byten mellan olika delar av företaget. I samband med det årliga utvecklingssamtalet som varje medarbetare har med sin närmaste chef diskuteras även utvecklingsplaner med mål, tidsplan och ansvarsfördelning.

”

Vi vill vara en attraktiv arbetsgivare för befintlig och framtida personal.

Personalomsättningen under året var 25,8% (2016/17: 24,1%), vilket är en hög nivå som vi vill sänka. För att nå vårt mål att minska personalomsättningen till 21% under 2018/2019 arbetar vi aktivt med att ge våra deltidsanställda möjlighet till fler fast kontrakterade arbetstimmar per månad. Det ser vi som den enskilt viktigaste åtgärden för att behålla våra anställda längre. I tillägg till detta arbetar vi fortsatt med riktad personal- och ledarskapsutveckling.

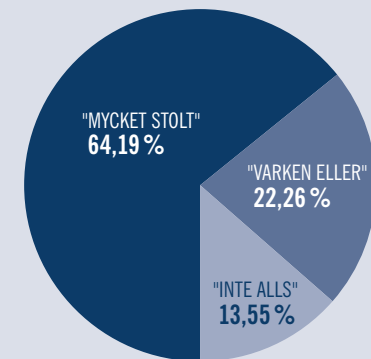
Mål 2018:

# 90%

För att stärka vårt Arbetsgivarvarumärke och uppnå målet på 90% nöjda/mycket nöjda medarbetare arbetar vi intensivt med värdegrunden, ledarskap och kompetensutveckling.

Under verksamhetsåret 2016/17 genomfördes ingen medarbetarundersökning.

### Hur stolt är du över att arbeta på Lidl?



Siffror ur medarbetarundersökning gjord under verksamhetsåret 2017/18. Vi frågade också "Skulle du rekommendera Lidl som arbetsgivare till vänner och bekanta?". Där svarade 56,73% "Ja", 21,20% "Varken eller" och 22,08% "Nej".



## KOMPETENSUTVECKLING OCH KARRIÄR

Introduktion och utbildning är en av nycklarna att utveckla och behålla våra medarbetare vilket är något vi satsar på kontinuerligt inom Lidl. Ett exempel på detta är vår e-learningplattform Leon, en nätbaserad digital plattform för introduktion och utbildning av våra medarbetare i alla butiker. Under verksamhetsåret har också samtliga butiks- och distriktschefer genomgått utbildning för att ges bättre förutsättningar att arbeta med Leon som introduktions- och vidareutbildningsverktyg.

Vi arbetar även kontinuerligt med målstyrd kompetensutveckling och kompetensförsörjning där vi arbetar långsiktigt, strukturerat och målmedvetet med insatser inom kompetensområdet i syfte att som företag nå våra mål och fortsätta vara framgångsrika. För oss innebär det att ha strukturerade processer för att identifiera och utveckla prestation och potential och att utveckla våra medarbetare utifrån de mål och behov vi har. Detta gör vi via vår process för Talent Management där vi på individnivå, utifrån vår kompetensmodell, identifierar styrkor och utvecklingsområden och vidtar utvecklingsåtgärder som syftar till att utveckla både individ och organisation. Dessa utvecklingsåtgärder är delvis fackspecifika för att utveckla profession men även företagsövergripande, såsom ledarskap och chefskap.

Som en del i vår Talent Management-process diskuteras särskilda målgruppers prestation och potential under det forum vi kallar potentialkonferenser. Detta med syfte att främja intern utveckling samt långsiktig kompetensförsörjning och successionsplanering. Vi erbjuder även utvecklingsmöjligheter via Job Rotation och andra internationella utvecklingsprogram. ■

## Tyskaundervisning

Under 2017/18 har vi gjort en satsning på vårt koncernspråk tyska. Det ökar möjligheten för medarbetare att fortsätta sin karriär inom Lidl. Dessutom har vi vid behov erbjudit undervisning i svenska för medarbetare med annat modersmål. För att kunna säkerställa en bra och kontinuerlig undervisning har vi en språkansvarig lärare anställd samt att vi anlitar externa språkleverantörer. 2017/18 har vi erbjudit drygt 55 medarbetare möjlighet till 2–4 timmars språkundervisning på arbetstid per vecka. Därutöver har ett antal personer som inte kan eller önskar delta i en regelbunden kurs erbjudits möjlighet att delta i vårt öppna hus för språk eller i speciella kortkurser.

**SMART  
ANSVAR  
ENGAGEMANG**  
*Tillsammans*  
**... HA KUL!**

*Lidl Sveriges värdeord*



### **TYSKLÄRARE PÅ HELTID**

Ebba är anställd som tysk- och svensklärare på heltid. Vid behov tas en extra språklärare in.

*Medarbetare: 102-8*



### LEDARSKAPSSATSNING UNDER ÅRET

Vi värderar gott ledarskap högt. Vi strävar efter att våra chefer ska ha ett gemensamt synsätt och att de ska utgå från samma plattform. Plattformen grundar sig i vår ledarfilosofi High five och vår ledarskapsmodell Utvecklande ledarskap. Denna modell är grunden för våra program inom ledarskap och chefskap. De erbjuds till alla nya chefer i organisationen, samt genom särskilda insatser för högre chefer och medlemmar i ledningsgruppen. Under 2017/18 har exempelvis 48 chefer genomgått en ULL 360. Det betyder att deras ledarskap har bedömts, utifrån Utvecklande ledarskap, av kollegor som arbetar som deras chefer, underställda

och kollegor på samma nivå. ULL 360 är även en del i vårt obligatoriska ledarskapsprogram för nya chefer. I denna ledarbedömning mäts ledarbeteenden på en niogradig skala där normvärden för positiva ledarbeteenden ligger på 7 och uppåt och för negativa ledarbeteenden på 2 & 3 och nedåt. I den senaste mätningen som genomfördes under verksamhetsåret kunde vi se en avsevärd förbättring sedan vi började mäta 2013. Detta ser vi som följd av de satsningar vi gjort inom ledarskap men framförallt av vårt kontinuerliga arbete med ledarskapsprogram. ■



**BC-SATSNINGEN**  
Kompetensutveckling för  
alla Lidl's butikschefer.





”

Vi strävar efter att våra chefer ska ha ett gemensamt synsätt och att de ska utgå från samma plattform.

## Målsättningar 2018/19:

<input type="checkbox"/> <b>HÄLSA</b> Alla medarbetare erbjuds friskvårdsbidrag. Friskhetsnärvaron ska uppgå till 95%. 2020/21	<input type="checkbox"/> <b>JÄMSTÄLLDHET</b> Vi verkar för en jämnare könsfördelning. Målet är att antalet kvinnliga respektive manliga chefer ska uppgå till minst 40/60%. 2018/19	<input type="checkbox"/> <b>ARBETSGIVARVARUMÄRKE</b> 90% ska vara stolta över att arbeta på Lidl. 2018/19	<input type="checkbox"/> <b>MINSKAD PERSONAL-OMSÄTTNING</b> Vi arbetar för att minska vår personalomsättning till 21%. 2018/19
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



# Miljö & klimat



**Vi arbetar proaktivt med vår direkta miljöpåverkan men vårt ansvar och våra ansträngningar omfattar även det vi kan påverka längre ut i vår värdekedja.**

Vi arbetar även för att minska utsläpp och övrig miljöpåverkan genom att öka andelen miljömärkta produkter. Märkningar som exempelvis KRAV minskar spridningen av miljögifter och har kriterier för energi och klimat. Vi beräknar även vår verksamhets klimatavtryck och kompenserar för den via två typer av projekt (läs mer om detta på sid. 44). Våra miljömål för vår egna verksamhet är inriktade på områden som vi kan påverka direkt; såsom minskning av energianvändning och utsläpp genom minskad elförbrukning, samt att ställa krav på godstransportörer, minska avfallsvolymen och öka återvinningsgraden.

Arbetet med hållbarhetsfrågor kopplade till energianvändningen i våra fastigheter samt drivmedelsfrågor och avfall leds av Fastighetsdirektör Thomas Brattlöv och Försäljningsdirektör Sebastiano Sacilotto. Deras avdelningar företräds genom representanter i Hållbarhetsgruppen som koordinerar alla avdelningars respektive hållbarhetsfrågor. Klimatfotavtrycksberäkningen och klimatkompensation hanteras av hållbarhetschefen Miriam Thunborg med stöd av externa experter. Arbetet regleras av gemensamma interna dokument som beskrivs under rubriken Hur Lidl Sveriges hållbarhetsarbete styrs.

