

Hållbarhets- rapport 2024/25

Lidl Sverige KB





Innehålls- förteckning

Det här är Lidl Sverige	3
Strategi och organisering	4
Väsentlighetsanalys	5
Hållbarhetsarbetet från året som gått	7
Miljö och klimat	7
Mänskliga rättigheter	15
Sociala förhållanden och personal	17
Antikorruption	20

Bilaga 1 – Metodbeskrivning för Lidl's väsentlighetsanalys

Förord

Den här rapporten avser Lidl Sverige KB och gäller verksamhetsåret 2024/25 (1 mars 2024 till och med 28 februari 2025) och utgör den lagstadgade hållbarhetsrapporten enligt årsredovisningslagen (1995:1554) (ÅRL). Mer information om Lidl Sveriges hållbarhetsarbete finns på vår [hemsida](#).

För ytterligare information om Lidl Sveriges hållbarhetsarbete och hållbarhetsredovisning eller förslag till förbättringar, kontakta hallbarhet@lidl.se

Det här är Lidl Sverige

Lidl Sveriges första butiker slog upp dörrarna 2003. Sedan dess har vi utmanat marknaden genom att erbjuda ett sortiment med högsta kvalitet till bästa pris. Våra butiker finns runtom i landet och vi är över 5000 medarbetare som tillsammans utgör Team Lidl.

Lidl Sverige har 206 butiker och finns över hela landet, från Skåne till Norrbotten. Vårt huvudkontor ligger i Barkarby, i Västra Stockholm, och vi har tre lager- och logistikcenter i Halmstad, Rosersberg och Örebro.

Lidl Sverige erbjuder ett fast sortiment av mat, dryck och hygienprodukter, som finns i våra butiker oavsett säsong. Det fasta sortimentet kompletteras med kampanjvaror, som bland annat innehåller klädesplagg, produkter för hem och fritid, leksaker och matvaror från olika delar av världen.

Om Lidl Sverige

Lidl Sverige KB är en del av koncernen till Lidl Stiftung & Co. KG som är del företagsgruppen Schwarz. Lidl Stiftung & Co. KG tillhandahåller ramen för Lidls operativa verksamhet i samordning med de nationella företagen. De ansvarar för konceptet och utformningen av enhetliga processer som används över hela världen. I den här rapporten benämns Lidl Stiftung & Co. KG som "Lidl" och Lidl Sverige KB benämns som "Lidl Sverige" eller "vi".

Om företagen i Schwarzgruppen

Företagen i Schwarz Group, med affärsverksamhet i 32 länder, är en av de ledande detaljhandelsgrupperna i världen. Med cirka 13 900 butiker och 575 000 anställda genererade företagen i gruppen en total försäljning på 167,2 miljarder euro i slutet

av räkenskapsåret 2023. Schwarzgruppen är uppdelad i produktions-, detaljhandels och miljödivisioner som täcker hela värdekedjan. Detaljhandelsdivisionerna Lidl och Kaufland är koncernens grundpelare inom dagligvaruhandeln. Schwarz Produktion tillverkar även ett brett utbud av egna märkesvaror. Särskild vikt läggs vid att använda hållbara råvaror och miljövänliga förpackningar.

Genom den egna miljötjänstleverantören PreZero följer Schwarzgruppen sin långsiktiga vision om ett sluttet kretslopp. PreZero har fokus på återanvändning av material i avfalls- och återvinningshantering. Schwarz Dienstleistungen, koncernens division för företagstjänster, tillhandahåller administrativt och operativt stöd.



Strategi och organisering

Vår vision är "Lidl – det självklara valet". Vi ska vara det självklara valet för våra kunder, medarbetare och leverantörer och bidra till samhället vi verkar i, både lokalt och globalt.

Vår mission är "att leverera högsta kvalitet till bästa pris" genom att arbeta smart, effektivt och hållbart.

Vår strategi för hållbarhet

Att göra sunt och hållbart till det självklara valet är vårt hållbarhetslöfte. För oss handlar hållbarhet om att framtidssäkra vår verksamhet. Vår hållbarhetsstrategi tar sikte på att agera på sätt som är Bra för planeten, bra för människan och bra för dig.

Våra sex fokusområden tydliggör riktningen för vårt hållbarhetsarbete och påverkar viktiga beslut varje dag: Skydda biologisk mångfald, minska klimatpåverkan, spara resurser, agera rättvist, främja hälsa och föra dialog. Våra hållbarhetsmål, förankrade i företagsledningen, är kopplade till dessa fokusområden.

Organisering av hållbarhetsarbetet

Hållbarhet är ett av Lidl Sveriges strategiområden med central betydelse för hela verksamheten. Lidls Sverigechef har det yttersta ansvaret och delegerar ansvar till direktörerna i företagsledningen. Det övergripande hållbarhetsarbetet är organiserat inom Kommunikations- och CSR-avdelningen.

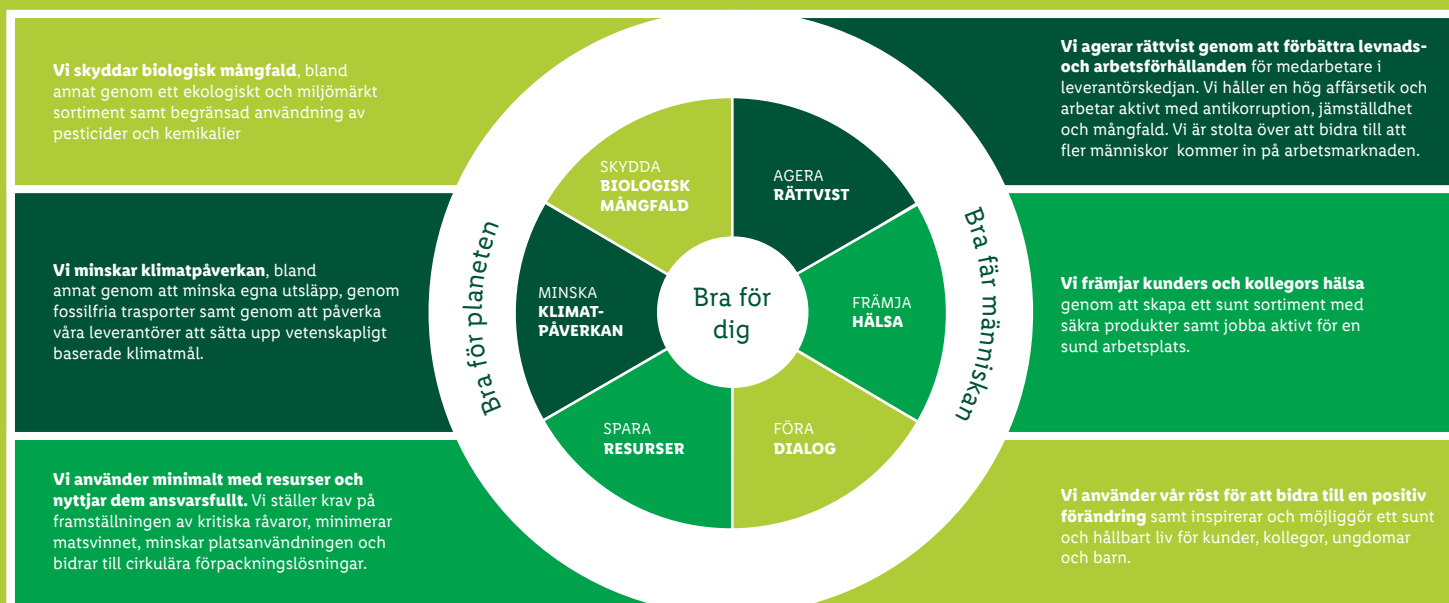
Hållbarhetschefen ansvarar för det strategiska hållbarhetsarbetet, vilket inkluderar övergripande strategier, mål, åtgärder, uppföljning och hållbarhetsredovisning.

Hållbarhetschefen förankrar arbetet främst med chefen för Kommunikations- och CSR och Sverigechefen.

Hållbarhetschefen leder det operativa hållbarhetsarbetet tillsammans med Kommunikations- och CSR-chefen. Arbetet genomförs och koordineras av hållbarhetspecialister inom CSR-enheten och av ansvariga på olika avdelningar. Nyckelpersoner inom organisationen bidrar till samordning, utveckling och uppföljning av hållbarhetsarbetet. Det finns tvärfunktionella arbetsgrupper för särskilda hållbarhetsfrågor.

Under verksamhetsåret har en omorganisering av kommunikations- och CSR-avdelningen förberetts, inom Lidl internationellt och i Sverige. När verksamhetsåret 2025 inleds blir avdelningen Corporate Affairs. Ett övergripande syfte är att stödja Lidl's affärsmål och skapa goda relationer med samhället, politik, och media. Det handlar också om att tydliggöra och ge ytterligare kraft till hållbarhetsarbetet och Lidl's roll i de samhällen som vi verkar i.

För att driva och utveckla ett hållbarhetsarbete behöver det finnas kompetens och kunskap inom hållbarhet. Därför lanserade Lidl satsningen YOU under 2024, som ska bidra till att öka medarbetares kunskap om hållbarhet och kännedomen om Lidl's hållbarhetsarbete. Hittills har vi lanserat digitala hållbarhetsutbildningar för butikspersonal och tjänstemän. Vi har också uppmärksammat våra fokusområden i hållbarhetsstrategin på intranätet. Arbetet fortsätter under 2025.



