

MEDARBETARE OCH VERKSAMHET



Att jobba på Lidl är att vara del av ett driftigt gäng med hjärta. Här får alla ta ansvar och tänka själva från start, tillsammans med mer erfarna kollegor som är med och stöttar.

Smart arbete, strukturerade processer och kostnadsmedvetenhet präglar Lidls butiker och verksamhet. Vi äger merparten av butiksfastigheterna själva, vilket ger omfattande kontroll och handlingsfrihet.

Medarbetare

POLICY OCH HANTERING

Det är våra drygt 4 200 medarbetare som gör Lidl till Lidl. Att var och en inom Lidl trivs och kan göra ett bra jobb är förutsättningen för vår expansion och framgång. Tillsammans fortsätter vi att utmana och utveckla den svenska dagligvarubranschen. Allt för att så många som möjligt ska ha tillgång till mat av högsta kvalitet till bästa pris.

HR-organisationens uppdrag är att skapa bästa möjliga förutsättningar för medarbetarnas trivsel, utveckling och prestation. I tillägg till allt som har med arbetsgivaransvar att göra prioriterar vi kompetensutveckling, ledarskap och digitalisering. Det är angeläget att fortsätta att utvecklas för att attrahera nya och behålla befintliga medarbetare, och för att vara en bra och ansvarstagande arbetsgivare för varje anställd.

Alla Lidls chefer deltar aktivt i HR-arbetet och både huvudkontor och regionkontoren i Halmstad, Rosersberg och Örebro har HR-resurser. HR-direktören och avdelningen för HR leder, stödjer och följer upp arbetet och personalansvaret.

Allt medarbetarrelaterat arbete utgår från gällande lagar, regler och kollektivavtal samt från interna styrdokument för:

- Arbetsmiljö
- Mångfald, kränkande särbehandling och diskriminering
- Jämställdhet
- Hälsa och rehabilitering
- Alkohol och droger

Under året utvecklade vi en policy för likabehandling som ersätter våra befintliga styrdokument för mångfald, kränkande särbehandling, diskriminering och jämställdhet. Den börjar tillämpas under 2019.

GRI: 102-16, 103-1, 103-2

Kultur och värderingar

Lidls kultur och värderingar är kittet som förenar och vägleder oss. Vi jobbar smart, resurseffektivt och ser till helheten. Vi tar ansvar och håller vad vi lovar, som individer och som bolag. Och vi strävar ständigt framåt, tillsammans.

Lidls värdegrund och ledarskapsfilosofi bygger vårt arbetsklimat och vi är alla förebilder och kulturbärare. Värdeorden tillsammans, ansvar, smart och engagemang bildar tillsammans med vårt ledarlöfte ”High 5” Lidls värdegrund. Värdeorden kompletteras med uppmaningen ”ha kull!”. Värdegrunden kommuniceras kontinuerligt, till exempel via intranät och medarbetarträffar, och planen är att jobba ännu aktivare med värderingarna.

Lidls värderingar

Tillsammans: Respekt – Omtanke – Samarbete

Ansvar: Hålla löften – Långsiktighet – Förtroende – Våga

Smart: Enkelhet – Proaktivitet – Resursmedvetenhet – Helhetstänk

Engagemang: Energi – Vilja – Delaktighet – Initiativförmåga

Affärsetik

Var och en som företräder Lidl ska agera lagligt och lämpligt i alla situationer. Detta anges i Lidls uppförandekod, som bland annat innehåller förbud mot mutbrott. Alla medarbetare får information om affärsetik och antikorruption genom de policyer som ingår i personalhandboken samt genom interna rutiner. I personalhandboken återfinns guidning kring lämpligt agerande i olika situationer. Medarbetare med särskilda behov tar del av ytterligare utbildningsinsatser.

Anställningsvillkor

Vi jobbar aktivt för hög trivsel bland medarbetarna. Goda villkor, kollektivavtal samt marknadsmässiga löner och förmåner är självklarheter hos oss. De fyra

kollektivavtal som Lidl verkar inom utgör vår miniminivå. Samtliga medarbetare utom sverigechefen omfattas av kollektivavtal.

Den som jobbar inom Lidl erbjuds en rad förmåner. I kollektivavtalen ingår bland annat tjänstepension och olika försäkringar. Utöver detta erbjuds medarbetarna förmåner såsom friskvårdsbidrag, värdecheckar och rabattkuponger. Samma förmåner gäller för alla, oavsett anställningsform.

Lidls lönenivåer och förmåner jämförs mot marknaden för att säkerställa att vi har ett slagkraftigt erbjudande. Lön och förmåner ska signalera att Lidl är en arbetsgivare som mår om sina medarbetare.

MÅL OCH AKTIVITETER 2018/19

- Målet är att personalomsättningen ska uppgå till högst 21 procent. Årets personalomsättning uppgick till 26,1 (25,8) procent. Det är i nivå med branschsnittet men högre än vårt mål.
- Genomförde ett omfattande projekt med syfte att sänka personalomsättningen. Att sänka personalomsättningen är fortsatt ett högt prioriterat område.
- Flera åtgärder genomfördes för att få medarbetarna att stanna längre inom Lidl:
 - Implementering av ny rekryteringsprocess
 - Utveckling av ny introduktionsutbildning i rekrytering för butikschefer
 - Utveckling av bolagets introduktion för nyanställda
- Genomförde lönekartläggning, i enlighet med svensk lagstiftning. Det framkom att lönediskriminering inte förekommer i bolaget.
- Gick över till nytt kollektivavtal för lager och e-handel, som ersätter partihandelsavtalet.