## Elförbrukning i våra butiker

ELFÖRBRUKNING I BUTIK	2015	2016	2017	MÅL 2018
SÄLJYTA (genomsnitt kWh per m <sup>2</sup> )	294	313	320	320
TOTAL YTA (genomsnitt kWh per m <sup>2</sup> )	211	225	230	225

Det låga utfallet 2015 beror på milda utomhustemperaturer och ökningen 2016 och 2017 på ökade öppettider och att fler elförbrukare satts in i butikerna. Genomsnittsförbrukningen avser kalenderår (ej verksamhetsår) och är baserad på 112 butiker där hyrda lokaler och butiker som har värmemedium fjärrvärme sorterats bort för att undvika felkällor.



## Energiförbrukning

För Lidl Sverige är det självklart att minska energianvändningen, både för miljöns skull och för att spara pengar. Vi har som mål att minska energianvändningen per kvadratmeter. Dessa mål styr hur vi arbetar med vår energiförbrukning som i huvudsak utgörs av uppvärmning av våra butiker.

Av våra 170 butiker runt om i Sverige, äger vi 137 själva och 34 är hyres-/arrendelokaler. Butikerna är utformade för att ha låg energianvändning och

för att göra det enkelt för våra kunder och våra medarbetare att plocka varor. På våra centrallager och i 15 butiker använder vi 5 104 kWh fjärrvärme.

Under många år har vi systematiskt arbetat för att minska energianvändningen genom åtgärder som energisnål och timerstyrd belysning samt ventilationssystem med roterande värmeväxlare, värmeåtervinning från kylanläggning, automatiska kylgardiner och glaslock på frysarna.

### ENERGIEFFEKTIVISERING

Under 2016 implementerades energiledningssystemet ISO 50001 och det recertifierades 2017. Genom att implementera ett energiledningssystem har vi kartlagt stora energiförbrukare i våra butiker och har ett strukturerat arbetssätt för vårt arbete med energieffektivisering.

För att kunna arbeta ännu mer energieffektivt involverar vi alla våra medarbetare. I varje butik finns ett utbildningsmaterial med smarta tips kring energiförbrukning i syftet att kunna hjälpa butiksmedarbetarna att vara energimedvetna i det dagliga arbetet. Satsningen på att installera kylanläggningar med propan för att ytterligare minska

våra växthusgasutsläpp har fortsatt under året. Propan är ett naturligt köldmedium och med det klarar kylarna gränsvärdena i EU:s 2020-reglering av kylutrustningar. 2017/18 installerade vi denna typ av kylar i totalt 16 butiker. Två installerades i nya butiker. Resterande 14 var kompletta utbyten vilket var tre fler än vår målsättning för perioden. Under 2018/19 fortsätter arbetet och planen är att vi ska byta kylanläggningar i ytterligare 10 existerande butiker.

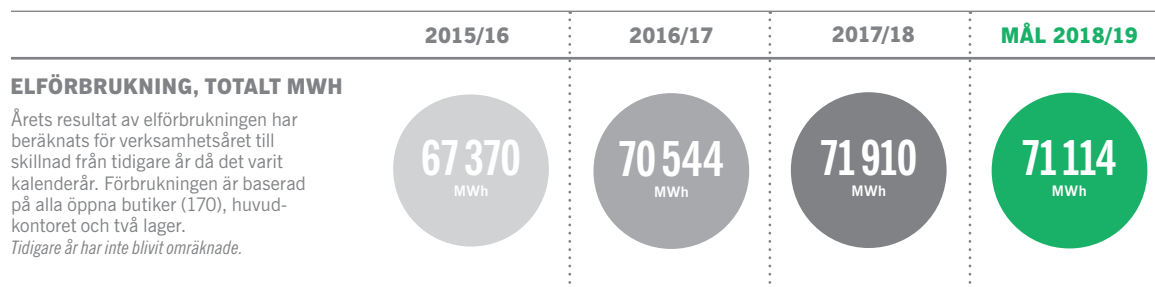
De närmaste åren kommer solcellsanläggningar att kunna bidra till att täcka de egna butikernas energibehov. För närvarande har fem av

våra butiker solcellsanläggningar. Dessa butiker erbjuder också möjligheten av kostnadsfritt ladda sin elbil vid våra laddstationer.

Trots energibesparingsåtgärder nådde vi inte vårt mål för 2017/18 att elförbrukningen per m<sup>2</sup> totalyta skulle vara 225 kWh. Den blev istället 230 kWh. Anledningen är dels att vi ökar antalet elförbrukare per butik samt dels att flera butiker har förlängt sina öppettider.

Trots att dessa förändringar fortsätter är målet för 2018/19 att minska förbrukningen till 225 kWh per m<sup>2</sup> totalyta.

### Elförbrukning Lidl Sverige



### Utsläpp kopplade till verksamhetens elanvändning

Sedan 2008 har vi ett energiuppföljningssystem för att centralt kunna följa upp energianvändningen, optimera den och upptäcka problem. All el som förbrukas inom verksamheten produceras, sedan den 1 januari 2014, med förnybara energikällor. Det innebär att vi har mycket låga direkta CO<sub>2</sub>-utsläpp relaterade direkt till vår elförbrukning trots att den ökar i takt med att vi ökar antalet butiker och elförbrukare per butik samt förlänger våra öppettider.





### BUTIKSBESTÅND & CERTIFIERADE BYGGNADER

Butiksbeståndet analyseras regelbundet gällande moderniserings-, effektiviseringsbehov samt lönsamhet. Ett antal butiker byggdes också om och moderniserades enligt vår nya standard. Under verksamhetsåret byggdes två butiker om helt från grunden utifrån vårt nya butikskoncept med större ytor, mer glas och bättre energieffektivitet, en i Kungsängen och en i Motala. Två butiker miljöcertifierades med BREEAM – Outstanding, dels den återuppbyggda butiken i Kungsängen respektive den helt nya butiken i Södertälje.

Vi har två byggnader som är certifierade enligt Green Building, vilket innebär att byggnaden använder 25 % mindre energi än nybyggnadskraven i Boverkets byggregler. Lidl Sverige har tagit fram ett nytt butikskoncept med ledorden miljö, öppenhet och kvalitet. Det nya butikskonceptet ska certifieras enligt miljöcertifieringen BREEAM. I dag har tre butiker certifierats enligt den högsta nivån, BREEAM Outstanding, som innebär krav på exempelvis energianvändning, solpaneler,

tillgång till laddstolpar för elbilar, hälsosamma materialval, grönytor på och omkring byggnaden och möjligheter till miljövänliga transporter till och från butiken. Lidl har

”

Lidl har satt upp som mål att alla nybyggnationer från och med verksamhetsåret 2017/18 ska bli miljöcertifierade ...

satt upp som mål att alla nybyggnationer från och med verksamhetsåret 2017/18 ska bli miljöcertifierade enligt något av de ledande systemen. ■

## Resursanvändning

### MARKANVÄNDNING OCH BIOLOGISK MÅNGFALD

Produktionen av livsmedel och andra produkter baseras på användningen av naturresurser vilket påverkar ekosystemen och den biologiska mångfalden. Vi är mycket medvetna om att vår affär utgår från användning av naturresurser och att vi är beroende av fungerande ekosystem. Vi

”

... vår påverkan på den lokala biologiska mångfalden är begränsad ...

arbetar därför för att hålla vår påverkan på dessa så liten som möjligt. Därför etablerar vi oss främst i tätorter i lägen nära bostäder, kollektivtrafik och/eller större vägar. Vi samarbetar med kommunernas byggnadsnämnder för att säkerställa att ingreppen i naturen kontrolleras. Det medför att vår påverkan på den lokala biologiska mångfalden är begränsad, utöver det faktum att marken täcks med hårdgjorda ytor. Det gäller även när vi köper



mark av andra markägare då marken är del av kommunens detaljplan. Vid nyetableringar eller ombyggnationer mår vi om dialog med intressenter, bland annat kommunen, andra markägare, andra företag och närboende.

### MATSVINN OCH ÅTERVINNING

För att minska matsvinnet erbjuder vi kunderna ett lägre pris på varor med kort bäst före-datum. I Stockholm, Göteborg och Malmö tas också en stor del av vårt matöverskott om hand av vår samarbetspartner Allwin som levererar maten till olika hjälporganisationer. (Läs mer på sid. 46.) Det matavfall som ändå uppstår hanteras på olika sätt beroende på vilken stad och kommun som butiken ligger i. I de kommuner där organiskt avfall görs till biogas använder vi den möjligheten. Vi har även ingått ett samarbete med drivmedelskedjan »NEOT«, som gör etanol av organiskt avfall.