Väsentlig- hetsanalys

Under 2022 omarbetade Lidl sin process för att genomföra risk- och väsentlighetsanalyser, som ska fastställa väsentliga hållbarhetsfrågor och identifiera risker. Omarbetningen gjordes för att anpassa processen till de förändrade kraven enligt GRI Standards 2021 och European Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD).

Lidl Sveriges väsentlighetsanalys uppdateras vartannat år enligt Lidls internationella process. Denna hållbarhetsrapport för verksamhetsåret 2024/25 baseras därför på väsentlighetsanalysen genomförd 2023/24.

Grunden för processen är Lidls modell för ansvarstagande, som definierar 17 hållbarhetsfrågor kategoriserade enligt våra sex fokusområden för hållbarhet. I väsentlighetsanalysen bedömdes de 17 hållbarhetsfrågorna ur två perspektiv: Lidls positiva och negativa påverkan på människor, miljö och företag (ett inifrån- och ut-perspektiv) samt hållbarhetsfrågornas påverkan på Lidls affärsmässiga framgångar (ett utifrån och in-perspektiv).

Analysen utfördes i tre steg. Först undersöktes påverkansväsentlighet inom Lidl och alla Lidls marknader genom en exponeringsanalys och expertintervjuer. Steg två och tre gjordes på nationella nivå, genom workshops för att fastställa affärsrelevansen, samt validering och kombination av resultaten i en nationell väsentlighetsmatris.

Exponeringsanalys och expertintervjuer

I en exponeringsanalys kartlade Lidl påverkan och risker från affärsverksamheten på människor, miljö och samhälle, baserat på kvantitativa data från internationella värdekedjor. Resultatet validerades därefter genom kvalitativa enkäter med internationella experter. Slutligen kombinerades resultaten från exponeringsanalysen och

expertintervjuerna för att skapa relevansvärden för de 17 hållbarhetsfrågorna. Resultaten illustreras av x-axeln i väsentlighetsmatrisen på sida 6.

Bedömning av Lidl Sveriges affärsrelevans

Lidl Sveriges hållbarhetsteam genomförde en workshop för att bedöma affärsrelevans, i form av risker och möjligheter, för de 17 hållbarhetsfrågorna. Resultaten överfördes till väsentlighetsmatrisen i form av y-axeln (sida 6). Företagsledningen gjorde därefter en egen bedömning och validerade sedan resultatet.

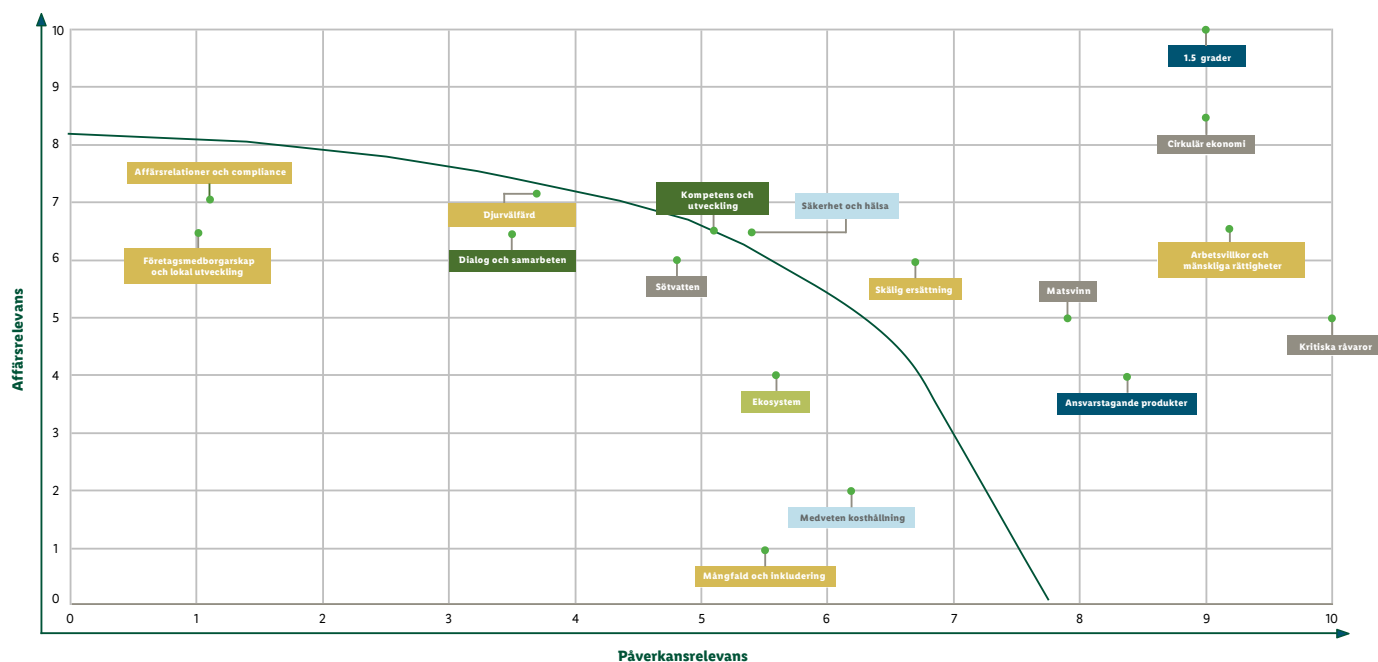
Sammanförande av de två analysdimensionerna

I det sista steget kombinerades resultaten i en väsentlighetsmatris för Lidl Sverige. Resultatet visade att nio hållbarhetsfrågor var väsentliga och att frågorna klimat, cirkulär ekonomi, arbetsskydd och mänskliga rättigheter hade högst relevans. Det innebär att Lidl Sveriges affärsverksamhet inom dessa hållbarhetsfrågor har stor påverkan på människor, miljö och samhälle, eller att det är inom dessa områden som Lidl Sverige har störst affärsrelaterade möjligheter eller risker.

**Lidl Sveriges
affärsverksamhet
har stor påverkan på
människor, miljö
& samhälle**

Utöver hållbarhetsfrågor som bedömts väsentliga enligt väsentlighetsanalysen inkluderar denna hållbarhetsrapport även hållbarhetsområden som bör redovisas enligt årsredovisningslagen (1995:1554). Rapporten redovisar därför även områdena antikorruption och mutor, samt jämställdhet, mångfald och inkludering (markerade med * på nästa sida).

Figur 1 Väsentlighetsmatris



Kortfattad beskrivning av väsentliga hållbarhetsfrågor

Klimat (1,5 grad): Påverkan på klimatförändringar från egen verksamhet och värdekedja. Risk för förändrade och mer extrema klimatförhållandens inverkan på produktion av och tillgång till råvaror och livsmedel (från s.7).

Cirkulär ekonomi: Användning av naturens ändliga resurser innebär negativ påverkan på klimatförändringar och ekosystem samt biologisk mångfald (från s.12).

Kritiska råvaror: Värdekedjan för kritiska råvaror innebär miljömässiga och sociala risker, i kombination med brister i spårbarhet och transparens (från s.13).

Matsvinn: Onödig förbrukning av naturens resurser, negativ klimatpåverkan och kostnader (från s.12)

Arbetsvillkor och mänskliga rättigheter: Risk för bristfälliga rättigheter i värdekedjan, exempel vid odling och framställning av riskråvaror (från s.15).

Ansvarsfulla produkter: Möjlighet öka andel hälsosamma och tredjepartscertifierade, samt transparens kring påverkan på människor, miljö och kunder. Risker kopplade till tillgänglighet och kunders betalningsmöjlighet eller vilja (från s. 13)

Skällig ersättning: Risker kopplade till arbetsrättsliga mänskliga rättigheter gällande ekonomisk ersättning i värdekedjan (från s.15).

Säkerhet och hälsa: Risker i arbetsmiljön som kan påverka medarbetares hälsa negativt (från s.17).

Kompetens och utveckling: Det behövs kompetens inom hållbarhet för att driva och utveckla hållbarhetsarbetet inom organisationen. Det blir också allt viktigare att arbetsgivare visar sin position inom hållbarhet för att attrahera nya kvalificerade medarbetare (från s.4)

Jämställdhet, mångfald och inkludering*: Risk för brister i interna arbetet med jämställdhet, inkludering och mångfald. Möjlighet i form av bredd av perspektiv, innovationskraft och att attrahera kvalificerade talanger (från s.17).

Antikorrupktion och mutor*: Korrupt beteende hos medarbetare. Risk för mutor eller korrupt beteende vid förhandlingar och inköp med affärspartners (från s.20).



Hållbarhets- arbetet från året som gått

I kommande kapitel beskriver vi hållbarhetsarbetet och resultat från verksamhetsåret uppdelat i olika hållbarhetsområden.

Miljö och klimat

Klimatförändringar är en av de största globala riskerna i vår tid. Klimatförändringarna påskyndar förlusten av biologisk mångfald, leder till förändringar i ekosystem och extrema väderhändelser. Som en del av livsmedelsindustrin är Lidl beroende av fungerande ekosystem. Samtidigt står livsmedelsindustrin för omfattande växthusgasutsläpp och påverkan på biologisk mångfald.

Styrdokument och organisering

Att minska klimatpåverkan och skydda biologisk mångfald är två av Lidl Sveriges prioriterade områden i hållbarhetsstrategin. Flera interna policys och mål styr arbetet inom olika delar av verksamheten, varav några beskrivs i kommande kapitel. Vi arbetar exempelvis med att minska klimat- och miljöpåverkan från sortiment, energieffektivisering, transporter och återvinning.