ANTAL MEDARBETARE

	2016/17	2017/18	2018/19
Kvinnor	1 872	2 032	2 171
Män	1 771	1 941	2 057
Totalt	3 643	3 973	4 228

GRI: 102-8, 102-16, 102-41, 103-1, 103-2, 103-3, 401-2, 403-6

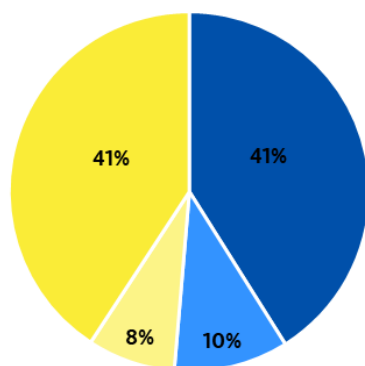
TILLSVIDAREANSTÄLLDA

	2016/17	2017/18	2018/19
Kvinnor	1 456	1 597	1 737
Män	1 441	1 607	1 724
Totalt	2 897	3 204	3 461

VISSTIDSANSTÄLLDA

	2016/17	2017/18	2018/19
Kvinnor	416	435	434
Män	330	334	333
Totalt	746	769	767

TILLSVIDARE- OCH VISSTIDSANSTÄLLDA



- Kvinnor, tillsv.
- Kvinnor, visstid
- Män, visstid
- Män, tillsv.

ÅLDERSFÖRDELNING

Ålder	Kön	Ledning	Chef	Medarbetare	Totalt
<30	Kvinnor	0	24	1 186	1 210
	Män	0	30	913	943
	Totalt	0	54	2 099	2 153
30-50	Kvinnor	2	104	803	909
	Män	4	207	857	1 067
	Totalt	6	310	1 660	1 976
>50	Kvinnor	1	1	47	49
	Män	1	0	48	49
	Totalt	2	2	95	98
Alla	Kvinnor	3	129	2 037	2 169
	Män	5	237	1 817	2 059
	Totalt	8	366	3 854	4 228

NYANSTÄLLDA

	2016/17	2017/18	2018/19
Kvinnor	342	475	565
Män	276	456	477
Totalt	618	931	1 042

PERSONALOMSÄTTNING

	2016/17	2017/18	2018/19	Mål
	24,1%	25,8%	26,1%	≤21%

GRI: 102-7, 103-3, 102-8, 401-1

Kompetens och utveckling

Förändring är vår hemmaarena – vi verkar i en snabbväxande bransch som dessutom står mitt i vår kanske största omställning i modern tid. Det präglar vår miljö och ställer höga krav på vår initiativ- och anpassningsförmåga. Det säger sig självt att kompetens och utveckling är centralt inom Lidl.

Inom Lidl råder en flexibel syn på vad individer kan och är kapabla till. Potential kan ofta gå före erfarenhet. Huvudsaken är att man förstår Lidl och tillsammans med sina kollegor kan och vill bidra till bolagets framgång.

Vi rekryterar främst ur de egna leden och uppmuntrar rörlighet mellan olika delar av bolaget. Hos oss finns gott om exempel på personer som börjat i butik och på lager och som sedan tagit sig vidare till andra områden. Det finns goda möjligheter att göra karriär, både i Sverige och internationellt.

LIDLs KOMPETENSMODELL

Lidls kompetensmodell tydliggör våra centrala kompetenser:

- Personlig kompetens: förändringsbenägenhet, prestationsförmåga, entreprenörskap
- Företagsmässig kompetens: resultatorientering, förståelse för komplexitet
- Social kompetens: kommunikationsförmåga, samarbetsförmåga, konflikthantering
- Ledarskap: skapa motiverande arbetsmiljö, medarbetarutveckling, delegering

Kompetensernas exakta innebörd anpassas efter respektive roll och samtliga finns mer noggrant specificerade i våra verktyg. Kompetensmodellen är grunden för all vår kompetensutveckling.

INTRODUKTION OCH UTBILDNING

Nyanställda och kollegor som byter uppgifter får en ordentlig introduktion. Det finns både landspecifika och internationella koncept för introduktion av olika medarbetargrupper. För till exempel butikssäljare finns en digital

plattform som komplement till de praktiska momenten i butik. Chefer erbjuds verktyg och stöd för att introducera medarbetare på bästa sätt.

Språkundervisning

Lidl erbjuder kurser i svenska och koncernspråket tyska på arbetstid. Kurserna ges oftast individuellt eller i små grupper. Deltagarna i svenskundervisningen är främst chefer som inte har svenska som förstaspråk. Undervisningen ger också kunskap om svensk kultur och arbetsmarknad. Tyskkurserna fokuserar på affärstyska och vänder sig till dem som arbetar inom områden där språket ofta förekommer. Utöver detta erbjuds svenskundervisning till medarbetare som behöver enklare språkfärdigheter, till exempel yrkesspecifika termer.

Vi har en språkansvarig lärare och därtill anlitar vi externa leverantörer. Under året fick 56 medarbetare språkundervisning.