I våra butiker och på våra lager arbetar vi på ett effektivt sätt för att optimera återvinningen. Det återvinningsbara materialet och avfallet som uppstår i den dagliga driften kartläggs i sin helhet i kedjan: från butik, till centrallager, till återvinning. Syftet är att minska avfallsmängder och öka andelen som återvinns samtidigt som all hantering optimeras. ■



AVFALL (TON) OCH HANTERINGSMETOD	2015/16	2016/17	2017/18
<b>AVFALL TILL ÅTERVINNING</b>	<b>13 821,9</b>	<b>13 862,9</b>	<b>15 523,8</b>
varav wellpapp	11 846,1	11 588,7	13 822,2
varav plastfolie	327,2	304,4	389
varav trä	657,4	450,2	383,4
varav metall	553,3	649,6	565,4
varav organiskt avfall	437,9	841,0	348,1
varav non food	0,0	29,1	15,6
<b>BRÄNNBART</b>	662,8	579,4	680,0
<b>GROVT BRÄNNBART*</b>	146,2	288,1	717,2
<b>FARLIGT AVFALL</b> (inkl. industribatterier, elskrot, samt kyl- och frysmöbler)	26,2	17,5	45,7

Ökningen av avfallsvolymer under perioden 2017/18 beror främst på att våra försäljningsvolymerna har ökat och att vi bytt ut stora delar av butiksinredningarna.  
\*Grovt brännbart avfall kan innehålla större föremål, t.ex. träpallar. Det grova avfallet sorteras och återvinningsbart material tas tillvara. Resten krossas innan det körs till förbränning.





16.90



### Möt vår blomkålsodlare.

Bertil Nilsson har odlat blomkål på sin gård i skånska Lockarp sedan 1973. Idag är han Sveriges största blomkålsodlare, och en av leverantörerna bakom HimlaJord – vårt eget märke för svenskodlad frukt och grönt.



HIMLAJORD

# 3 ton

## MINDRE PLAST\*

\*Beräknas sparas in under ett års tid genom förändringen att inte plasta in bananerna. En minskning av plast per kilo bananer på 84,6%.

## Förpackningar och plast

Att bidra till att minska miljöpåverkan genom bättre och mer hållbara förpackningslösningar är något vi hela tiden arbetar med att utveckla. Under verksamhetsåret har vi vidtagit flera nya åtgärder. Till exempel har de ekologiska bananerna numer en plastgördel som håller ihop klasen mot som tidigare en hel plastpåse. Detta har minskat plasten per kilo bananer med 84,6%, vilket under ett år beräknas spara nästan tre ton plast.

Vi har också ökat antalet produkter inom frukt och grönt som säljs i lös vikt, bland annat klementiner, flera olika sorters äpplen, röda och gröna vindruvor och ekologiska citroner. Sedan april 2018 lasermärks vår ekologiska kiwi för att minska användningen av klisterlappar i plast. Totalt säljs ca 25% av produkterna utan någon förpackning (2016/17 20%). Under sommaren blir denna andel något högre då fler produkter inte längre behöver något skydd mot kyla.

Även inom andra delar av sortimentet har åtgärder genomförts för att minska förbrukningen av plast. Vi har bl. a. minskat tjockleken på våra 25 liters avfallspåsar från 14µm till 10µm. Storleken på våra påsar för cashewnötter 200g är den första som har reducerats med 20% och fler påsar kommer bli mindre i storleken.

Lidl Sverige stödjer Svensk Dagligvaruhandels färdplan för fossilfria och återvinningsbara plastförpackningar, vilken vi även varit med och utvecklat. Målet är att alla plastförpackningar ska vara materialåtervinningsbara år 2022 och att de till 2030 ska vara producerade i förnybar eller återvunnen råvara. Under 2018 kartlägger vi i detalj vilka plastförpackningar vi använder och i vilka volymer.

Dessutom har Lidl Sverige tillsammans med andra nationella Lidlbolag under 2018 lanserat målet att den totala plastanvändning ska minskas med 20% till år 2025. ■



## SJÄLVKÖRANDE

Einrides eldrivna, självkörande lastbil T-pod.



Bild: Einride

41



”

Sedan oktober 2016 ska 100 % av våra transporter gå på alternativa drivmedel...

## Transporter

### OMSTÄLLNING TILL ALTERNATIVA BRÄNSLEN

Under året har Lidl Sverige fortsatt att skärpa kraven för de externa åkerierna vi anlitar, särskilt vad gäller miljö- och klimathänsyn. Sedan oktober 2016 ska 100 % av våra transporter gå på alternativa drivmedel, så som fordonsgas, el, 100 %-ig biodiesel eller Svanenmärkt diesel som består av 50 % biodiesel och 50 % fossil diesel. Under 2017 har dock 0,2 % av våra transporter körts på fossil diesel, för att alternativa

drivmedel inte varit tillgängliga. Vårt mål är att transportfordonen ska köra på alternativa bränslen även fortsättningsvis samt att andelen fossila drivmedel ska minska.

Tre av åkarnas lastbilar har hybridmotorteknik och drivs med både diesel och gas, två är elhybrider, som drivs delvis på el och delvis på HVO (Hydrogenated vegetable oil, vilket är en fossilfri biodiesel), och

27 lastbilar använder biodiesel som ren HVO eller RME, rapsmetylester, vilket är 48 % av flottan. Utöver det använder ingen av de ordinarie bilarna traditionell fossil diesel utan alla tankas med Svanenmärkt diesel. Under verksamhetsåret tecknade Lidl Sverige ett avtal med techbolaget Einride för ett inledande försök med en övergång till deras eldrivna, självkörande lastbil, T-pod. ■



### KLIMATPÅVERKAN

Effektiv logistik innebär att våra varor kommer fram i tid till så låg kostnad som möjligt vad gäller tid, bränsle och miljöpåverkan. CO<sub>2</sub>-utsläppen från transporter är en väsentlig källa till vår miljöpåverkan eftersom logistik är en central del av dagligvaruhandelns verksamhet. Alla våra transporter sker med externa åkerier, men vi ser klimatpåverkan som en del av vårt ansvar och har sedan länge identifierat detta som en prioriterad fråga både i det dagliga arbetet och vid uppköp av transporter. Vi arbetar dagligen med att planera våra lastbilstransporter så effektivt som möjligt, med

minsta möjliga antal körda kilometer både till och från våra centrallager, från vilka vi vanligtvis har en leverans per butik/dag.

### EFFEKTIVITET GENOM FYLLNADSGRAD

Vår ambition är att köra transporter med maximal fyllnadsgrad. Detta för att få ut mer varor per leveranstillfälle och undvika att lastbilarna kör runt med luft på släpen.

Genom omstruktureringar av plockprocesser och utbildning av våra medarbetare på lagren har vi lyckats bibehålla fjolårets höga resultat när det gäller fyllnadsgrad.

### Fyllnadsgrad transporter

Resultat 2016/17 och 2017/18:

95%

Mål 2018/19:

95%



## Klimatpåverkan och klimatkompensation

### MINSKAD KLIMATPÅVERKAN

Den globala temperaturökningen är ett resultat av växthusgasutsläpp från exempelvis förbränning av fossila bränslen, jordbruk och skogsskövling. Lidl Sverige har i flera år strävat efter att minska sin klimatpåverkan genom effektivare logistik, högre andel alternativa drivmedel och energieffektivisering. All Lidl Sveriges el kommer från förnybara energikällor.

### KLIMATBERÄKNING

För att förstå vår klimatpåverkan har vi beräknat utsläppen från vår verksamhet med stöd av den internationella standarden Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol). GHG-Protocol säkerställer att beräkningen är relevant, jämförbar och transparent. Det innebär också att beräkningen följer FN:s klimatpanels (IPCC) riktlinjer och inkluderar de sju växthusgaserna som Paris-protokollet pekar ut, redovisade som koldioxidekvivalenter.