Arbetet involverar flera delar av organisationen. Fastighetsavdelningen, Logistikavdelningen och Kommersiella avdelningen har viktiga ansvar och arbetar i nära samråd med hållbarhetsavdelningen. Logistik och Fastighetsavdelningen koordinerar implementering av åtgärder i linje med interna riktlinjer och lagar. Kommersiella avdelningen, där inköpsavdelningens hållbarhetsenhet och kvalitetsavdelning ingår, ansvarar för klimat- och miljöarbetet kopplat till sortiment.

Lidls klimatmål

Lidl vägleds av Parisavtalets målsättning om att begränsa den globala temperaturhöjningen till under 2 °C, helst 1,5 °C. Schwarzgruppen har satt upp mål enligt Science Based Targets initiative (SBTi) som Lidl Sverige anslöt sig till 2020.

I september 2024 lämnade Schwarzgruppen in en ansökan till SBTi om att anta ett officiellt mål om nettonollutsläpp av växthusgaser till år 2050. Det innebär att Lidl, tillsammans med övriga företag i Schwarzgruppen, antar nya och uppdaterade klimatmål. Lidl har satt målet om att minska driftrelaterade växthusgasutsläpp från den egna verksamheten (Scope 1 och Scope 2) med 70 % till 2030.

För att nå målet om nettonoll kommer Lidl att fokusera på att minska utsläppen i värdekedjan (Scope 3). Mer än 99 procent av Lidl Sveriges totala växthusgasutsläpp genereras inom värdekedjan (se sida 10).

Lidl har antagit mål för utsläppsminskning i värdekedjan (Scope 3): Utsläpp inom jordbruk, skogsbruk och annan markanvändning ska minska med 42,4 procent till 2034, medan energi- och industrisektorn ska minska med 35 procent till 2034 (basår 2022).

Samarbeten med affärspartners är avgörande i strävan för att nå klimatmålen. Lidl har därför ålagt sina största leverantörer, som tillsammans står för cirka 75 procent av Lidls produktrelaterade växthusgasutsläpp inom Scope 3, att sätta upp klimatmål enligt SBTi senast år 2026.

¹ World Economic Forum Global Risk Report 2024

² Nettonoll avser ett tillstånd där mängden utsläpp av växthusgaser från ett företag, ett land eller en organisation minskas och tas bort så att de totala utsläppen är neutrala.

Klimatpåverkan från egen verksamhet

Vi arbetar kontinuerligt för att minska klimatpåverkan från vår verksamhet, bland annat genom att effektivisera vår energiförbrukning och minska utsläpp från transporter och logistik.

Fastigheter och effektiv energianvändning

Vi äger de flesta fastigheter där vi har butiker. Vid slutet av verksamhetsåret 2024/25 hade vi 206 butiker, varav 156 ägda och 50 hyrda. Detta gör att vi till stor del kan styra utformningen och användningen av butiker, vilket underlättar miljöanpassning och energieffektivisering. Vi köper endast grön el från förnyelsebara källor. Det innebär att vi har certifikat för ursprungsgarantier som bekräftar att all inköpt el kommer från förnyelsebara källor.

Vi arbetar kontinuerligt med att effektivisera vår energianvändning och följer regelbundet upp energiförbrukning i butiker genom ett centralt styr- och övervakningssystem. Sedan 2020 följer vi certifieringsstandarden ISO 50001:2018, som hjälper oss att effektivisera energianvändningen enligt vår energipolicy. Medarbetare utbildas också i ISO 50001. Fastighetsavdelningen och Facility Management ansvarar för kontroll av energiförbrukningen.

Vi arbetar också med att alla våra butiker ska ha naturliga köldmedel. Nya butiker får kyl- och frysanläggningar med propan eller CO₂, vilket gör att vi uppfyller gällande gränsvärden. Flera av våra befintliga kylar och frysar använder redan propan, och vi anpassar kontinuerligt kvarvarande anläggningar för att uppfylla f-gasförordningens (EU/2024/573) gränsvärden. Tekniskt Inköp och Facility Management följer upp användningen av köldmedia i kylutrustningar och klimatkyla i butik.

Logistik och transporter

Vi antog Fossilfritt Sveriges Transportutmaning 2017, där ett av våra mål varit att alla transporter mellan lager och butik ska vara fossilfria vid slutet av verksamhetsåret 2025. Den 1 februari 2025 nådde vi det målet. Fossilfria transporter innebär att transportmedel och transportsystem inte använder fossila bränslen som diesel eller bensin. Istället drivs transporterna av energi så som el, biogas och HVO. Lidl Sverige har ingen egen transportflotta utan köper in transporttjänster från åkerier. Genom starka partnerskap med engagerade åkerier säkerställer vi fossilfria transporter av varor från lager till butikshylla. Vi har en process med noggranna miljökrav för fordon som kör transporter mellan lager och butik, och genomför regelbundna kontroller för att säkerställa att våra avtal följs.

Vi har implementerat en strategi för hög fyllnadsgrad i våra lastbilar för att maximera effektiviteten. Målet är att uppnå 95 procent fyllnadsgrad, vilket innebär att lastbilarna används nära sin fulla kapacitet. Vi har även en strategi att endast leverera en gång per dag och butik, istället för att olika leverantörer levererar flera gånger under samma dag. Det bidrar till att minska antalet körda kilometer, samt miljöpåverkan som kostnader.

Majoriteten av importerade varor transporteras med tåg från nav i Tyskland till Sverige, för att i Sverige lastas om och köras sista biten med lastbil till centrallager. Genom att satsa på fler lokalproducerade varor minskar vi vårt transportbehov. Idag levererar nästan alla Sverigebaserade leverantörer direkt till våra lager.



100%
fossilfria trans-
porter mellan
lager & butik

sedan 1 februari 2025

¹ Här kan du läsa mer om Fossilfritt Sveriges Transportutmaning.

² Fossilfria bränslen innebär en utsläppsminskning på 70 % jämfört med fossila alternativ vilket är i enlighet med förslaget till EU:s förnybarhetsdirektiv och Fossilfritt Sveriges definition.

Klimatredovisning: Utsläpp av växthusgaser

Lidl Sverige redovisar växthusgasutsläpp enligt Greenhouse Gas Protocol (GHGP). Redovisningen omfattar driftrelaterade utsläpp från butiker, lager och kontor, samt indirekta utsläpp i värdekedjan.

Utökad utsläppsberäkning

Lidl Sverige har uppdaterat sitt sätt att beräkna och redovisa växthusgasutsläpp. Det innebär framför allt att vi nu räknar på och redovisar utsläpp i värdekedjan (Scope 3) på ett mer omfattande och utförligt sätt än tidigare. Det finns även vissa förändringar i metoder och dataunderlag. Sammantaget innebär det att redovisade utsläppsnivåer ökar kraftigt jämfört med klimatredovisningar i tidigare hållbarhetsrapporter.

Syftet med vår uppdaterade och utökade klimatredovisning är att anpassa denna till Lidls internationella klimatmål (sida 7). För att följa utvecklingen mot målen beräknar alla Lidl-länder, inklusive Lidl Sverige, växthusgasutsläpp på samma sätt och i samma system. Därför har även basåren för Lidl Sveriges klimatmål för Scope 1 och Scope 2 uppdaterats till 2019 (tidigare 2016), medan Scope 3 har 2022 som basår.

Tidigare år har Lidl Sverige använt en extern leverantör för att redovisa och räkna på växthusgasutsläpp, med data vi samlat in på egen hand och från leverantörer. Vi har redovisat Scope 1 och Scope 2, men endast en begränsad del av Scope 3. Beräkningsmetoder för Scope 1 och 2 har inte ändrats nämnvärt från tidigare. Vi fortsätter att beräkna dessa med samma metod och primärdata, med justering av enstaka emissionsfaktorer.

Att redovisa växthusgasutsläpp i Scope 3 är utmanande eftersom värdekedjorna är globala och omfattar många aktörer och processer. Det saknas också tillräckliga data för vissa delar av värdekedjan, som i stället behöver beräknas baserat på antaganden och uppskattningar. Lidl arbetar för att förbättra beräkningarna och dataunderlagen, med målet om att på sikt öka användningen av primärdata.

Förändring i omfattning och metod

Med vårt uppdaterade sätt att beräkna och redovisa utsläpp inkluderar vi både fler kategorier i Scope 3 och utsläpp från fler processer inom dessa kategorier. Majoriteten av Lidl Sveriges utsläpp kommer från inköpta varor och tjänster (kategori 3.1). Det är också utsläppsnivåerna för denna kategori som ökar allra mest jämfört med klimatredovisningar i tidigare hållbarhetsrapporter, till följd av förbättrad metod och större omfattning.

En annan kategori vars utsläpp ökar på grund av en förbättrad metod, som inkluderar fler delar i värdekedjan än tidigare, är 3.3 Transporter. Tidigare beräknade vi främst inrikes transporter baserat på körsträckor och drivmedelsåtgång med data från åkerier, samt transporter med färja. Nu omfattar beräkningen även internationella transportscenarion, med uppskattning om hur inköpta varor transporteras från produktionsställen till Lidl. Även om beräkningen delvis bygger på antaganden och uppskattningar, ger det en mer rättvis bild av utsläppen från transporter av inköpta varor i värdekedjan än att inte beräkna dem alls.