UTVÄRDERING OCH UTVECKLING

Lidls Talent Management-process innebär att varje medarbetare genomför ett utvecklingssamtal i början av året, som följs upp inom ett halvår. För vissa medarbetargrupper görs också potentialbedömningar. Bedömningarna görs vid årliga konferenser för hela bolaget där prestation, potential och utveckling tas upp.

Talent Management-processen är viktig för utvecklingen av våra medarbetare samt för Lidls successionsplanering.

AKTIVITETER 2018/19

- Vidareutvecklade våra processer för introduktion av nya medarbetare och vårt e-utbildningsverktyg för butik.
- Fortsatte digitalisera HR-relaterade processer och verktyg, däribland Talent Management-processen.
- Vidareutvecklade vårt erbjudande inom kompetensutveckling genom att ta fram en verktygslåda baserat på Lidls kompetensmodell.
- Införde lärarledda språkkurser via video samt onlinekurser.

GRI: 401-2

Ledarskap

Utveckling står i centrum för ledarskapet inom Lidl – det handlar om viljan och förmågan att utveckla sig själv, medarbetarna och bolaget. Det finns tydliga förväntningar på ledarskapet i bolaget. Utgångspunkten är ledarskapslöftet High 5:

1. Leda genom kommunikation
2. Utveckla medarbetare
3. Främja högprestation och dynamik
4. Skapa förtroende och agera rättvist
5. Ta ansvar och vara en förebild

Lidl Sveriges olika program för ledarskapsutveckling utgår från ledarskapslöftet och metoden för ledarskapsutveckling tar avstamp i Försvarmaktens ledarskapsmodell Utvecklande ledarskap.

AKTIVITETER 2018/19

- Vidareutvecklade Lidls koncept för ledarskapsutveckling, bland annat med fokus på hälsa.
- Startade ett omfattande utvecklingsprojekt för butik och för lager, med syfte att utveckla organisation och ledarskap.

Medarbetardialog och arbetsgivarvarumärke

Målet är att varje medarbetare ska känna sig hemma, och känna stolthet över att ingå i vårt team. Därför anstränger vi oss för att vara och uppfattas som en arbetsgivare som månar om medarbetarna.

⁸ Nyckeltalet Employee Net Promoter Score (eNPS) bygger på frågan "hur sannolikt är det att du skulle rekommendera Lidl som arbetsgivare?" Frågan besvaras med en tiogradig skala. De som ger betyget 0–6 betecknas Detractors, de som ger betyget 7–8 kallas Passives och de som ger betyget 9–10 är så kallade Promoters. eNPS kan ligga på mellan -100 och 100. eNPS beräknas genom att andelen Detractors

För att följa upp medarbetarnas uppfattning om Lidl genomförs regelbundna så kallade pulsmätningar. Varje mätning består av övergripande frågor om trivsel, kommunikation, teamskap, ledarskap och arbetsmiljö.

MÅL OCH AKTIVITETER 2018/19

- Genomförde en pulsmätning som gick ut till samtliga medarbetare och besvarades av 952 personer (23 procent). Mätningen visade på starka resultat inom teamskap och ledarskap samt förbättringspotential inom internkommunikation och arbetsmiljö.
- Pulsmätningen visade även att Lidls eNPS (employee Net Promoter Score)⁸ uppgår till -20, vilket innebär färre 'Promoters' än 'Detractors'.
- Började vidta åtgärder, som en konsekvens av resultatet i pulsmätningen. Bland annat träffade vi fokusgrupper från alla arbetsområden för att få mer nyanserade svar och konkret feedback (se nedan).

Fokusgrupper: Deltagarna kom från alla arbetsområden (butik, lager och kontor). Målet var att få feedback kring vad vi som arbetsgivare gör bra och vad vi kan förbättra. Följande områden togs upp: arbetsmiljö, arbetsvillkor, kultur och ledarskap, kompetensutveckling samt förmåner. Utfallet påverkade HR-avdelningens agenda för 2019. Vi kommer att fortsätta med fokusgrupper under 2019/20, för att få underlag till kommande insatser kring Lidls värdegrund.

Hälsa och säkerhet

Var och en inom Lidl ska må bra och trivas på jobbet. Därför jobbar vi långsiktigt och systematiskt för att våra butiker, lager och kontor ska ha en säker och bra arbetsmiljö. Vi motverkar också stress och stärker arbetsklimatet. Det gynnar medarbetarna och höjer kundernas upplevelse i butiken.

GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 401-2, 403-8 subtraheras från andelen Promoters.

Inom Lidl gäller en nollvision för olyckor och arbetsskador.

Så jobbar vi

Systematiskt arbete: Allt arbete inom arbetsmiljö, hälsa och säkerhet utgår från gällande lagar, regler och kollektivavtal samt från interna styrdokument. Lidls ledningssystem för arbetsmiljö omfattar samtliga anställda och övriga medarbetare i bolaget. Ledningssystemet och arbetsmiljön revideras internt samt står under myndighetstillsyn.

Arbetsmiljöarbetet bedrivs både centralt och regionalt (i anslutning till våra tre regioner). På regional nivå sker det med hjälp av arbetsmiljökonsulter som stödjer chefer och medarbetare. Arbetsplatsdialoger hålls regelbundet. Arbetsmiljöfrågorna hanteras vidare av arbetsmiljögrupper och arbetsmiljökommittéer. Kommittéerna är arbetsmiljöorganisationens länk till företagsledningen.