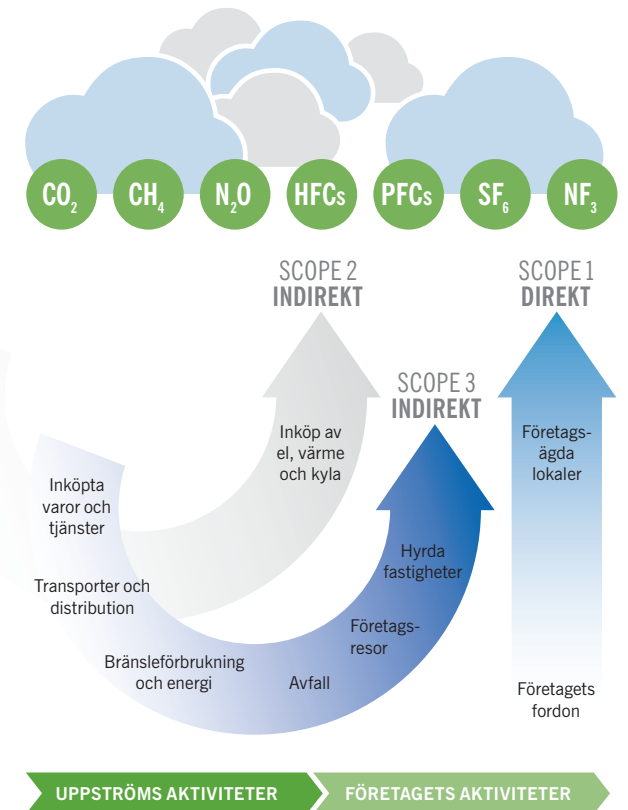
I klimatberäkning ingår utsläpp relaterade till våra lokaler, tjänsteresor, inrikestransporter, papper och tryckt material, företagsägda fordon, avfall samt distribution. Inom lokaler beräknas utsläppen från vår elförbrukning, läckage av köldmedia samt fjärrvärme. Våra tjänsteresor innefattar utsläpp från flygresor, hotellnätter, taxiresor, anställdas egna bilar, hyrbilar, tåg och buss. Transporter innefattar alla transporter från våra centrallager i Sverige till och från våra butiker. Vad gäller papper redovisar vi användning av tryckta reklamblad och annat tryckt material.

För verksamhetsåret 2017/18 minskade utsläppen med 17% till 13 482 ton koldioxidekvivalenter (2016/17: 16 340 ton), enligt den marknadsbaserade beräkningsmetoden. Den största klimatpåverkan ligger i övriga indirekta utsläpp. De största posterna är relaterade till transporter mellan Lidl Sveriges centrallager och butik samt användningen av papper främst för att trycka och distribuera reklamblad.

”

All Lidl Sveriges el kommer från förnybara energikällor.

Sedan 2016/17 har Lidl Sverige valt att klimatkompensera hela verksamhetens beräknade klimatpåverkan. Konkret innebär klimatkompensation att den mängd utsläpp av växthusgaser som en verksamhet inte lyckats reducera genom olika åtgärder, kompenseras genom köp av utsläppskrediter i certifierade och tredjepartsgranskade projekt. Projekten kan exempelvis innebära framställning av förnybar energi, energieffektivisering, eller återplantering och bevarande av skog. ■



**GHG-PROTOKOLLETS INDELNINGAR** Översiktlig bild av GHG-protokollets uppdelningar av utsläpp från företag i tre scope och vilka växthusgaser som inkluderas.

KÄLLA: MYCLIMATE.ORG





## Lidl Sveriges klimatkompensation

Vi klimatkompenserar för alla utsläpp som redovisas i klimatberäkningen. Vi har valt att klimatkompensera i två olika projekt. De bidrar till att förbättra framställningen och tillagningen av livsmedel samt lokala levnadsvillkor och skogsskötsel. Det är områden som ligger nära vår verksamhet och som vi anser vara centrala för en globalt hållbar utveckling.

### Solspisar på madagaskar

Det första ligger på Madagaskar och det är det andra året vi stödjer det. Inom projektet distribueras olika typer av solspisar och effektiva spisar som tillverkas lokalt. När de nya spisarna används sparas ved eller kol, vilket innebär minskade utsläpp (avskogning och fossilberoendet minskar). Tillsammans med organisationen

Association pour le Développement de l'Énergie Solaire genomförs också utbildning för skolor och institutioner för att uppmärksamma befolkningen om vikten av att bevara Madagaskars unika grönområden.

### Tropical mix i Panama

I Panama är avskogning ett stort problem och återplanteringen är undermålig. Projektet Tropical Mix syftar till att kunna kombinera hållbart skogsbruk tillsammans med bevarande och skydd av områdets biologiska mångfald och rika ekosystem. Detta trädplanteringsprojekt sträcker sig över flertalet provinser i Panama på ytor som tillsammans motsvarar över 3 000 hektar. Totalt har mer än 1,9 miljoner träd planterats under projektets tid som inte bara binder koldioxid men även

binder och säkrar vatten som minskar risken för erosion. Projektet har hittills bidragit till en CO<sub>2</sub>e-minskning på ca 135 100 ton. Utöver ekologiska fördelar har Tropical Mix även stora sociala fördelar. Delar av områdena används för hållbar kakaoproduktion som bidrar till den lokala ekonomin. Projektet har även genererat långtidsanställningar med hälsoförsäkring och pension till lokalbefolkningarna. Tropical Mix är certifierat av bland annat Gold Standard, FSC och Rainforest Alliance.

LIDL  
VI KLIMAT-  
KOMPENSERAR

FÖR ATT VI TAR ANSVAR



### SOLSPISAR PÅ MADAGASKAR

Inom projektet distribueras lokalt tillverkade solspisar som ska spara ved eller kol vilket minskar avskogningen.

Bild: ZeroMission



Bild: Tricorona

**PROJEKTET TROPICAL MIX**  
För hållbart skogsbruk och skydd av områdets biologiska mångfald och rika ekosystem.



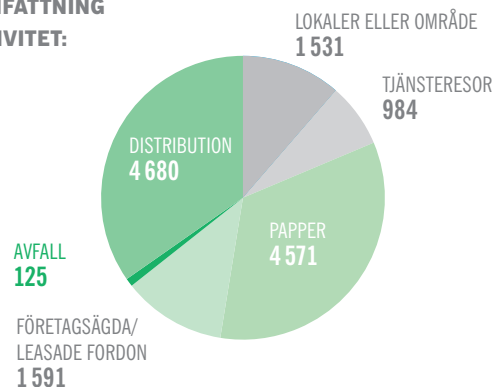
## Lidl Sveriges klimatberäkning 2017/18

Fördelning av klimatpåverkan per aktivitet och scope enligt de två beräkningsgrunderna Market based och Location based. GHG-protokollet kräver att resultaten redovisas enligt respektive beräkningsgrund.

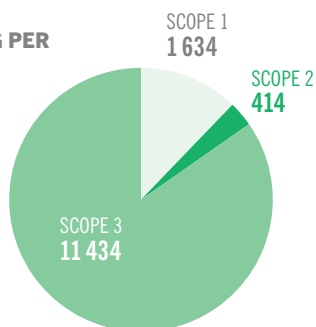
(MARKET BASED, ton CO<sub>2</sub>e)

Totalt utsläpp: **13 482** (2016/17: 16 340)

### SAMMANFATTNING PER AKTIVITET:



### SAMMANFATTNING PER SCOPE:



### Tre olika "scope"

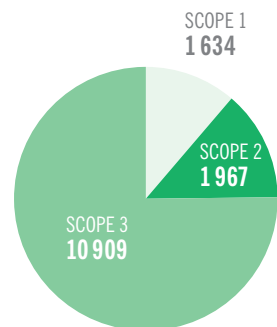
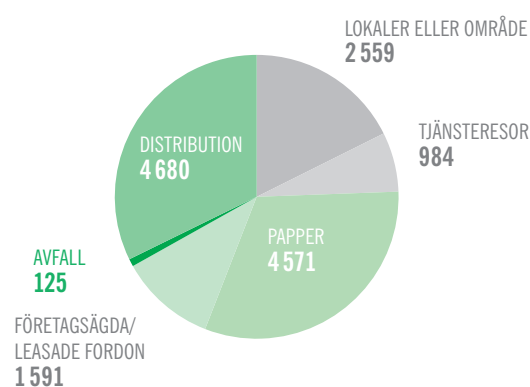
Enligt GHG-protokollet kategoriseras utsläppen från företagets olika aktiviteter i tre delar eller på engelska "scope". Scope 1 är alla direkta utsläpp från företaget, som till exempel företagsägda bilar och köldmedie-läckage. Scope 2 är utsläpp från den el och fjärrvärme som Lidl Sverige köper in till sina lokaler och butiker.

Fjärrkyla har lämnats utanför eftersom det endast används av butiker i hyrda lokaler. Scope 3 är andra indirekta utsläpp, som tjänsteresor, transporter och hanteringen av avfall från lager, butiker och kontor.

Enligt GHG-protokollet är utsläppen inom scope 1 och scope 2 obligatoriska att redovisa. Utsläpp inom scope

(LOCATION BASED, ton CO<sub>2</sub>e)

Totalt utsläpp: **14 510** (2016/17: 16 950)



3 ska räknas med i största möjliga mån men det är inte obligatorisk att ta med dem i beräkningen. Utsläpp i scope 3 kan innefatta klimatpåverkan som sker hos konsumenten och det utsläpp som sker i produktionen av varor. I vår beräkning av klimatpåverkan ingår inte dessa då de ligger utanför vår direkta verksamhet.

## Målsättningar 2018/19:



2018/19

### ELFÖRBRUKNING

Målet är att elförbrukningen på säljytan i butikerna inte ska överstiga 230 kWh/m<sup>2</sup>.