Vårt uppdaterade sätt att räkna och redovisa växthusgasutsläpp är ett viktigt steg för vårt arbete med att sänka utsläppen på sikt. Samtidigt finns utmaningar i att utveckla beräkningsmetoder som ska fungera för alla Lidl-länder. Det gör till exempel att Lidl Sverige nu beräknar utsläppskategorierna affärsresor och medarbetarpendling i Scope 3 mer schablonmässigt än tidigare, vilket i sin tur genererar högre redovisade utsläppsnivåer. Utsläpp från affärsresor baseras på kostnadsuppgifter, från att innan baserats på aktivitetsdata. Medarbetarpendling beräknas genom att använda referensvärden för pendlingsvanor i en tysk kontext, från att tidigare grundas på en medarbetarundersökning gjord av Lidl Sverige.

**Vi utökar
vår klimat-
redovisning**



**”Det här är ett
positivt steg i
hållbarhetsarbetet ”**

ANNELI BYLUND
Hållbarhetschef på Lidl Sverige

Klimatredovisning 2024/25

Klimatredovisningen visar driftrelaterade växthusgasutsläpp för Lidl Sverige, räknat i ton koldioxidekvivalenter (ton CO₂e). Redovisningen följer kraven enligt Greenhouse Gas Protocol (GHGP). Våra driftsrelaterade växthusgasutsläpp inkluderar direkta utsläpp (Scope 1) och indirekta utsläpp från inköp av energi och värme (Scope 2), samt indirekta uppströms och nedströms växthusgasutsläpp i värdekedjan (Scope 3). Utsläppen i Scope 1, 2 och 3 redovisas enligt den marknadsbaserade metoden, vilket innebär att utsläppen beräknas utifrån den energi vi köper in. Lidl Sverige har certifikat för ursprungsgarantier som bekräftar att all inköpt el kommer från förnyelsebara källor.

Datainsamlingen för att beräkna för Scope 3 är komplex och kombinerar flera beräkningsmetoder och datakällor. Lidl samlar både in egna data (till exempel pappersförbrukning), efterfrågar data från leverantörer (till exempel körda kilometer och bränsleförbrukning från åkerier), eller gör uppskattningar och scenarion tillsammans med externa konsulter (till exempel transportscenarion i värdekedjan). Emissionsfaktorer som används för att beräkna aktivitetsdata hämtas från erkända databaser så som Ecoinvent och väljs av Lidl Sverige, Lidl eller upphandlad part.

Resultat för verksamhetsåret

Tabell 1 visar de driftrelaterade växthusgasutsläppen för

Lidl Sverige för verksamhetsåret 2024/25, räknat i ton koldioxidekvivalenter (ton CO₂e). Tabellen visar även utfallet från föregående verksamhetsår (2023/24) och basåren för Lidls klimatmål (2019 respektive 2022).

De totala utsläppsnivåerna av växthusgaser ökade med 1,9 procent år 2024/25 jämfört med föregående år. Detta berodde på en ökning av utsläpp i Scope 3 (1,9 procent) för samma period. Den mest omfattande utsläppskategorin 3.1 inköpta varor och tjänster ökade, vilket påverkade utsläppsnivåerna för kategorierna 3.11 användning av sålda produkter och 3.12 avfallshantering av sålda produkter, eftersom dessa delvis beräknas genom volymen av inköpta varor och tjänster. Utsläppsnivåerna i 3.1 ökade av olika anledningar, bland annat påverkar en ökad omsättning utsläppen, som innebär större och förändrade inköpsvolymmer.

De direkta utsläppen i Scope 1 minskade med 24,5 procent och de indirekta utsläppen i Scope 2 minskade med 36,3 procent år 2024/25, jämfört med föregående år. I Scope 1 har utsläppen från flyktiga växthusgaser och köldmedier minskat, till följd av det kontinuerliga arbetet med att förebygga läckage och öka andelen naturliga köldmedier (se sida 8).

Tabell 1 Klimatredovisning för Lidl Sverige 2024/25

Utsläpp av växthusgaser enligt GHG-protokollet (marknadsbaserad metod)	Utsläpp ton CO ₂ e		
	Basår	2023/24	2024/25
Område och upplysning			
Scope 1	2019		
Flyktiga gaser/kylmedier	274	321	49
Tjänstebilar/Förmånsbilar	1 137	1 175	1 078
Resursbränsle	23	11	11
Totalt	1 434	1 507	1 138
Scope 2	2019		
Elektricitet	0	0	0
Fjärrvärme	388	515	328
Totalt	388	515	328
Scope 3	2022		
3.1 Inköpta varor och tjänster	1 454 090	1 404 605	1 425 461
3.2 Kapitalvaror	22 112	7 043	7 851
3.3 Bränsle och energirelaterade aktiviteter	1 700	1 799	1 835
3.4 Transporter	88 495	83 133	81 814
3.5 Avfall	1 613	1 582	1 786
3.6 Tjänsteresor	1 476	1 589	1 479
3.7 Medarbetarpending	6 394	6 315	6 140
3.11 Användning av sålda produkter	78 055	49 866	57 582
3.12 Avfallshantering av sålda produkter	35 631	35 631	37 962
Totalt	1 707 998	1 591 565	1 621 911
Totala utsläpp		1 593 587	1 623 377



Kommentar: Klimatredovisningen visar utsläppsnivåer för verksamhetsåret 2024/25, föregående år (2023/24) och basår för Lidls klimatmål (2019 och 2022) beräknat enligt samma metod och samma system. Utsläppsnivåerna i Scope 1, 2 och 3 beräknas enligt den marknadsbaserade metoden. Klimatredovisningen exkluderar utsläppskategorier som bedömts som icke relevanta för Lidl Sveriges affärsverksamhet: 3.8 Inhyrda tillgångar, 3.9 Transporter, 3.10 Bearbetning av sålda produkter, 3.13 Uthyrda tillgångar, 3.14 Franchise och 3.15 Investeringar.

Tabell 2 Växthusgasutsläpp beräknat enligt den marknadsbaserade metoden och den platsbaserade metoden

**Växthusgasutsläpp beräknat enligt
den marknadsbaserade metoden
(ton CO₂e)**

	Basår	2023/24	2024/25
Scope 1 (basår 2019)	1 434	1 507	1 138
Scope 2 (basår 2019)	388	515	328
Scope 3 (basår 2019)	1 707 998	1 591 565	1 621 911
Totalt		1 593 587	1 623 377

**Växthusgasutsläpp beräknat enligt
den platsbaserade metoden
(ton CO₂e)**

	Basår	2023/24	2024/25
Scope 1 (basår 2019)	1 434	1 507	1 138
Scope 2 (basår 2019)	1 393	1 646	1 495
Scope 3 (basår 2019)	1 707 998	1 591 565	1 621 911
Totalt		1 594 717	1 624 544

Kommentar: Både beräknat enligt den marknadsbaserade och platsbaserade metoden så har utsläppet av växthusgaser ökat under verksamhetsåret 2024/25 jämfört med föregående år, beräknat i ton koldioxidekvivalenter (ton CO₂e).

Klimatkompensation

Lidl Sverige har klimatkompenserat sedan 2016. Klimatkompensationen har omfattat den egna verksamhetens direkta och indirekta utsläpp (Scope 1 och Scope 2), samt en mindre del av utsläpp i värdekedjan (Scope 3) för tjänster och inrikes transporter. Lidl har under åren handlat klimatkrediter i flertalet projekt, så som projekt för solspisar i Madagaskar och projekt för trädplantering i Kenya certifierade med Gold standard.

För verksamhetsåret 2024/25 har klimatkrediter köpts för att kompensera för växthusgasutsläppen i Scope 1 och Scope 2. Detta genom projekt som verkar för rent dricksvatten i Eritrea och Malawi, samt tre projekt i Indien med fokus på solenergi, biogas och förbättrade spisar.

Framöver kommer klimatkompensation inte vara en del av Lidls klimatstrategi. Klimatstrategin tar sikte på arbetet med Lidls mål för nettoår 2030, som inkluderar utsläppsminskningar och aktiviteter i både den egna verksamheten och värdeked-

**Vi
klimat-
kompenserar
1711 ton CO₂e genom
projekt i Eritrea,
Malawi &
Indien**



Cirkulär ekonomi

Omställningen till en mer cirkulär affärsmodell är nödvändig för att minska negativ påverkan på klimat och ekosystem. Lidl arbetar för effektivare resursanvändning och avfallshantering, samt att öka användningen av återvunna material.

Förpackningar och resurseffektiv plastanvändning

Företagen inom Schwarzgruppen har en gemensam plaststrategi (REset Plastic) med mål om att minska användningen av plastråvara i förpackningar. Strategin består av fem delområden: REduce, REdesign, REcycle, REMOVE och REsearch.

Lidl Sverige stödjer Svensk Dagligvaruhandels färdplan för fossilfria och materialåtervinningsbara plastförpackningar. Det gemensamma målet är att alla konsumentförpackningar av plast ska vara materialåtervinningsbara år 2025 och att plastförpackningarna ska bestå av 100 procent återvunnen eller förnybar råvara till år 2030.

Återvinning av avfall

Lidl Sveriges återvinning och avfallshantering följer svensk lagstiftning och omfattar alla butiker och centrallager. Vårt mål är att minimera den totala mängden avfall, särskilt den del som inte kan återvinnas och som går till förbränning. Logistikavdelningen ansvarar för flödena av återvinningsbara material.