Vi bedömer och förebygger arbetsmiljörisker löpande. Att planera för en god arbetsmiljö är givet då vi bygger och bygger om butiker och lager. Ett exempel är uppdateringen av våra kassor, där vi installerar en ny scanningsfunktion som kräver färre lyft och vridmoment. System för slutan hantering installeras löpande i butiker som ännu inte har det, med syfte att minska risken för rån.

Hälsostärkande insatser: Våra policyer, arbetsätt och utbildningar är basen. Exempelvis ingår skaderisk och ergonomi i grundutbildningen för butiks- och lageranställda. Därtill främjar vi hälsa genom att erbjuda alla medarbetare friskvårdsbidrag. Hälsa tas även upp vid de årliga utvecklingssamtalen.

MÅL OCH AKTIVITETER 2018/19

- Målet är att frisknärvaron ska uppgå till 95 procent senast 2020/21. Årets utfall blev 94 procent.
- Lanserade ny rehabpolicy, med tydligare fokus på förebyggande och tidiga insatser.
- Införde ny systematik för arbetsmiljöarbetet, med strukturerade arbetsplatsdialoger, arbetsmiljögrupper i regionerna och arbetsmiljökommittéer. Lidl har även en arbetssäkerhetsansvarig.

- Deltog i arbete inom HSG (Handelns Säkerhetsgrupp, en sammanslutning för säkerhet inom svensk detaljhandel).

FRISKNÄRVARO

	2016/17	2017/18	2018/19	Mål 2020
Totalt	94%	94%	94%	95%

ARBETSPLATSOLYCKOR

	2016/17	2017/18	2018/19
Totalt	47	52	54

Mångfald och likabehandling

Lidl är till för alla. Det som räknas är medarbetarnas inställning och vilja att jobba för kundernas och Lidls bästa. Får vi en mångfaldig medarbetarstyrka som speglar samhällena där Lidl finns, ökar också chansen att våra kunder känner igen sig och trivs när de besöker våra butiker.

Lidl värnar medarbetarnas rättigheter, inklusive rätten att ingå i fackliga organisationer och kollektiva förhandlingar.

Vi arbetar för att jämna ut könsfördelningen i bolaget, som ett steg mot ökad jämställdhet. Vårt nuvarande mål gäller chefer; könsfördelningen ska vara minst 40/60. Lidls ambition och jämställdhetsmål tas upp med rekryterande chefer och externa rekryterare.

48%

medarbetare med utländsk bakgrund

GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 403-1, 403-2, 403-4, 403-5, 403-6, 403-8, 405-1

MÅL OCH AKTIVITETER 2018/19

- Målet är att könsfördelningen bland chefer ska vara minst 40/60. Vid verksamhetsårets utgång var 35 procent av cheferna kvinnor och 65 procent män.
- För första gången tog vi med hjälp av SCB fram uppgifter om medarbetarnas härkomst. 48 procent av Lidl's medarbetare och 31 procent av cheferna har utländsk bakgrund.
- Inga diskrimineringsärenden inkom under verksamhetsåret.

KÖNSFÖRDELNING BLAND LEDARE

Ledande positioner	2016/17		2017/18		2018/19		Mål
Kvinnor	130	39%	135	38%	132	35%	40%
Män	201	61%	218	62%	242	65%	60%
Totalt	331	100%	353	100%	374	100%	100%
Företagsledningen							
Kvinnor	-	-	3	43%	3	38%	
Män	-	-	4	57%	5	63%	
Totalt			7	100%	8	100%	
Utökad företagsledning							
Kvinnor	-	-	3	30%	3	27%	
Män	-	-	7	70%	8	73%	
Totalt			10	100%	11	100%	

Kommentar: Vid verksamhetsårets utgång var 35 procent av cheferna kvinnor och 65 procent män. Målet är minst 40/60. Uppgifter avseende företagsledningen och utökad företagsledning äldre än för 2017/18 saknas.

Miljöansvar i egen verksamhet

POLICY OCH HANTERING

Butikerna är vår arena – här äger merparten av Lidl's verksamhet rum. Följaktligen härrör en avsevärd del av Lidl's miljöpåverkan från butikerna. Miljöarbetet omfattar ny- och ombyggnation av butiker, resursanvändning (reduktion och ansvarsfull hantering av matsvinn samt återvinning och avfall), energianvändning och köldmedier i butik samt logistik och transporter. Fokus är alltså på Lidl's direkta miljöpåverkan men vårt arbete omfattar också det vi kan påverka utanför den egna verksamheten.

Vi äger merparten av butiksfastigheterna själva, vilket ger omfattande kontroll av och handlingsfrihet att minska vår negativa påverkan, i synnerhet på klimatet och naturresurser. Av 181 butiker äger vi 140 (77 procent) själva och hyr resterande. Lidl har ingen egen transportflotta utan köper transporttjänster från externa åkerier. Vi har nära samarbete med våra logistikpartners och därmed bra förutsättningar att effektivisera transporterna, även ur miljösynpunkt.

Flera avdelningar är involverade i styrningen och driften av butikerna. Fastighetsavdelningen kontrollerar och följer upp energianvändning i våra fastigheter medan avdelningen för tekniskt inköp följer köldmedia i butik och på lager. Försäljningsavdelningen är också inblandad. Transporter hanteras av logistikavdelningen. Alla dessa avdelningar är representerade i Lidl's hållbarhetsråd.