Löpande

### MILJÖCERTIFIERAD BYGGNAD

Alla nybyggnationer ska miljöcertifieras enligt något av de ledande systemen.



Löpande

### MATSVINN

Vi vill reducera vårt matsvinn genom effektiv varubeställning och logistik med dagliga leveranser till butikerna och exempelvis kiloprisk på utvald frukt och grönt istället för tråg.



2022



2030

### FÖRPACKNINGAR

Alla plastförpackningar ska vara materialåtervinningsbara år 2022 och vara producerade i förnybar eller återvunnen råvara år 2030.



2025

### PLAST

Lidl Sverige har målet att den totala plastanvändning ska minska med 20% från 2018 till 2025.



2018/19

### MINSKAD KLIMATPÅVERKAN

Vi ska arbeta för att minska vår klimatpåverkan genom exempelvis högre andel alternativa drivmedel och genom att byta tryckeri.





# Samhälls- engagemang

## & värdeskapande



Lidl Sverige bidrar till den lokala ekonomiska utvecklingen i egenskap av näringsidkare, arbetsgivare samt samhällsaktör. Genom våra samarbeten stöttar vi även ideella organisationer såsom Barncancerfondens viktiga verksamhet. Lidl har haft butiker i Sverige sedan 2003 och fortsätter att växa stadigt och bidrar både direkt och indirekt till sysselsättning.

## Ekonomisk utveckling av lokalsamhällen

### ANSVARIGA

Kommunikationen av vårt hållbarhetsarbete och våra insatser för att stödja samhället genom stöd till frivilligorganisationer leds av Kommunikations- och Marknadsdirektör Gabriella Goldman och den avdelning som rapporterar till henne. Arbetet med hållbarhetsfrågor kopplade till vårt värdeskapande leds av Ekonomidirektör Martin Kauffner och den avdelning som rapporterar till honom. Båda avdelningarna har en hållbarhetskoordinator som är aktiv i Hållbarhetsgruppen. Arbetet styrs av gemensamma interna dokument som beskrivs under rubriken Hur Lidl Sveriges hållbarhetsarbete styrs.

### SAMHÄLLENGAGEMANG

Lidl Sverige har i många år jobbat aktivt med olika former av samhällsengagemang. För oss är det en naturlig

del av hur vi bedriver vår affär att också vara engagerad i det omgivande samhället. Vi märker också att många kunder uppskattar möjligheten att stödja exempelvis Barncancerfonden tillsammans med oss. Det bidrar även till att medarbetarna känner stolthet över att arbeta hos Lidl.

Förutom vårt bidrag till Barncancerfonden så skänkte Lidl Sverige 100 000 kr till Stockholms och Sveriges stadsmisioner inför julen 2017.

### LIDL S VERDESKAPANDE

Lidl Sverige har skapat motsvarande drygt 3 200 heltidsarbetstillfällen i den egna verksamheten. Därutöver har vi även bidragit till arbetstillfällen hos flera av våra leverantörer. Vår verksamhet skapar därmed arbetstillfällen och kapitalflöden. Vår omsättning för verksamhetsåret var 10 miljarder SEK netto. Vi arbetar för att växa på ett hållbart sätt och säkrar därmed företagets existens på lång sikt. ■

### Matöverskott till utsatta

Lidl Sverige samarbetar med Allwin, ett företag som distribuerar osåld men fullt tjänlig mat från Lidls butiker till hjälporganisationer i Stockholm, Göteborg och Malmö. Genom samarbetet med Allwin kommer råvaror motsvarande drygt 1 100 000 måltider per år till behövande.



## TVÅ GODA GÄRNINGAR

Många av våra kunder väljer att stödja Barncancerfonden genom att välja donationsknappen när de pantar i våra pantmaskiner.



# 2 miljoner SVENSKA KRONOR

47



Lidl's totala insamlade belopp till Barncancerfonden under verksamhetsåret 2017/2018.

## Huvudpartner till Barncancerfonden

Vi stödjer Barncancerfondens arbete och är sedan 2012 en av deras huvudpartners. Vi säljer varor i våra butiker där en del av försäljningspriset går till Barncancerfondens verksamhet och vi genomför även insamlingskampanjer. Våra pantmaskiner ger kunderna möjligheten att välja att skänka sin pant till Barncancerfondens verksamhet.

Under 2017/18 gav våra kunder och vi Barncancerfonden 2,0 MSEK (2016/17: 2,2 MSEK), vilket också var vårt mål. Summan omfattar både insamlingskampanjer och försäljning av varor där delar av intäkten går till Barncancerfonden och pant som har skänkts via gåvoknappen på våra pantmaskiner.

## Lidl Sveriges skapade värde

RESULTAT I SEK	2015/16	2016/17	2017/18
Omsättning	8334 305 025	8958 730 077	9961 589 156
<b>FÖRDELAT VÄRDE</b>			
Affärspartners (rörelsekostnader)	- 6 892 102 367	-7 398 559 975	-8 165 406 594
Medarbetare (löner, pensionsavtal och andra sociala avgifter)	- 1 266 533 660	-1 445 155 000	-1 594 140 583
Finansiärer (räntekostnader)	- 16 443 833	-9 891 166	-6 210 015
Offentlig sektor (skatt betald i Sverige, ej moms)	- 84 455 956	-71 530 988	-76 427 750
Samhället (gåvor och andra samhällsinvesteringar)	- 1 972 004	-1 347 992	-3 359 377
Bibehållet ekonomiskt värde (motsvarar resultat efter finansiella poster i resultaträkningen)	72 797 205	32 244 956	116 044 837

Det egna kapitalet uppgår till 2,9 Mrd SEK och skulder till 2,5 Mrd SEK. För vidare finansiell information hänvisar vi till Lidl Sverige KBs årsredovisning och koncernredovisning som tillhandahålls via Bolagsverket, bolagsverket.se.

## Målsättningar 2018/19:



Löpande

### MATDONATIONER

Den mat som inte säljs vill vi donera till organisationer som förmedlar maten till de mest behövande i samhället.



Löpande

### SPONSORSKAP

Vi vill stötta organisationer, verksamheter och föreningar som skapar värde för samhället och medborgarna.

Lidl Sveriges skapade värde: 102-7, 102-45



### 3. KOMPLETTERANDE INFORMATION

Detta är Lidl Sveriges femte hållbarhetsredovisning. Förra årets redovisning gavs ut i augusti 2017. Denna rapport har upprättats i enlighet med GRI Standards: Core-alternativet. Data och information liksom process för att definiera redovisningens innehåll har genomgått extern översiktlig granskning av EY. Denna granskning omfattar endast de delar av redovisningen som avser Lidl Sveriges verksamhet, om inget annat anges. I redovisningen är Sverige att beakta som en region. Redovisningen omfattar Lidl Sveriges finansiella räkenskapsår vilket är 1 mars 2017–28 februari 2018. Redovisningen omnämns därmed som 2017/18. När en specifik standardupplysning redovisas i enlighet med GRIs regelverk presenteras motsvarande siffra

för verksamhetsåret 2016/17 inom parentes. All data i hållbarhetsredovisningen relaterar till Lidl Sverige. Lidl Sveriges finansiella årsredovisning finns tillgänglig hos Bolagsverket. Information om processer för kvalitet och leverantörsbedömning omfattar även Lidl Stiftung. Lidl Sveriges hållbarhetsmål och fokusområden för hållbarhetsarbetet är grunden för den information som lämnas i denna redovisning. I många delar är mål och fokusområden desamma för Lidls verksamhet runt om i världen. Därutöver bygger mål och fokusområden på hållbarhetsanalys av branschen generellt och för Lidl Sveriges specifikt viktiga hållbarhetsfrågor där resultat från intressentengagemang och dialog vägs in.

## Hållbarhetsrapportering enligt årsredovisningslagen

Från och med räkenskapsår som inleds efter den 31 december 2016 ska stora företag upprätta en hållbarhetsrapport enligt Årsredovisningslagens 6 kap 10§. Enligt 6 kap 12 § ÅRL ska hållbarhetsrapporten innehålla de hållbarhetsupplysningar som behövs för förståelsen av företagets utveckling, ställning, resultat och konsekvenserna av verksamheten, däribland upplysningar i frågor som rör miljö, sociala förhållanden, personal, respekt för mänskliga rättigheter och motverkande av korruption. Denna hållbarhetsredovisning utgör bolagets lagstadgade hållbarhetsrapport.