Vi har ett system för att följa upp avfallshanteringen. Att våra butiker är utformade på samma sätt underlättar arbetet. I uppföljningssystemet följer vi butikernas kärvolym i relation till omsättning, återvinning i relation till avfall och vikt per återvinnings- och avfallsfraktion. Arbetet sker i samverkan med Lidl Stiftungs logistikavdelning och GreenCycle, ett företag inom Schwarzgruppen som är specialister på återvinning.

Matsvinn från butik och lager

Matsvinn innebär en onödig förbrukning av resurser och negativ klimatpåverkan. Vi arbetar med att minska matsvinnet från butiker och lager, med mål om att halvera matsvinnet från egen verksamhet till år 2025 (basår 2017). Förebyggandet av matsvinn börjar med en effektiv beställning av varor. Vi använder oss bland annat av ett automatiserat beställningssystem i butik för att nå optimala butiksbeställningar.

Exempel på ytterligare åtgärder är att vi rabatterar varor som närmar sig "bäst-före-datum" inom flera varukategorier. Vi säljer också påsar med frukt och grönt som inte till fullo möter våra kvalitetskrav, samt gårdagens butiksbakade bröd, till rabatterat pris genom konceptet "Ta vara på". Våra insatser för minskat matsvinn följs upp löpande och vi har en tvärfunktionell arbetsgrupp för att koordinera och utveckla arbetet.

Lidl Sverige har arbetat med matdonationer sedan 2016. Under 2024 och 2025 växlar vi upp det arbetet, med mål om att alla butiker och centrallager ska ha samarbeten med organisationer som tar emot matdonationer vid slutet av verksamhetsåret 2025. Vid slutet av 2024/25 hade 74 procent våra butiker ett samarbete för matdonationer, vilket kan jämföras med 57 procent föregående år. Genom matdonationer skänker vi tjänlig mat som vi av olika anledningar inte kan sälja och som annars hade blivit matsvinn. Maten doneras till organisationer som distribuerar maten eller som säljer maten vidare till ett förmånligt pris i sociala matbanker. Vi samarbetar med organisationer som finns och verkar i närheten av våra butiker och lager, bland annat Stadsmissionen, Hela människan, Svenska kyrkan och Allwin.

Tabell 3 Matsvinn från egen verksamhet och samarbeten för att skänka mat

Område	Upplysning	2017/18	2023/24	2024/25
Matsvinn	Nettovikt matsvinn (kg)	5 226 930	6 529 728	6 880 208
	Nettovikt såld mat (kg)	330 859 076	458 114 260	458 798 027
	Andel matsvinn av såld mat	1,6%	1,4%	1,5%
	Andel matsvinn av såld mat jämfört med basår	Basår	-10%	-5%
Samarbete för att skänka mat	Andel butiker med samarbeten	40%	57%	74%
	Andel lager med samarbeten	100%	100%	100%

Kommentar: Matsvinn är komplext och påverkas av många faktorer. Andelen matsvinn av såld mat var 1,5 procent för verksamhetsåret 2024/25, vilket innebär en ökning från föregående år. Flera faktorer bidrar och påverkar resultatet, bland annat att vi haft fortsatt fokus på varutillgänglighet i butik. Vi ser också att förändrade råvarupriser påverkat kundkorgen, vilket mötts med sortimentsanpassningar och volymjusteringar. Vi kan även härleda en viss del av det ökade matsvinnet till en ökad omsättning för Lidl's Sverige där prognostiseringsverktygen inte träffar helt rätt mot den ökade försäljningen.

Matsvinnsarbetet involverar och engagerar flera delar av vår verksamhet. Under 2024/25 räddade vi 3 452 332 kg mat från att bli svinn genom att packa och sälja "ta vara på"-påsar med frukt och grönt samt gårdagens bröd, och genom att skänka mat till våra samarbetsorganisationer. Det är 1,1 procent mer mat än vad vi räddade föregående år (3 414 486 kg). Vid verksamhetsårets slut hade 74 procent av butikerna etablerade samarbeten för matdonationer.

Hållbart och ansvarstagande sortiment

Vårt arbete för ett hållbart sortiment är centralt för att minska klimat- och miljöpåverkan och att säkerställa sociala standarder i leverantörskedjor. Den största påverkan på miljö och mänskliga rättigheter finns ofta vid odling och framställning av råvaror, i första leden av värdekedjan. Det ligger utanför Lidl's direkta verksamhet, men genom att främja ett sortiment av miljömärkta och etiskt framtagna varor kan vi bidra till att minska både vår egen och våra leverantörers påverkan på människor och miljö. Lidl's hållbarhetsstrategi omfattar mål om hållbara produkter. Inköp av varor styrs av flera hållbarhetspolicies och riktlinjer, som finns på vår hemsida.

Vår strategi för ett mer hållbart sortiment:

- Vi certifierar våra kritiska råvaror enligt erkända standarder och engagerar oss i initiativ och projekt. Samtliga råvarumål beskrivs i vår inköbspolicy för kritiska råvaror.
- Vi ska öka försäljningsandelen av lokala och svenska råvaror och produkter.
- Vi ska öka andelen frukt och grönt i säsong.
- Vi arbetar löpande för att öka andelen ekologiska och miljömärkta varor i vårt sortiment.

Sedan 2022 finns en obligatorisk utbildning om hållbarhet för inköpare, så att de ska kunna integrera hållbarhetsperspektivet i sina dagliga arbeten.



Schwarzgruppens uppförandekod

Schwarzgruppens uppförandekod för affärspartners sätter ramar för vårt arbete med inköp och produkter. Uppförandekoden innefattar miljömässiga och sociala standarder samt mänskliga rättigheter. Den grundar sig på internationella ramverk som FN:s allmänna principer om mänskliga rättigheter, FN:s vägledande principer för företag och mänskliga rättigheter och FN:s klimatavtal – Parisavtalet. Uppförandekodens principer utgör minimistandarder för våra affärsrelationer.

Vår råvarustrategi och andra styrdokument

Råvaror är naturliga resurser och utgör grunden för nästan alla produkter som går att köpa. Odling och framställning av råvaror sker i första leden av leverantörskedjor. Beroende på var i världen odlingen och framställningen sker och vilka förhållanden som finns där, finns risker för att arbetet får negativ påverkan på människor och miljö. Lidl's hållbarhetsstrategi för inköp fokuserar på att främja miljömässig hållbarhet och säkerställa sociala standarder i våra leverantörskedjor för råvaror.

Under 2024 lanserades en ny råvarustrategi för att ge arbetet ytterligare riktning. Strategin fokuserar på kritiska råvaror, vilket är ett resultat av en riskanalys som gjorts av experter. De kritiska råvarorna bedöms ha särskilt stor påverkan på människor och miljö, samtidigt som de är relevanta för Lidl's sortiment. Strategin samlar krav och mål som tidigare funnits i olika policies. Den innehåller råvaruspecifika hållbarhetsmål för kritiska råvaror som finns i produkter av våra egna märken.

I arbetet med strategin ingår att identifiera riskerna och skapa transparens i leverantörskedjorna, vilket ger oss bättre förståelse för effekterna av vår verksamhet. Vi adresserar sedan riskerna genom att etablera standarder såsom att certifiera kritiska råvaror, exempelvis kakao, kaffe, te, palmolja, soja, cellulosa, nötter, fisk, bomull, blommor och plantor. Läs mer på sida 15.

En annan central riktlinje är vår policy för medveten kosthållning (2022) som utgår från Planetary Health Diet (PHD). Den tydliggör vårt mål om att erbjuda kunder en medveten och hållbar livsstil. I det ingår att vi ständigt ska arbeta för att öka andelen ekologiska och miljömärkta varor i vårt sortiment.

Tredjepartscertifieringar

Vi använder tredjepartscertifieringar för att förbättra sociala och miljömässiga förhållanden. För att bättre hantera risker i leverantörskedjan samarbetar vi med certifierade leverantörer och märkningsorganisationer, använder certifierade produktionsanläggningar och utvidgar vårt sortiment med hållbarhetsmärkta produkter. Vi prioriterar standarder och certifieringar relevanta för den svenska marknaden, samtidigt som vi främjar internationella certifieringar.

Viktiga miljömärkningar inkluderar Bra Miljöval, EU Eco-label/Svanen, FSC, Cotton made in Africa (CmiA), Marine Stewardship Council (MSC) och Aquaculture Stewardship Council (ASC), samt ekologiska märkningar som GOTS, Organic Cotton Standard (OCS), KRAV och EU-lövet. Vår policy för inköp av fisk och skaldjur syftar till att främja hållbart fiske och vattenbruk, och inkluderar exempelvis inköp av produkter med MSC-certifiering för vildfångad sjömat och ASC för odlad sjömat. Etiska märkningar innebär att mänskliga rättigheter respekteras under en produkts framtagning. Vi använder främst Fairtrade och Rainforest Alliance.

Vårt kvalitetsarbete

I över tio år har Lidl arbetat med ett program för ansvarsfull användning av pesticider. Vi ställer hårdare krav än lagstiftningen på restmängder i färsk frukt, grönsaker, blommor, plantor och egna märkesvaror. Vi accepterar maximalt en tredjedel av den högsta nivån som tillåts enligt lag.

Lidl har också tagit fram en utfasningslista över aktiva substanser i bekämpningsmedel för färsk frukt och grönsaker, som omfattar 206 substanser som ska eller har fasats ut. Tillsammans med laboratoriet Eurofins har vi utvecklat en ny märkning som visar att produkterna har kvalitetstestats och uppfyller våra krav. Arbetet leds av den kommersiella avdelningen i samverkan med leverantörer.