Energianvändning

En ansenlig del av butikernas kostnader och miljöpåverkan härrör från butikernas energianvändning. Därför jobbar vi aktivt med dessa områden. Bäst är givetvis att göra rätt från start – läs om ny- och ombyggnation av butiker på sidan 43. Vårt primära mål är att minska energianvändningen per kvadratmeter totalyta.

Så jobbar vi

Ledningssystem: Arbetet utgår från Lidl's energipolicy. Lidl's energiledningssystem är certifierat enligt ISO 50001 och hjälper oss att effektivisera och minska energianvändningen på ett strukturerat sätt. Arbetet underlättas av Lidl's konceptstyrning och homogena butiksbestånd. Ledningssystemet revideras årligen.

Systematiska insatser: Bland våra systematiska insatser märks energisnål belysning, smarta ventilationssystem, automatiska kylgardiner, glaslock på frysar samt värmeåtervinning från kylanläggningar. Dessutom har vi installerat solceller på ett antal butiker.

Vi satsar också mycket på att optimera processer i butik. Smart och kostnadseffektivt arbete gynnar både miljön, kunderna och medarbetarna.

Uppföljning: Uppföljningen av energianvändningen ger god överblick samt möjlighet att optimera och hantera avvikelser. Vi har total kontroll över vår energianvändning tack vare ett centralt styr- och övervakningssystem. Samtliga egenägda butikslokaler samt centrallager är uppkopplade mot detta system. Förutom energi kan vi även följa exempelvis ventilation och temperatur. Energianvändningen följs upp varje eller varannan månad. Dels följer vi upp på butiksnivå för att identifiera och åtgärda högförbrukande

GRI: 103-1, 103-2, 103-3

butiker, dels sker uppföljning med huvudkontoret för att jämföra Sverige mot andra Lidl-marknader.

KÖLDMEDIA I BUTIK

Lidl anpassar verksamheten till f-gasförordningen som syftar till att fasa ut de miljöfarligaste köldmedierna. F-gaser används i bland annat kyl- och luftkonditioneringsanläggningar.

Alla nya butiker får kyl- och frysanläggningar med propan, ett naturligt köldmedium som gör att vi klarar gällande gränsvärde. Många befintliga kylar och frysar använder redan propan och kvarvarande anläggningar anpassas löpande för att klara gränsvärdet.

MÅL OCH AKTIVITETER 2018/19

- Höll utbildningar för samtliga medarbetare i processoptimering.
- Införde idéhanteringssystem med möjlighet till belöning, för att uppmuntra alla medarbetare att bidra till att utveckla och optimera verksamheten.
- Fortsatte installation av och utbyte till LED-belysning på bred front.
- Fortsatte installation av behovsstyrd belysning.
- Fortsatte satsningen på solcellsanläggningar på våra fastigheter.
- Installerade höghastighetsladdstationer till elbilar i fler egenägda butiker (ökar Lidls energiförbrukning men underlättar för miljömedvetna kunder).
- Våra fem butiker med solcellsanläggningar (Ljungby, Västra Frölunda, Växjö, Upplands-Bro och Södertälje) producerade tillsammans 442 092 kWh el. Det motsvarar en snittbutiks årsförbrukning. Produktionen säljs till elnätet.
- Fortsatte anpassningen av våra kyl- och frysanläggningar, med syfte att efterleva f-gasförordningen.
- Under 2018 uppgick den totala elförbrukningen till 75 910 (71 910) MWh. Det motsvarar 309 kWh/m² försäljningsyta och 222 kWh/m² total yta.

ELFÖRBRUKNING I BUTIK (TOTAL)

	2016/17	2017/18	2018/19	Mål 2018
Total (MWh)	70 544	71 910	75 910	71 114

Kommentar: Att den totala energiförbrukningen ökar beror på att vi utökar verksamheten med fler butiker, fler installerade enheter och utökade öppettider. Alla nya installationer är mycket energieffektiva men bidrar givetvis till den totala förbrukningen. All förbrukning avser el från förnybara källor (vattenkraft).

ELFÖRBRUKNING I BUTIK (RELATIVT YTA)

	2016/17	2017/18	2018/19	Mål 2020
Säljyta (snitt kWh/m ²)	313	320	309	313
Total yta (snitt kWh/m ²)	225	230	222	220

Kommentar: Ovan uppgifter avser jämförbara butiker, som uppgår till 112. (Lidls totala bestånd uppgick till 181 butiker vid verksamhetsårets utgång.)

GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 302-1, 302-3

Återvinning och avfall

Allt arbete inom återvinning och avfall utgår från svensk lagstiftning och omfattar samtliga butiker och centrallager. Vi jobbar med ständiga förbättringar utifrån ambitionen att minimera avfall som går till förbränning och deponi.

Arbetet styrs på konceptnivå från Lidl Stiftung genom att alla butiker utformas på samma sätt. Den svenska försäljningsavdelningen står för genomförandet. Det finns etablerade processer för våra lager och arbetet sker i samverkan med Lidl Stiftungs logistikavdelning.