Hållbarhetsarbetet är integrerat i vår verksamhet, därför låter vi vår hållbarhetsrapportering vara en del av vår hållbarhetsredovisning för 2017/18 i enlighet med 6 kap 11 § ÅRL. Hållbarhetsrapporten har överlämnats till revisorn samtidigt som årsredovisningen. Styrningen av hållbarhetsarbetet beskrivs på sid. 12 och löpande för respektive område. Vår uppförandekod är koncernens främsta styrdokument och utgör tillsammans med koncernens övriga policys grunden för vårt hållbarhetsarbete. Uppföljning och utvärdering av dessa policys sker enligt våra rutiner för internkontroll och revision. Utöver detta följs våra hållbar-

hetsmål och prioriteringar upp via Hållbarhetsgruppen. Identifikationen av väsentliga risker inom hållbarhetsområdet har under 2017 gjorts genom en speciell insats med stöd av extern konsult. Vi avser att det framåt ska utgöra en del av koncernens generella arbete med att identifiera och hantera risker. Processen beskrivs på sid. 10. På sidorna 8–12 beskrivs hur vi styr vårt interna hållbarhetsarbete, de strategiska prioriteringarna för vårt hållbarhetsarbete, var i Lidls värdekedja och verksamhet påverkan på miljön och samhället kan äga rum och på vilket sätt områdena är väsentliga för våra intressenter. På redovisningens sidor 24–47 framgår hur vårt hållbarhetsarbete kan relateras till sociala förhållanden, mänskliga rättigheter, anti-korruption, personal- och miljöfrågor. Utöver ovan sidor som ingår i enlighet med lagtext i 6 kap 12 § ÅRL beskrivs de viktigaste resultatindikatorerna och utfallet av vårt hållbarhetsarbete på följande sidor: Sociala förhållanden och personalfrågor, sidorna 28–35. Miljö, se sidorna 36–45. Mänskliga rättigheter och motverkande av korruption, se sidorna 25, 27 och 31.

Styrelsens underskrift, Stockholm den 7 augusti 2018:

Johan Augustsson  
Ordförande

Thomas Brattlöv  
Styrelseledamot

Helena Erlingsjö  
Styrelseledamot

Martin Kauffner  
Styrelseledamot

Malin Laurén  
Styrelseledamot

Sebastiano Sacilotto  
Styrelseledamot

## Redovisningsprinciper

Lidls hållbarhetsredovisning omfattar Lidl Sverige. Redovisningen omfattar främst den verksamhet som har betydande och direkt påverkan ur ett hållbarhetsperspektiv, det vill säga Lidl Sveriges egna verksamhet, men även leverantörsled avseende energi och utsläpp från transporter. Verksamheter som står utanför Lidl Sveriges direkta kontroll som leverantörer och kunder ingår inte i redovisningen. Dock beskrivs processer för att säkerställa kvaliteten hos leverantörer i redovisningen.

### FÖRÄNDRINGAR SEDAN FÖREGÅENDE REDOVISNINGSPERIOD

Till följd av förenkling av våra redovisningsrutiner konsoliderar vi inte längre vår redovisning på den svenska koncernnivån. Koncernredovisningen görs numera på moderbolagets nivå. Därför relaterades vårt värdeskapande till Lidl Sverige KB och inte Lidl Sverige-koncernen. Förändringen bedöms ha en begränsad praktisk betydelse för denna redovisning.

Redovisningsprincipen för arbetsskador har ändrats från föregående år. Vi har gått från att redovisa antalet tillbud till att redovisa antalet drabbade personer. Det medför att antalet gått upp eftersom ett tillbud kan drabba flera personer.

### PROCESS FÖR DATAINSAMLING

Lidl Sverige har en gemensam process för insamling av hållbarhetsdata. Redovisningen sker årligen och säkerställer kvalitet för data och indikatorer som ingår i Lidl Sveriges uppföljning och rapportering av hållbarhetsarbetet. Lidl Sverige använder förutbestämda definitioner och dokumenterar rutiner för insamling och kontroll av data. Nedan följer mät- och beräkningsmetoder i detalj för väsentliga aspekter.

### PRODUKTER, INFORMATION & FÖRSÄLJNING

Omfattar försäljning av hela sortimentet. Produktdeklarationer avser innehållsbeskrivning enligt gällande lagstiftning, utformade enligt branschriktlinjer och EU-förordningen 1169:2011. För våra rengöringsprodukter finns tillhörande säkerhetsdatablad. Både rengöringsmedel och kosmetik är försedda med doseringsanvisningar och varningstexter. Lidl Sverige strävar efter att tillhandahålla information om avfallshandling på samtliga produkter.

Återkallelser omfattar samtliga publika återtaganden av produkter från centrallager och/eller butik. Publika återkallelser görs när det föreligger risk för kunders hälsa eller miljön och då informeras

allmänheten via pressmeddelanden. Kundnöjdheten mäts idag med hjälp av flera indikationer. Interna indikatorer inkluderar antal reklamationer och återkallanden av produkter.

### MATSÄKERHET

Omfattar egenkontrollprogram baserat på HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points). Programmet är ett lagkrav för att undvika att ingen människa skadas av att konsumera varor från livsmedelsbutiker. Det går ut på att identifiera risker som finns i verksamheten och kontrollera att dessa minimeras.

### LEVERANTÖRSRELATERADE DATA

Med leverantörer avses Lidl Sveriges affärspartners. Svenskbasade leverantörer är de vars företag är registrerat i Sverige. Med produktionsanläggning avses anläggningar som tillhör leverantörer från vilka Lidl Sverige köpt produkter. Data redogör för utfallet vid verksamhetsårets slut. Alla leverantörer har ställt sig bakom en uppförandekod i enlighet med Business Social Compliance Initiative, BSCI.



## MEDARBETARE

Omfattar av Lidl Sverige anställd personal; visstids-, tillsvidare-, deltids- och heltidsanställda. Medelvärdet för hela affärsåret var cirka 4 000 medarbetare. Som beräkningsgrund i tabellerna har istället 3 973 medarbetare använts, då detta var det genomsnittliga antalet anställda medarbetare under verksamhetsåret 2017/18. Personalomsättning beräknas som antal personer som börjat och slutat under året i relation till det totala antalet medarbetare i de olika kategorierna (ålder/kön). Sjukfrånvaro beräknas som antal timmarsjukfrånvaro i relation till planerad arbetstid. Frisknärvaro beräknas som antal timmar närvaro i relation till planerad arbetstid. Ledande

positioner avser företagsledning, stabschefer, chefer med personalansvar inklusive butikschefer. Nöjdhetsindex omfattar svar ”nöjd” alternativt ”mycket nöjd” på frågan ”Hur nöjd är du med Lidl som arbetsgivare?” Mål och utfall: Andel som svarar ”nöjd” alternativt ”mycket nöjd” i medarbetarundersökning. Under 2016/17 genomfördes ingen genomgripande medarbetarundersökning under verksamhetsåret 2017/18 har en gjorts.

## ENERGI

Elförbrukning omfattar el för av Lidl Sveriges ägda lokaler, butiker och centrallager under verksamhetsåret 2017/18. För beräkning av den totala

energianvändningen har verksamhetsåret redovisats medan elförbrukning per kvadratmeter beräknats per kalenderår. För beräkning av kvadratmeter i lokaler används ytan för lokaler ägda under hela redovisningsperioden. De hyreslokaler som Lidl Sverige har är inte medräknade eftersom det inte finns exakta förbrukningsdata från dessa lokaler. Butiker som öppnats under året integreras i redovisningen för nästkommande år.

## AVFALL OCH ÅTERVINNING

Arbetet med avfall och återvinning omfattar samtliga butiker och centrallager. Lidl Sverige KB arbetar enligt svensk lagstiftning. Avfalls och återvinnings-

BESKRIVNING AV VARUMÄRKNINGAR: MILJÖMÄRKTA VAROR		ETISKT MÄRKTA VAROR
 <p>KRAV-certifiering visar att en vara är producerad på ekologisk grund med krav på djuvård, hälsa, socialt ansvar och klimatpåverkan.</p>	 <p>Bra Miljöval är Naturskyddsföreningens egen miljömärkning och syftar till att göra det lättare att hitta produkter och tjänster som är minst skadliga för miljön.</p>	 <p>UTZ Certified är en märkning som syftar till att skapa förutsättningar för en hållbar produktion av kaffe, te och kakao.</p>
 <p>EU:s märkning av ekologiska livsmedel. Märkningen får användas på mat som är producerad utan konstgödsel, kemiska bekämpningsmedel och med omsorg om djur och natur.</p>	 <p>EU-blomman (EU-Ecolabel) är en gemensam europeisk miljömärkning med ett livscykelperspektiv på produkter.</p>	 <p>Rainforest Alliance: Produkter som är certifierade enligt Rainforest Alliance har framställts enligt krav på miljöskydd, social rättvisa och ekonomisk livskraftighet.</p>
 <p>MSC (Marine Stewardship Council) har som mål att främja hållbara fiskemetoder och bidra till levande hav genom att ställa krav på miljö och spårbarhet.</p>	 <p>Svanen är en nordisk miljömärkning som har ett livscykelperspektiv och tittar på en produkts hela miljöpåverkan.</p>	 <p>Fairtrade är en certifiering som skapar förutsättningar för odlare och anställda att förbättra sina arbets- och levnadsvillkor.</p>
 <p>ASC (Aquaculture Stewardship Council) är en certifiering som syftar till att odlingen av fisk och skaldjur har ägt rum på ett socialt och miljömässigt hållbart sätt.</p>		 <p>Fairtrade programmärken för kakao och används på produktförpackningar och i marknadsföring av företag som väljer att köpa in en Fairtrade-certifierad råvara som en del av sitt hållbarhetsarbete.</p>

volymerna följs regelbundet upp genom interna uppföljningssystem och bestämda nyckeltal. Uppgifter om avfallshanteringsmetoder och volymer fås av berörda entreprenörer. Vi har ett internt uppföljningssystem för avfall och återvinningshanteringen som följs upp regelbundet genom bestämda nyckeltal.