Vårt kvalitetssäkringssystem kräver en systematisk övervakning av produktkvalitet och livsmedels säkerhet. Sedan 2021 är våra kvalitetssystem och processer certifierade enligt ISO 9001:2015. Vi genomför flera kontroller och revisioner av produkter och leverantörer enligt Lidls internationellt framtagna processer.

Våra EMV-livsmedel kontrolleras regelbundet utifrån risk med fokus på kemi, mikrobiologi, sensorik och deklaration. Vi strävar efter att alla anläggningar som producerar EMV ska vara certifierade enligt IFS Food eller BRC för livsmedels säkerhet. Utöver det arbetar Lidl proaktivt och etablerar egna gränsvärden även där det saknas officiella regler eller lagkrav.

Produkter från Sverige

Vi vill främja svenska lantbrukare och producenter. Det är en del av vårt arbete för att bidra till en hållbar och långsiktig utveckling av Sveriges livsmedelsbransch och livsmedelsförsörjning. Vi vill att en betydande andel av vår försäljning ska vara från svenska leverantörer och arbetar för att vårt svenska sortiment ska vara enkelt att urskilja för våra kunder. Därför lanserade vi år 2023 vårt varumärke Matriket, som erbjuder svenskproducerade varor.

Alla produkter inom Matriket, och många av de svenska produkter vi säljer, har märkningen Från Sverige. Från Sverige innebär att:

- Alla djur är födda och uppfödda i Sverige.
- Odling har skett i Sverige.
- All förädling och packning har gjorts i Sverige.
- Produkter som innehåller en råvara, exempelvis kött, mjölk, ägg, fågel, fisk och skaldjur är alltid utan undantag 100 % svenskt. För sammansatta produkter som innehåller flera olika råvaror såsom müsli, korv, fruktyoghurt eller kanelbulle, gäller att minst 75 % är svenskt.

Vi har även ett samarbete med Lantbrukarnas Riksförbund (LRF) med mål om att stärka svenska lantbrukare och öka andelen svenska produkter i sortimentet.



**Matriket
är alltid 100%
svenskt**

Mänskliga rättigheter

Vi arbetar för att främja och säkra sociala standarder och mänskliga rättigheter i förhållande till vår affärsverksamhet och värdekedja. Arbetet utgår från internationella ramverk och styrs av flera interna policys och strategier.

Risker och utgångspunkter

Lidl säljer varor som tillverkas i globala leverantörskedjor, som blir alltmer komplexa på grund av globalisering och flertalet sociala och juridiska faktorer. Detta ökar risken för negativ påverkan på sociala villkor, samtidigt som riskerna blir svårare att spåra. De allra största riskerna finns tidigt i värdekedjan, vid odling och framställning råvaror. Exempel på sociala risker är osäkra arbetsförhållanden, diskriminering, kränkningar, avsaknad av föreningsfrihet, ohälsa, barnarbete och tvångsarbete.

Vårt arbete styrs av flera interna strategier och policys och utgår från internationella ramverk så som FN:s allmänna förklaring om mänskliga rättigheter, FN:s vägledande principer för företag och mänskliga rättigheter, OECD:s riktlinjer för multinationella företag och ILO:s grundläggande arbetsnormer.

Inom inköpsverksamheten har Lidl etablerat en standardiserad process för tillbörlig aktsamhet (due diligence). Processen innehåller bland annat en systematisk analys av potentiella risker för brott mot mänskliga rättigheter och miljöpåverkan, samt avhjälpanande åtgärder. Vi arbetar även kontinuerligt för att öka nivån av transparens och spårbarhet i leverantörskedjor, genom utveckling av leverantörsdata och samarbete med externa intressenter.

Inköpsavdelningens hållbarhetsenhet ansvarar för arbetet med sociala och miljömässiga standarder i leverantörskedjan. Det sker i nära utbyte med Lidl och andra Lidl-länder.

Vår råvarustrategi

Under 2024 lanserade vi en ny råvarustrategi med fokus på kritiska råvaror, som ger ytterligare riktning för vårt arbete med mänskliga rättigheter och miljömässig hållbarhet. De kritiska råvarorna är kopplade till risker för både människor och miljö, samtidigt som de är relevanta för Lidls sortiment. Vi har även tagit fram hållbarhetsmål för kritiska råvaror i produkter av våra egna märken.

Råvarustrategin består av fyra huvudområden:

- **Förstå effekterna:** Vi identifierar risker i leverantörskedjorna och skapar transparens. Det sker exempelvis genom en årlig riskanalys, löpande dialoger med leverantörer och intressenter, utredningar av miljörisker och konsekvensbedömningar av mänskliga rättigheter (HRIA).
- **Etablera standarder:** Vi använder oss av etablerade certifieringar för miljömässig och social hållbarhet och verkar för att öka andelen kritiska råvaror som är certifierade utifrån sådana.
- **Främja alternativ:** Vi främjar mer hållbara alternativ i vårt sortiment.
- **Driva på förändringar:** Vi engagerar oss i initiativ och projekt som involverar flera intressenter för att tillsammans skapa förändring.



2024

lanseras ny råvarustrategi

Råvarustrategin för kritiska råvaror.
Bomull, fisk, ris, soja, cellulosa, kaffe, frukt & grönt, te, kakao, blommor & plantor, ägg, palm(kärn)olja, och nötter.

Strategi för mänskliga rättigheter

Lidl har en strategi för mänskliga rättigheter i leverantörskedjan. Strategin fokuserar på anställningsrelaterade mänskliga rättigheter och är utformad med fokus på leverantörskedjor som finns i sektorer med hög risk: Jordbruk, textil och elektronik. I strategin ingår att genomföra kontinuerliga riskanalyser av leverantörskedjor. Lidl genomför konsekvensbedömningar av mänskliga rättigheter (HRIA) av leverantörskedjor med hög risk tre gånger per år.

Strategin omfattar även tillgången till effektiva klagomålsmekanismer, som är en viktig del i arbetet med att identifiera kränkningar av mänskliga rättigheter i leverantörskedjan. Lidl har online rapporteringssystemet "BKMS" som är tillgängligt för alla leverantörskedjor och är involverade i att etablera en branschomfattande klagomålsmekanism.

Uppförandekod för affärspartners

Lidl ställer krav på affärspartners gällande mänskliga rättigheter och sociala samt miljömässiga standarder genom Schwarzgruppens uppförandekod för affärspartners (Code of Conduct). Uppförandekoden utgör grunden för alla affärsrelationer och har tagits fram utifrån internationella principer från bland annat FN och OECD. Genom att uppförandekoden integreras i avtal ålägger vi affärspartners att följa upp och hantera risker gällande mänskliga rättigheter, miljömässiga och sociala standarder, ända ner till

råvarors ursprung. Uppförandekoden omfattar exempelvis sociala standarder kring säkerhet och hälsa, föreningsfrihet, ersättning och arbetstider. Affärspartners förbinder sig att bidra till avskaffande av barnarbete och tvångsarbete.

Lidl ser levnadslön som en mänsklig rättighet. Det är en förutsättning för att medarbetare och arbetare i leverantörskedjor ska kunna ha en anständig levnadsstandard. Vi engagerar oss i att ingå i långsiktiga, rättvisa och transparenta avtal med våra affärspartners och stödjer förbättrade arbetsvillkor genom inköp av rättvisemärkta produkter.

Samverkan med andra aktörer i Sverige

Lidl Sverige samarbetar med andra svenska aktörer för att skapa förändring. Inom ramen för Svensk Dagligvaruhandel har vi deltagit i att ta fram en branschöverenskommelse som säkerställer säkra och rättvisa arbetsförhållanden för bärplockare i Sverige. Lidl Sverige är även medlemmar i Ethical Trading Initiative (ETI) Sweden och undertecknade 2023 den svenska plattformen för riksrödor som ETI koordinerar. Tillsammans med övriga medlemmar har vi tagit fram ett åtagande som innebär skärpta krav för att minska riskerna för människa och miljö från framställning av soja och palmolja.



Sociala förhållanden och personal

Vi arbetar för att alla medarbetare ska känna sig trygga och säkra på arbetsplatsen. Vi vill att våra medarbetare ska trivas och vara stolta att över att arbeta hos oss – att vara en del av det vi kallar #TeamLidl.

Styrdokument och organisering

Vi ser stora fördelar med att vara en jämställd och inkluderande organisation. Vi vill att mångfalden i vår personalstyrka ska spegla samhället vi verkar i. Mångfald, inkludering och delaktighet är en del av våra grundprinciper. Vår Policy för lika rättigheter och möjligheter samt Tillsammans på Lidl är verktyg för att skapa en arbetsplats som präglas av begreppen.

Våra medarbetare ska trivas hos oss. Därför erbjuder vi goda arbetsvillkor, marknadsmässiga och kollektivavtalsenliga löner och förmåner. Alla medarbetare på Lidl Sverige, förutom högsta ledningen, omfattas av kollektivavtal. De fyra kollektivavtal som Lidl Sverige verkar inom utgör vår miniminivå.

Under verksamhetsåret har vi fokuserat på arbetet med organisationskultur, genom att införa och förankra uppdaterade värdeord med direkta kopplingar till vår företagsstrategi. Samtidigt har vi fortsatt arbetet med de prioriterade områdena ledarskapsutveckling, digitalisering och hälsofrämjande insatser.