Organiskt avfall sorteras ut i butiker och på lager och används för produktion av biogas eller etanol. För butik sker detta i alla kommuner där det är möjligt. Wellpapp, plast, glas och andra material återvinns. Lidl använder ett internt system för att överblicka avfallshanteringen. Vi följer framförallt upp varje butiks kärvolym i relation till dess omsättning, återvinning i relation till avfall samt vikt per återvinnings- och avfallsfraktion.

OSÅLD NON-FOOD

Osålda textilier och övriga non-food-varor säljs i första hand på andra marknader och i andra hand återvinns produkterna för att bli exempelvis stoppning i bilsäten. Osålda textilier och övrig non-food hanterar vi med hjälp av schweiziska företaget LifeCycleCloud. Målet är att inget ska behöva gå till förbränning eller deponi.

AKTIVITETER 2018/19

- Installerade kanalbalpressar i ett antal butiker, för att effektivisera hanteringen av wellpapp och undvika onödiga transporter.
- Testade nya återvinningslösningar, bland annat att på lager för att producera slam av organiskt avfall.

AVFALL OCH HANTERINGSMETOD (TON)

	2016/17	2017/18	2018/19
Wellpapp	11 589	13 822	13 712
Plastfolie	304	389	351
Trä	450	384	282
Metall	650	565	413
Organiskt avfall	841	348	480
Textil	29	16	40
Avfall till återvinning	13 863	15 524	15 278
Brännbart	580	680	841
Deponi	288	717	434
Farligt avfall	17	46	21
Avfall	885	1 443	1 296
Totalt	14 748	16 967	16 574
Återvinningsandel	94,0%	91,5%	92,2%

Kommentar: Ovan redovisade uppgifter avser avfall från lager. Osålda varor som går till donationspartners samt avfall som omfattas av producentansvar (till exempel batterier och elektronik) ingår inte.

Jämfört med 2017/18 ökade återvinningsandelen. Det beror bland annat på bättre utsortering av avfall, ökad vidareförsäljning av textilier och andra non-food-varor samt satsningar på mindre varuförpackningar. Under 2017/18 ökade deponiavfallet tillfälligt, främst till följd av modernisering av butiker. Det har återgått till normala nivåer.

Matsvinn

Resurseffektivitet är centralt i hela livsmedelskedjan och på senare år har matsvinn med rätta seglat upp som en särskilt utmanande och angelägen fråga. Bara i Sverige slängs varje år runt 1,3 miljoner ton fullt tjänlig mat. Det är ett enormt slöseri då mat odlas, produceras och transporteras helt i onödan.

GRI: 103-1, 306-2

Att maximera effektivitet och minimera slöseri är något av en paradgren inom Lidl. Vi undviker avfall och annat slöseri, delvis för att hålla kostnaderna nere. Vi påverkar leverantörerna till att minska svinn samt genomför åtgärder i våra butiker och lager. Vi utvärderar och utvecklar ständigt våra arbetssätt för att bli ännu effektivare. Det är mot denna bakgrund som Lidl har antagit en offensiv strategi med utmanande mål för att minska matsvinnet.

Matsvinn som uppstår i butiker och på lager hanteras av funktionerna försäljning och logistik samt av distriktschefer, butikschefer och butiksmedarbetare. Konceptet ”Ta vara på” koordineras av försäljning och involverar funktionerna inköp, hållbarhet samt marknad och kommunikation. Lidl har riktlinjer för donationssamarbeten. Samtliga insatser för minskat matsvinn utförs och utvärderas löpande.

Så jobbar vi:

Förebyggande

Förebyggandet av matsvinn börjar med effektiv beställning av varor. Två centrallager med fullt sortiment möjliggör en leverans per butik och dag. Det gör att varje butik får det den behöver; rätt varor med så bra datum att inga egna varulager krävs.

Daglig koll

Samtliga butiker har tekniskt stöd för dagliga datumkontroller. Varor sätts ner med 30 procent i god tid innan sista förbrukningsdag eller bäst-före-datum. Så har vi jobbat från första början (2003). Vi testar ständigt nya lösningar för att ytterligare minska svinn, se nedan under Mål och aktiviteter 2018/19.

1,78%

matsvinn

MATDONATIONER

Tjänlig mat som inte går att sälja ger vi gärna bort. I Stockholm, Göteborg, Malmö och Lund samarbetar butikerna med Allwin, ett företag som distribuerar mat till kyrkor och hjälporganisationer. Butikerna i Gävleborg samarbetar med Matakuten. Butiker som inte ingår i Lidls centrala samarbeten har möjlighet att initiera egna samarbeten för matdonation.

Våra lager samarbetar med Rescued Fruits, som gör juice av frukt och grönt som inte sålts. Lagret i Rosersberg samarbetar även med Stadsmissionen.

LÅNGTGÅENDE INSATSER

Eftersom svinn är en utmaning i alla delar av livsmedelskedjan vill Lidl bidra till att minska svinn hos leverantörer och kunder. När det gäller kunder tänker vi till exempel på förpackningsstorlekar och om förpackning behövs överhuvudtaget. Vi ökar andelen frukt och grönt som säljs i lösvikt. Då kan kunden köpa precis så mycket som behövs och sannolikt blir det mindre matavfall därhemma.