För de kategorier som omfattas av producentansvar, exempelvis batterier, elektroniska produkter och förpackningar, sker hanteringen enligt gällande lagkrav och med eventuella tillstånd. Avfall som ingår i producentansvaret är inte redovisade i avfallsvolymerna. Lidl Sverige strävar efter att minimera volymen av brännbart avfall och deponi. Vi sorterar ut organiskt avfall för produktion av biogas och återvinner så mycket som möjligt av det material som uppstår både på centrallager och i butikerna (ex. plast, wellpapp, trä, metall, glas) samt arbetar kontinuerligt med att öka förutsättningarna för sortering och återvinning. Osålda livsmedel till hjälporganisationer ingår inte i avfallsdata.

### TRANSPORTER

Omfattar godstransporter mellan Lidl Sveriges centrallager och butiker. Leverantörens godstransporter in till centrallager ingår inte. Uppgifter utgörs av anlitade transportörens faktiska transportdata samt data från transportplaneringsmjukvara, både för diesel och alternativa bränslen. För Lidl Sverige omfattar alternativa bränslen följande bränslen: HVO, LNG, RME och el. Lidl Sverige äger inga egna godstransportfordon.

Emissionsfaktorer för beräkning av transporternas klimatpåverkan är sammanställda med underlag från Energimyndigheten och drivmedelsproducenter.

Baserat på data på bränsleförbrukning i 2016 års fordonsflotta och aktuella (2017/18) emissionsfaktorer har utsläppen för tidigare transporter räknats om. Omräkningen bygger alltså på framtagna utsläpp per kilometer faktorer från i år, applicerade på historiska transportsträckor med drivmedel diesel, RME, HVO, gas och hybridlastbilar. Detta möjliggör en tydligare och mer korrekt jämförelse bakåt i tiden.

### KLIMATPÅVERKAN

Redovisningen omfattar utsläpp från lokaler, tjänsteresor, transporter inrikes, tryckt material, företagsägda fordon, samt brännbart, återvunnet och farligt avfall. Inom lokaler redovisas vår elförbrukning, läckage av köldmedia samt fjärrvärme. Våra tjänsteresor innefattar utsläpp från flygresor, hotellnätter, taxiresor, anställdas egna bilar, hyrbilar, tåg och buss. Transporter innefattar alla transporter från våra centrallager i Sverige till och från våra butiker. Lidl Sverige äger inte transportfordon eller godstransporter, utan de utförs av kontrakterade åkerier. Uppgifter om förbrukningen av papper för trycksaker har lämnats av våra leverantörer.

Vi har beräknat klimatavtrycket från vår verksamhet med stöd av den internationella standarden Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol). GHG Protocol säkerställer att Klimatavtrycket är relevant, jämförbart och trans-

parent. Det innebär också att beräkningen följer FN:s klimatpanels (IPCC) riktlinjer och inkluderar de sju växthusgaserna som Kyoto-protokollet pekar ut, redovisade som koldioxidekvivalenter. Enligt riktlinjerna är scope 1 och 2 obligatoriska, och scope 3 ska räknas med in, men är ej obligatorisk för redovisningen.

Sedan 2014 används bara ursprungsmärkt förnybar energi från Elkraft. Beräkningen tar hänsyn till GHG Protocols guideline om "Market based" rapportering för scope 2. För utsläppsberäkning för energi från 2013 har omräkningsfaktor för Nordisk Residualmix 2013 använts. Emissionsfaktorer för övriga områden kommer från erkända källor som IPCC, EPA, DEFRA, svensk fjärrvärme, NT M, SJ, m.fl. All framtagen klimatdata är förknippad med osäkerhet. Det beror på vetenskaplig osäkerhet kring mätmetoder men också på osäkerheten i den data som mätmetoderna appliceras på.

### SAMHÄLLENGAGEMANG OCH VÄRDESKAPANDE

Målet för samhällsengagemang om insamlade medel till Barncancerfonden/ år inkluderar försäljning av varor där intäkterna går till Barncancerfonden, sponsorbidrag och kundens bidrag genom pantmaskiner i butiker. I tabellen "Lidl Sveriges skapade värde" för gåvor och andra samhällsinvesteringar omfattas gåvor från Lidl Sverige till olika former av samhällsengagemang. Pant som skänkts till Barncancerfonden från kunder i butik och sponsring från Lidl Sverige ingår inte. ■

# Revisors rapport

över översiktlig granskning av Lidl Sverige KB:s hållbarhetsredovisning samt yttrande avseende den lagstadgade hållbarhetsrapporten

Till Lidl Sverige KB, org. nr 969667-6312

## INLEDNING

Vi har fått i uppdrag av styrelsen i Lidl Sverige KB att översiktligt granska Lidl Sveriges hållbarhetsredovisning för år 1 mars 2017–28 februari 2018. Hållbarhetsredovisningen som även innefattar den lagstadgade hållbarhetsrapporten för år 1 mars 2017–28 februari 2018 definieras på sidan 48 i detta dokument. Vår granskning omfattar de delar av rapporten som avser Lidl Sveriges verksamhet.

## STYRELSENS OCH FÖRETAGSLEDNINGENS ANSVAR FÖR HÅLLBARHETSREDOVISNINGEN

Det är styrelsen och företagsledningen som har ansvaret för att upprätta hållbarhetsredovisningen inklusive den lagstadgade hållbarhetsrapporten i enlighet med tillämpliga kriterier respektive årsredovisningslagen. Kriterierna framgår på sidan 49–51 i hållbarhetsredovisningen, och utgörs av de delar av ramverket för hållbarhetsredovisning utgivet av GRI (Global Reporting Initiative) som är tillämpliga för hållbarhetsredovisningen, samt av företagets egna framtagna redovisnings- och beräkningsprinciper. Detta ansvar innefattar även den interna kontroll som bedöms nödvändig för att upprätta en hållbarhetsredovisning som inte innehåller väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel.

## REVISORNS ANSVAR

Vårt ansvar är att uttala en slutsats om hållbarhetsredovisningen grundad på vår översiktliga granskning och lämna ett yttrande avseende den lagstadgade hållbarhetsrapporten.

Vi har utfört vår översiktliga granskning i enlighet med ISAE 3000 Andra bestyrkande-uppdrag än revisioner och översiktliga granskningar av historisk finansiell information. En översiktlig granskning består av att göra förfrågningar, i första hand till personer som är ansvariga för upprättandet av hållbarhetsredovisningen, att utföra analytisk granskning och att vidta andra översiktliga granskningsåtgärder. Vi har utfört vår granskning avseende den lagstadgade hållbarhetsrapporten i enlighet med FARs rekommendation RevR 12 Revisorns yttrande om den lagstadgade hållbarhetsrapporten. En översiktlig granskning och en granskning enligt RevR 12 har en annan inriktning och en betydligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt IAASBs standarder för revision och god revisionsed i övrigt har.

Revisionsföretaget tillämpar ISQC 1 (International Standard on Quality Control) och har därmed ett allsidigt system för kvalitetskontroll vilket innefattar dokumenterade riktlinjer och rutiner avseende efterlevnad av yrkesetiska krav, standarder för yrkesutövningen och tillämpliga krav i lagar och andra författningar. Vi är oberoende i förhållande till Lidl Sverige KB (publ) enligt god revisorsed i Sverige och har i övrigt fullgjort vårt yrkesetiska ansvar enligt dessa krav.

De granskningsåtgärder som vidtas vid en översiktlig granskning och granskning enligt RevR 12 gör det inte möjligt för oss att skaffa oss en sådan säkerhet att vi blir medvetna om alla viktiga omständigheter som skulle kunna ha blivit identifierade om en revision utförts. Den uttalade slutsatsen grundad på en översiktlig granskning och granskning enligt RevR 12 har därför inte den säkerhet som en uttalad slutsats grundad på en revision har.