Det arbetet som rör medarbetare, deras arbetsmiljö och hälsa utgår från rådande lagstiftning, regler och kollektivavtal. Arbetet styrs även av interna policys för områdena Likabehandling, Arbetsmiljö, Hälsa och rehabilitering, samt Missbruk och beroende. Personalhandboken ger medar-

betare information om grundläggande villkor, regler, rutiner och förmåner som gäller för den anställda och dennes anställning. Medarbetare kan anmäla misstänkta eller bekräftade överträdelser mot interna riktlinjer eller rådande lagar (läs mer om compliance på sida 20).

Lidl Sveriges HR-avdelning, som leds av HR-direktören, ansvarar för frågor som rör personal och arbetsmiljö. Avledningen har en resurs med fokus på CSR, där frågor som rör mångfald och inkludering ingår. Enheten för Arbetsrätt och arbetsmiljö ansvarar för interna arbetsmiljöfrågor. Våra interna arbetsmiljökonsulter främjar en god arbetsmiljö och motverkar arbetsmiljörisker.

Även våra regionkontor Halmstad, Rosersberg och Örebro har HR-resurser, som bland annat arbetar med utbildning, rekrytering och medarbetarengagemang. Lidl Sveriges HR-avdelning leder, stödjer och följer upp arbetet i regionkontoren.

Arbetsmiljö

Vårt mål är att skapa säkra, trygga och hållbara arbetsplatser som är utvecklande och stimulerande för medarbetarna. Vi arbetar systematiskt med att förebygga, upptäcka och hantera risker i arbetsmiljön, där HR-avdelningen leder och stödjer arbetet. Vid behov tar vi även in experthjälp från företagshälsan och krisstöd.

Våra interna arbetsmiljökonsulter bidrar till att säkra en god arbetsmiljö genom och stötta chefer och medarbetare i arbetsmiljöfrågor. Medarbetare kan vända sig till konsumenten för att diskutera arbetsmiljöfrågor eller vid missnöje.

Arbetsmiljö och hälsa är en obligatorisk del av chefsutbildningen på Lidl. Alla nya medarbetare på Lidl Sverige genomgår en obligatorisk arbetsmiljöutbildning under sin introduktion, där exempelvis ergonomi och skaderisker ingår.

Vi har också infört säkerhetsåtgärder för att skydda våra medarbetare. För att motverka hot och våld har vi slutna kassasystem, regler för kontanthantering, mobila vaktare och elektroniska hjälpmedel som överfallslarm och kameraövervakning. Krisstöd är tillgängligt dygnet runt vid incidenter.

Regelbundna medarbetareundersökningar

Vi genomför en regelbunden medarbetarenkät, som kallas Trivselbarometern, för att förstå vad vi gör bra och vad vi kan förbättra som arbetsgivare. Trivselbarometern, som infördes 2023, skickas ut en gång i månaden till alla medarbetare. De får svara på tre frågor om hur de trivs på jobbet. På så sätt följer vi kontinuerligt upp trivseln på arbetsplatsen och kan identifiera faktorer som påverkan den. Svaren är anonyma och resultaten följs upp av närmaste chef och HR-avdelningen





för att förbättra verksamheten. Under 2025 kommer vi att fortsätta utveckla arbetet med Trivselbarometern.

Hälsa och rehabilitering

Vi arbetar för att förebygga ohälsa bland våra medarbetare så långt det är möjligt. En viktig del i det är att agera tidigt vid tecken på ohälsa. Vi arbetar förebyggande genom exempelvis hälsosamtal, friskvårdsbidrag, utbildningar och återkommande dialoger om hälsa vid arbetsplatsträffar och utvecklingssamtal. Lidl har en policy gällande missbruk och beroende. Vi accepterar inte alkoholkonsumtion på arbetet och tar helt avstånd från all användning av droger.

Ett nära samarbete med företagshälsan är viktigt för vårt förebyggande och rehabiliterande arbete. Avtalet ger goda möjligheter till förebyggande insatser, bland annat genom vägledning och samtalsstöd från sjuksköterska. Grunden i vårt rehabiliteringsarbete är att arbeta efter tydligt fastställda rutiner, upprätthålla en god dialog mellan chefer och medarbetare och att arbeta gemensamt för att skapa bra arbetsförutsättningar. Under 2023 lanserades även ett

omfattande program för personalstöd, som bland annat innehåller en telefonjour och kostnadsfri kontakt med psykoterapeut, jurist eller ekonom.

Kompetens och utveckling

Lidl Sverige vill stötta medarbetarnas kontinuerliga lärande och vidareutveckling. Vi har implementerat flera program och åtgärder med det syftet. Vi erbjuder bland annat kompetensutveckling genom utbildning, interna och externa utvecklingsprogram och möjlighet till internationellt utbyte.

Vi har en process för "Talent Management". Processen innebär exempelvis att anställda ska ha minst en årlig utvecklingsdialog med sin chef, där det också ingår att ta fram en individuell utvecklingsplan.

Arbetet med kompetens och utveckling innefattar även chefer och ledarskapsutveckling. Det finns flera program för ledarutveckling. Metoden för ledarskapsutveckling tar avstamp i Försvarmaktens ledarskapsmodell "Utvecklande ledarskap".

Tabell 4 Utbildningstimmar

Område	Anställning	Kvinnor	Män	Män och kvinnor
Genomsnitt utbildningstimmar (h) per anställd, uppdelat på typ av anställning och kön	Chef	120,1	97,5	105,7
	Medarbetare	23,7	22,9	23,3
	Genomsnitt sammanlagt	30,3	31,3	30,8

Kommentar: I genomsnitt hade anställda på Lidl Sverige 30,8 utbildningstimmar per person under verksamhetsåret 2024. En medarbetare hade i snitt 23,3 utbildningstimmar, medan en chef hade 105,7 utbildningstimmar. Genomsnittet utbildningstimmar har minskat för både medarbetare och chefer jämfört med föregående år. Det beror bland annat på att personalomsättningen varit lägre under 2024, vilket innebär färre introduktionsutbildningar.

Mångfald och likabehandling

Vi på Lidl Sverige ser mångfald som en styrka och tillgång. Det speglas också i Lidls nya värdeord som lanserades i slutet av verksamhetsåret. Vi arbetar för att vara en arbetsplats som präglas av respekt och acceptans, där alla medarbetare har likvärdiga villkor oavsett exempelvis ålder, ursprung, religion, könsidentitet, sexuella orientering, världsåskådning eller funktionsvariation.

Vår likabehandlingspolicy ska säkerställa att medarbetare erbjuds lika villkor och möjligheter att utvecklas inom Lidl. Vi har även interna riktlinjer gällande diskriminering och trakasserier. Lidl Sverige accepterar inte någon form av diskriminering eller trakasserier i enlighet med rådande diskrimineringslagstiftning i Sverige. Vårt CMS inom personalområdet bidrar till att i tidiga skeenden identifiera risker i arbetsmiljön kopplat till likabehandling och inkludering.

Chefer genomgår grundläggande arbetsmiljöutbildningar för att få kunskap om diskriminering, trakasserier och kränkande särbehandling. På årliga arbetsplatsdialoger får medarbetare information om interna policydokument så som för arbetsmiljö, likabehandling och missbruk. Under rekryteringsprocesser arbetar rekryteringsteamet tillsammans med rekryterande chef för att säkerställa att varje bedömning görs enligt en oberoende kravprofil.

Som en del i arbetet med ökad jämställdhet har vi satt ett mål om minst 40 procent av de ledande positionerna inom Lidl Sverige ska innehas av kvinnor. Vi gör lönekartläggningar för att motverka och identifiera lönediskriminering inom företaget varje år. Under verksamhetsåret 2024 upptäcktes inga ogrundade löneskillnader kopplade till kön.



Tabell 5 Mångfald bland Lidls Sveriges personal

Område	Upplysning	2022/23	2023/24	2024/25
Ålder	< 30 år	2491 (47%)	2367 (45%)	2293 (45%)
	30-50 år	2562 (48%)	2593 (49%)	2470 (49%)
	> 50 år	275 (5%)	303 (6%)	301 (6%)
Könsfördelning ledande positioner	Kvinnor	174 (36%)	190 (38%)	167 (36%)
	Män	304 (64%)	312 (62%)	300 (64%)
	Totalt	478	502	467
Könsfördelning företagsledning	Kvinnor	1 (14%)	1 (17%)	1 (17%)
	Män	6 (86%)	5 (83%)	5 (83%)
	Totalt	7	6	6
Utländsk bakgrund	Totalt	53%	54%	54%
	Ledande positioner	37%	38%	40%

Kommentar: Generellt har antalet anställda och chefer minskat 2024/25 jämfört med föregående år. Det beror främst på att definitionen av nyckeltalen, det vill säga vilka som räknas som anställd respektive chef, har förändrats mellan dessa år. För 2024/25 inkluderas exempelvis inte timanställda i beräkningen, och definitionen av långtidsfrånvaro har ändrats. Dessa förändringar leder till en generell minskning av värdena i tabellen.

Under verksamhetsåret 2024/25 var könsfördelningen på ledande positioner 36 procent kvinnor och 64 procent män. Vi fortsätter arbetet med mål om att 40 procent av ledarna på Lidl Sverige ska vara kvinnor. Företagsledningen består fortsatt av fem män och en kvinna. Vi använder Statistiska centralbyråns definition av utländsk bakgrund, vilket är en individ som är utrikesfödd eller inrikes född med två utrikesfödda föräldrar. På Lidl Sverige har 54 procent av medarbetarna och 40 procent av personer i ledande positioner utländsk bakgrund.