MÅL OCH AKTIVITETER 2018/19

- Satte nytt mål för minskat matsvinn: till 2025 ska matsvinnet i Lidls butiker och lager halveras jämfört med basår 2017 och samtliga butiker ska ha ingått donationssamarbeten.
- Lanserade koncept för minskat matsvinn: ”Ta vara på – för planet och plånbok” (se nedan).
- Ingick samarbete med Fazer för minskat brödsvinn (se nedan).
- Testade ytterligare åtgärder för minskat matsvinn (se nedan).
- Matsvinnet uppgick till 6 433 ton, vilket motsvarar 1,78 procent av nettovikt såld mat (inom varukategorier som kan generera matsvinn).
- Utökade antalet donationssamarbeten. Vid verksamhetsårets utgång hade 42 (40) procent av butikerna etablerat samarbeten.

MATSVINN

	2017/18	2018/19	Mål 2025
Nettovikt såld mat* (ton)	338 912	360 868	
Nettovikt matsvinn (ton)	5 488	6 433	
Matsvinn (andel av såld mat)	1,62%	1,78%	0,81%

*Inom varukategorier som kan generera matsvinn.

MATDONATIONER

	2017/18	2018/19	Mål 2025
Andel butiker med matdonationer	40%	42%	100%

Testprojekt i butik för minskat matsvinn

Under hösten lanserade Lidl konceptet "Ta vara på – för planet och plånbok". Här samlar vi allt vi redan gör för att minska vårt matsvinn, såsom dagliga leveranser från våra fullsortimentslager som ger ett ständigt inflöde av varor med bra datum, prisreducering då bäst-före-datum närmar sig samt donationssamarbeten. Konceptet rymmer, och kommer att rymma, ännu fler åtgärder för att minska matsvinnet – hos Lidl, hos leverantörerna och hos kunderna.

Under året testade vi två nya åtgärder; prissänkning med 30–90 procent på varor med "superkort datum" (samma dag som bäst-före-datum) samt försäljning av frukt- och gröntlådor till kraftigt reducerat pris. Lådorna innehåller frukt och grönt som inte kan säljas till ordinarie pris samt från nät och förpackningar där det som är oätligt plockats bort.

Insatserna bidrar till Lidls nya mål: till 2025 ska matsvinnet i Lidls butiker och lager halveras jämfört med 2017.

Samarbete med Fazer för minskat brödsvinn

Fazer är Lidls enda externa leverantör av bröd, vilket ger goda möjligheter att genomföra positiva förändringar som att minska svinnet. Vårt utökade samarbete går ut på att Lidl tar helhetsansvar, från beställning till hantering av svinnet. Vi gör som vi brukar med bröd – prisreducerar det som håller på att gå ut och skänker eller säljer gammalt bake-off-bröd till drivmedelskedjan NEOT som gör etanol av det. Redan under första månaden halverades svinnet.

Branschnormen för bröd är att leverantören ansvarar för det som inte säljs, vilket gör att butikerna saknar starka incitament att minska svinnet.

Logistik och transporter

Logistiken är en central del i dagligvaruhandeln och Lidl's verksamhet, och vi jobbar aktivt för att minska dess miljöpåverkan. Ambitionen är att vara dagligvaruhandelns mest framstående aktör inom logistik och hållbarhet.

Vårt fokus på processer är en stor tillgång, även för logistikarbetet. Vi trimmar de egna aktiviteterna, testar nya lösningar och samarbetar med till exempel forskare, lastbillstillverkare och drivmedelsproducenter. På så vis förbättrar vi vår klimatprestanda och driver utvecklingen framåt. Ambitionen är att varorna ska nå butikerna till så låg kostnad som möjligt, sett till tid, bränsle och miljöpåverkan.

Så jobbar vi

Upplägg: Merparten av våra importerade varor går från hubbar i Tyskland på tåg upp till Sverige och närmsta möjliga kombiterminal där de lastas om för att gå sista biten på landsväg in till lagren. Så gott som alla Sverigebaserade leverantörer levererar till våra centrallager i Halmstad och Rosersberg.

All transport fram till våra centrallager köps in, med noggranna specifikationer på fordonsnivå (inklusive teknik, drivmedel etc.). Cirka 65 fordon kör för Lidl.

Daglig planering: Vi jobbar dagligen med planering, för att hålla transporterna så effektiva som möjligt med kortast möjliga körsträcka mellan centrallager och butiker. Logistikedjan är så pass trimmad att standardupplägget numera är en leverans per butik och dag. Undantaget är små butiker i storstäder, med hög omsättning och/eller förbud mot tunga lastbilar.

Optimering: Vi jobbar ständigt vidare med logistikoptimering. Till exempel nyttjar vi lastbilarna i båda riktningar; när varorna levererats skickas returgods, emballage och tompallar tillbaka till lagren. Vi jobbar också med "hämta-självlöden" där Lidl's egna lastbilar hämtar inleveranser på väg tillbaka från butikerna. Det gör att leverantörerna slipper köra till Lidl's centrallager.

Leverantörer: Dialogen med transportleverantörerna är en väsentlig del i vårt förbättringsarbete. Miljökrav ingår i upphandlingar och samarbeten. Vi samverkar bland annat kring att fylla lastbilarna maximalt.

Uppföljning: Logistikverksamheten följs upp noga. Vi följer ett antal nyckeltal varje dag, vecka, månad och år. Olika interna och externa kontroller och besiktningar genomförs.