Vår granskning av hållbarhetsredovisningen utgår från de av styrelsen och företagsledningen valda kriterier, som definieras ovan. Vi anser att dessa kriterier är lämpliga för upprättande av hållbarhetsredovisningen.

Vi anser att de bevis som vi skaffat under vår granskning är tillräckliga och ändamålsenliga i syfte att ge oss grund för våra uttalanden nedan.

## UTTALANDE

Grundat på vår översiktliga granskning har det inte kommit fram några omständigheter som ger oss anledning att anse att hållbarhetsredovisningen inte, i allt väsentligt, är upprättad i enlighet med de ovan av styrelsen och företagsledningen angivna kriterierna. En lagstadgad hållbarhetsrapport har upprättats.

Stockholm den 20 augusti 2018

Ernst & Young AB

Andreas Troberg  
Auktoriserad revisor

Charlotte Söderlund  
Auktoriserad revisor



# GRI innehållsindex 2017/18

UPPRÄTTAD I ENLIGHET MED GRI STANDARDS: CORE-ALTERNATIVET.



Generella upplysningar				
GRI 101: Foundation 2016				
GRI Standards	Indikator	Beskrivning	Kommentar	Sida
GRI 102: General Disclosures 2016	<b>Organisationsprofil</b>			
	102-1	Organisationens namn		2
	102-2	Verksamhet, varumärken, produkter och tjänster		6, 7, 16–23
	102-3	Huvudkontorets lokalisering		6
	102-4	Länder där verksamheten bedrivs		6
	102-5	Ägarstruktur och företagsform		6
	102-6	Marknader som organisationen är verksam på		6
	102-7	Organisationens storlek		7, 30, 47
	102-8	Information om medarbetare och andra som arbetar för organisationen	Lidl rapporterar antalet anställda fördelat på anställningsform och kön. Antalet ordinarie anställda omfattar så väl heltid som deltidsanställda. Lidl anlitar även inhyrd personal vid brist på ordinarie men dessa rapporteras inte då data ej finns tillgänglig. Lidl har inga påtagliga variationer i antalet anställda över året.	28–35
	102-9	Beskrivning av leverantörskedjan		6, 8, 25–26
	102-10	Väsentliga förändringar gällande organisation och leverantörskedja	Inga väsentliga förändringar har gjorts.	
	102-11	Försiktighetsprincipen	I vår verksamhet beaktar vi försiktighetsprincipen.	
	102-12	Externa initiativ om hållbarhet som organisationen stödjer		13
	102-13	Medlemskap i organisationer		13
	<b>Strategi</b>			
	102-14	Uttalande från ledande beslutsfattare		3
	102-15	Väsentlig påverkan		8–10
	<b>Etik och integritet</b>			
102-16	Värderingar, principer och etiska riktlinjer		3, 7, 8, 12, 25–27, 29, 31	
<b>Styrning</b>				
102-18	Styrningsstruktur		12	

Generella upplysningar, forts.					
GRI Standards	Indikator	Beskrivning	Kommentar	Sida	
GRI 102: General Disclosures 2016	102-19	Delegering av befogenheter	Hållbarhetsansvarig i bolagsledningen är Sverigechefen. Hållbarhetschefen rapporterar direkt till Sverigechefen.	12	
	102-20	Högsta ledningens ansvar för ekonomiska, miljömässiga och sociala frågor		12	
	102-21	Intressentdialog i ekonomiska, miljömässiga och sociala frågor		8–11	
	<b>Intressentengagemang</b>				
	102-40	Lista över intressentgrupper			10–11
	102-41	Kollektivavtal			29
	102-42	Identifiering och urval av intressenter			10–11
	102-43	Metod för dialog med intressenter			10–11
	102-44	Viktiga frågor som lyfts			8–11
	<b>Rapporteringsprofil</b>				
	102-45	Enheter som ingår			47, 49
	102-46	Process för att definiera redovisningens innehåll och avgränsning			8–11, 49–51
	102-47	Lista över väsentliga hållbarhetsfrågor			8–9
	102-48	Förändringar av information lämnad i tidigare redovisning	Den ekonomiska redovisningen har begränsats till Lidl Sverige KB, dvs inte hela Lidl Sverige koncernen.		49
	102-49	Förändringar i redovisningen avseende väsentliga frågor			8–9
	102-50	Redovisningsperiod			2
	102-51	Senaste redovisningen	Augusti, 2017		2
	102-52	Redovisningscykel			2
	102-53	Kontaktperson för redovisningen			2
	102-54	Val av rapporteringsnivå			2
102-55	GRI Content Index 2017/18			53–55	
102-56	Externt bestyrkande			52	

Väsentliga frågor, avgränsning, styrning och indikatorer				
GRI Standards	Indikator	Beskrivning	Kommentar	Sida
<b>Miljöstandarder</b>				
<b>Energi</b>				
GRI 103: Management Approach 2016	103-1	Förklaring av väsentlighet och avgränsningar		8–11, 50
	103-2	Hållbarhetsstyrning		12
	103-3	Utvärdering av hållbarhetsstyrningen		7, 12, 36, 50
GRI 302: Energi 2016	302-1	Energianvändning inom organisationen		36–38, 50
	302-3	Energiintensitet		36–37, 50

Väsentliga frågor, avgränsning, styrning och indikatorer, forts.				
GRI Standards	Indikator	Beskrivning	Kommentar	Sida
<b>Utsläpp</b>				
GRI 103: Management Approach 2016	103-1	Förklaring av väsentlighet och avgränsningar		8–11, 51
	103-2	Hållbarhetsstyrning		12, 36
	103-3	Utvärdering av hållbarhetsstyrningen		7, 12, 51
GRI 305: Emission 2016	305-2	Indirekta utsläpp (Scope 2)		41–45, 51
	305-3	Övriga indirekta utsläpp av växthusgaser (Scope 3)		41–45, 51
<b>Utsläpp till vatten samt avfall</b>				
GRI 103: Management Approach 2016	103-1	Förklaring av väsentlighet och avgränsningar		8–11, 50
	103-2	Hållbarhetsstyrning		12, 36
	103-3	Utvärdering av hållbarhetsstyrningen		7, 12, 36, 50
GRI 306: Effluents and Waste 2016	306-2	Avfall per typ och hanteringsmetod		39
<b>Sociala standarder</b>				
<b>Hälsa och säkerhet i arbetet</b>				
GRI 103: Management Approach 2016	103-1	Förklaring av väsentlighet och avgränsningar		8–11, 49, 50
	103-2	Hållbarhetsstyrning		12, 28, 29
	103-3	Utvärdering av hållbarhetsstyrningen		7, 12, 28, 29, 49, 50
GRI 403: Occupational health	403-2	Skador, arbetsrelaterade sjukdomar, förlorade arbetsdagar, frånvaro samt arbetsrelaterade dödsolyckor.	Skadorna fördelades lika mellan kvinnor och män, 41 respektive 40 fall. De vanligaste olyckorna var klämskador (21 fall), fallskador (17 fall) och brännskador (8 fall).	29
<b>Kundernas hälsa och säkerhet</b>				
GRI 103: Management Approach 2016	103-1	Förklaring av väsentlighet och avgränsningar		8–11, 49
	103-2	Hållbarhetsstyrning		12, 16–23
	103-3	Utvärdering av hållbarhetsstyrningen		7, 12, 49
GRI 416: Customer Health and Safety 2016	416-2	Fall av bristande efterlevnad gällande produkters och tjänsters påverkan på hälsa och säkerhet		17
<b>Marknadsföring och märkning</b>				
GRI 103: Management Approach 2016	103-1	Förklaring av väsentlighet och avgränsningar		8–11, 49
	103-2	Hållbarhetsstyrning		12, 16–23
	103-3	Utvärdering av hållbarhetsstyrningen		7, 12, 49
GRI 417: Marketing and Labeling 2016	417-2	Fall av bristande efterlevnad gällande information och märkning av produkter och tjänster		17



Lidl Sverige  
Box 4093  
171 04 Solna

Org.nr.: 969667-6312  
Telefon: 08-5555 70 00  
[www.lidl.se](http://www.lidl.se)

LIDL  
**VI KLIMAT-  
KOMPENSERAR**

FÖR ATT VI TAR ANSVAR

Tryckt på FSC-märkt papper och klimat-  
kompenserad via Zero Mission.

Text, form och produktion: Lidl Sverige.  
Foto: Lidl Sverige om inget annat anges.

Tryck: Dixia, Stockholm 2018.



Trycksak  
3041 3042



Allt annat är olidligt.