Antikorruption

Lidl Sverige arbetar aktivt för att förebygga och minimera risker för korruption och mutor inom vår affärsverksamhet och i relation till affärspartners. Detta arbete inkluderar system för uppföljning och kontroll, interna riktlinjer och policys samt kunskapshöjande insatser.

Styrdokument och organisering

Att bryta lagen kan skada vårt rykte och leda till ekonomiska förluster. Det kan också leda till krav på ersättning och straffrättsliga konsekvenser för enskilda anställda. Lidl Sverige har företagsprincipen "Vi följer rådande lagstiftning och interna riktlinjer". Principen gäller för alla företagets medarbetare och ledningen ansvarar för att den efterlevs. För att säkerställa detta har vi infört ett Compliance Management System (CMS) som tydliggör krav och åtgärder för att följa vår företagsprincip och att överträdelser hanteras konsekvent.

CMS:et har fokusområdena anti-korruption, dataskydd, kartell- och konkurrensrätt, affärspartners, produkt-compliance och HR-compliance, samt skatt och redovisning. Funktionen som ansvarar för Compliance följer kontinuerligt upp och granskar vårt CMS för att säkra effektivitet och identifiera förbättringsåtgärder.

Utbildning och informationsinsatser

För att säkerställa compliance får alla medarbetare grundläggande kunskap om våra riktlinjer, policys och gällande lagar. Vi kommunicerar riktlinjer, processer och erbjuder utbildning inom våra CMS-fokusområden. Vissa medarbetare behöver genomgå obligatorisk compliance-utbildning utifrån sina roller och ansvarsområden.

Medarbetare får information om Lidls antikorrupsionspolicy i personalhandboken och i återkommande utbildningar, medan vår uppförandekod för medarbetare lyfter risker kopplat till korruption och mutor. Policys och riktlinjer

finns tillgängliga för medarbetare i våra interna system, bland annat för hantering av gåvor och förmåner, intressekonflikter, förhandling och avtalstecknande samt subventioner. Våra leverantörer förbinder sig via avtal att följa Lidls Uppförandekod för affärspartners (Code of Conduct), som bland annat innehåller förbud mot att ge och att ta emot gåvor.

Vi arbetar särskilt för att förebygga och minimera risken för korruption vid förhandlingar och inköp. Chefer och medarbetare med roller som inkluderar förhandlingar och inköp genomgår kontinuerligt utbildningar på området. Utbildningarna fokuserar bland annat på korruption, intressekonflikter, hantering av gåvor och förmåner samt deltagande vid evenemang. I slutet av verksamhetsåret 2024 hade 86 procent av målgruppen slutfört utbildningen om att förebygga korruption och mutor, medan 94 procent hade gått utbildningen om kartell- och konkurrensrätt.

Möjlighet att anmäla

Vi välkomnar anmälningar av compliance-överträdelser, från såväl medarbetare, affärspartners som kunder. Det finns flera sätt att göra en anmälan. Medarbetare på Lidl Sverige och externa personer kan anmäla compliance-överträdelser till vår Chief Compliance Officer eller företagets juridiska ombud. En anmälan kan även upprättas i vårt online-rapporteringsystem. Det går att vara anonym och den som anmäler drabbas inte av repressalier. Varje anmälan utreds och insikter från anmälningar bidrar till att utveckla vårt compliance-arbete.

Under verksamhetsåret 2024 inkom 24 anmälningar som bedömdes relevanta för compliance (brott mot interna riktlinjer eller lagar) och utreddes därefter. Antalet anmälningar ökade jämfört med föregående år, främst på grund av en bredare och tydligare definition av relevans. Inga anmälningar om misstänkt korruption mottogs.

För att säkerställa compliance får alla medarbetare grundläggande kunskap om våra riktlinjer, policys och gällande lagar.



Bilaga 1 Metod för väsentlighetsanalys

Den här bilagan ger en mer utförlig beskrivning av Lidl's process och metoder för väsentlighetsanalys.

Under 2022 omarbetade Lidl sin process för att genomföra risk- och väsentlighetsanalyser, som ska fastställa väsentliga hållbarhetsfrågor och identifiera risker. Omarbetningen gjordes för att anpassa processen till de förändrade kraven enligt GRI Standards 2021 och European Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD).

Lidl Sveriges väsentlighetsanalys uppdateras vartannat år i samband med hållbarhetsrapporteringen enligt Lidl's internationella process. Denna hållbarhetsrapport för verksamhetsåret 2024/25 baseras därför på väsentlighetsanalysen för 2023/24.

Grunden för processen är Lidl's modell för ansvarstagande, som definierar 17 hållbarhetsfrågor kategoriserade enligt våra sex fokusområden för hållbarhet. I väsentlighetsanalysen bedömdes de 17 hållbarhetsfrågorna ur två perspektiv: Lidl's positiva och negativa påverkan på människor, miljö och företag (ett inifrån- och ut-perspektiv) samt hållbarhetsfrågornas påverkan på Lidl's affärsmässiga framgångar (ett utifrån och in-perspektiv).

Analysen utförs i tre steg. I det första steget genomförs en undersökning om påverkansväsentlighet inom Lidl och alla Lidl-marknader, undersökningen består av en exponeringsanalys och expertintervjuer. Steg två och tre sker på nationell nivå genom genomförande av workshops för att fastställa affärsrelevansen, samt det tredje steget, validering och kombination av resultaten i en nationell väsentlighetsmatris.

Exponeringsanalys och expertintervjuer

Exponeringsanalysen används för att, utifrån kvantitativa data, identifiera potentiella direkta och indirekta effekter som Lidl har på människor, miljö och samhälle. Analysen beaktar risker som potentiellt kan uppstå för människor, miljön och samhället till följd av Lidl's affärsaktiviteter. Analysen och fastställandet av den miljömässiga och sociala påverkan av Lidl's verksamhet gjordes kvantitativt utifrån ekonomiska, företags- och branschspecifika data från hela den internationella värdekedjan, vilket gjorde det möjligt att jämföra olika hållbarhetsfrågor.

För att identifiera länder där Lidl potentiellt har en kraftfull hävstångseffekt modellerade man i nästa steg Lidl's värdekedja utifrån omsättningsdata, branschinformation och ekonomiska data. På så sätt kunde man få fram nationella direkta och indirekta ekonomiska aktiviteter och göra en ekonomisk viktning i analysen. Denna viktning tar framför allt hänsyn till länder där Lidl utifrån data uppvisar en hög aktivitet och därmed potentiellt har större inflytande på aktuella hållbarhetsfrågor. I det sista steget kombinerades behovet av att vidta åtgärder och ekonomiska relevans till en väsentlighetspoäng för varje hållbarhetsfråga.

I anslutning till exponeringsanalysen validerades de kvantitativa resultaten med en kvalitativ enkät. Metodmixen ökar analysens resiliens, möjliggör mer djupgående slutsatser och reducerar eventuella svagheter i metoden. Nio internationella experter från Lidl's relevanta intressentgrupper intervjuades, för att få en ännu djupare förståelse för Lidl's påverkan inom de 17 hållbarhetsfrågorna. Valet av experter tog hänsyn till olika länders marknader samt vikten av att få med flera olika ämnen inom hållbarhetsområdet. En extern part förberedde, genomförde och utvärderade intervjuerna.

Kombinationen av analysen av Lidl's påverkan inom de 17 hållbarhetsområden och expertintervjuerna resulterade i värden för påverkansrelevans för de 17 hållbarhetsfrågorna, som illustreras av x-axelns värden i väsentlighetsmatrisen (se sidan 6). När resultaten kombinerades så viktades exponeringsanalysen och expertintervjuerna nivåbaserat. Med andra ord: utifrån datakvaliteten och datatillgängligheten sattes exponeringsanalysen och expertintervjuerna i relation till varandra.

Bedömning av Lidl Sveriges affärsrelevans

Lidl Sverige höll en workshop med hållbarhetsteamet i Sverige för att bedöma affärsrelevans. Teamet fick till uppgift att bedöma de 17 hållbarhetsfrågorna som ingår i Lidl's Responsibility Model med avseende på de affärsrelaterade möjligheterna och riskerna. Resultaten överfördes till väsentlighetsmatrisen i form av y-axeln. Företagsledningen gjorde därefter en egen bedömning av de 17 hållbarhetsfrågorna och validerade sedan resultatet från hållbarhetsteamets workshop. Detta resulterade i affärsrelevansen i

väsentlighetsmatrisen (se sida 6).

Sammanförande av de två analysdimensionerna

Resultaten visar att klimat, cirkulär ekonomi, arbetsskydd och mänskliga rättigheter har störst relevans för Lidl Sverige. Totalt finns det nio hållbarhetsfrågor som är väsentliga för Lidl Sverige. Det innebär att affärsverksamheten som Lidl Sverige bedriver påverkar människor, miljö och samhälle i stor omfattning vad gäller det aktuella ämnet eller att det är där som de största affärsrelaterade möjligheterna och riskerna finns för Lidl Sverige. De ligger följaktligen innanför företagets väsentlighetströskel och utgör grunden hållbarhetsrapporten.

Resultaten visar att klimat, cirkulär ekonomi, arbetsskydd och mänskliga rättigheter har störst relevans för Lidl Sverige.