95%

fyllnadsgrad transporter

72%

fossilfritt bränsle

KLIMATSMARTA DRIVMEDEL

Lidl skärper successivt kraven på de externa åkerier vi anlitar, även avseende miljö- och klimathänsyn. Ungefär hälften av lastbilarna som kör för Lidl går på biodiesel (HVO eller RME) och ett fåtal är diesel-/gashybrider och biodiesel-/elhybrider. Resterande tankas med Svanen-märkt diesel. Inget fordon använder fossil diesel.

MÅL OCH AKTIVITETER 2018/19

- Antog Fossilfritt Sveriges transportutmaning med fossilfria transporter till 2025 som mål.
- Började använda en lastbil med biogas som enda drivmedel. En av Stockholmsbutikerna behövde en ny lastbil och vi passade på att ta in en ny fordonstyp, då vi vill testa olika alternativ till fossila bränslen.
- Fortsatte samarbetet med techbolaget Einride, som går ut på att testa deras eldrivna självkörande lastbil T-pod. Målet är förarlösa transporter med ellastbilar till butik under 2019/2020.
- Fattade beslut om USECAP, ett projekt tillsammans med Stiftelsen Chalmers Industriteknik med stöd av Energimyndigheten. Syftet är att studera möjligheterna till ökad fyllnadsgrad och minskad överkapacitet för svenska godstransporter, för att öka effektiviteten och minska miljöpåverkan.

DRIVMEDEL (LITER)

	2016/17	2017/18	2018/19	Mål 2025
Diesel	1 578 733	7 032	0	
Gashybrid (LNG)	125 453	127 563	121 295	
Gashybrid (CNG)	0	0	5 078	
Elhybrid	57 515	50 017	57 840	
HVO/RME	1 580 190	1 941 670	2 048 108	
Svanenmärkt diesel	793 546	2 145 708	2 235 655	
Totalt liter	4 135 437	4 271 990	4 467 976	
Varav fossilfritt	2 034 478	3 064 541	3 226 822	
Andel fossilfritt	49%	72%	72%	100%

Milstolpar

- 2018: Antog Fossilfritt Sveriges transportutmaning med fossilfria transporter till 2025 som mål.
- 2017: Avtal med Einride om test av självkörande eldriven lastbil.
- 2016: Hela lastbilsflottan omställd till alternativa drivmedel såsom el, gas, biodiesel och Svanen-märkt diesel. Fossila bränslen kan användas i mycket begränsad omfattning och enbart då det råder brist på alternativa bränslen.
- 2014: Första elhybridlastbilen tas i bruk som en del i Off peak-projektet med bland andra Stockholms stad.
- 2013: Omställning till biodiesel inleds.
- 2010: Första miljöbilen (en biogashybrid från Volvo) tas in i Lidl's lastbilsflotta.

Ny- och ombyggnation

Att miljöpåverka Lidl's byggnader är en angelägen fråga, inte minst för att en ansenlig del av vår miljöpåverkan härrör från just byggnaderna. Dessutom äger vi merparten (140 av totalt 181) av butiksfastigheterna själva och planerar för en omfattande expansion (200 butiker under år 2020 och 300 butiker på sikt).

Så jobbar vi

Organisation: Fyra egna fastighetskontor etablerar, bygger och förvaltar butikerna. Arbetet hanteras av fastighetsdirektören och fastighetsavdelningen. Lidl Stiftung sätter vissa ramar och tar fram gemensamma lösningar för Lidl's samtliga butiker. Andra parametrar hanteras lokalt på respektive marknad.

Miljöeffektiva lösningar: I nya butiker satsar vi på de senaste lösningarna för att öka miljöprestandan. Vi minskar energianvändningen maximalt, till exempel med stora fönster som drar nytta av dagsljuset och energisnål belysning som tänds och släcks med närvarodetektorer. Lidl's befintliga butiksbestånd analyseras löpande för behov av effektivisering och modernisering.

Biologisk mångfald

Inför varje nyetablering utförs en ekologisk undersökning, med syfte att bevara och underhålla den biologiska mångfalden. Undersökningen utmynnar i rekommendationer avseende skydd av befintlig ekologi samt hur flora och fauna ska förvaltas. Lidl tar hänsyn till rekommendationerna vid projekteringen. Vi utgår från kraven i BREEAM och de exakta åtgärderna beror på varje butiks förutsättningar.

Lidl etablerar butiker främst i tätorter, i anslutning till bostäder samt kollektivtrafik och/eller större vägar. Vi samarbetar med kommunernas byggnadsnämnder för att säkerställa att ingreppen i naturen kontrolleras. Detta gäller även när Lidl köper mark då marken är del av kommunens detaljplan. Vid nyetableringar eller ombyggnationer för vi dialog med bland andra kommunen, andra markägare, andra företag och närboende.

MILJÖCERTIFIERADE BUTIKER

Lidl har som löpande mål att miljöcertifiera alla nybyggnationer enligt något av de ledande systemen.

GreenBuilding

Certifiering med fokus på effektiv energianvändning där byggnaden använder 25 procent mindre energi än nybyggnadskraven i Boverkets byggregler. Energianvändningen mäts och rapporteras årligen för att behålla certifikatet.

BREEAM

Certifiering där byggnadens miljöprestanda bedöms och poängsätts inom ett antal olika områden såsom biologisk mångfald, energianvändning, inomhusklimat, avfallshantering, val av byggnadsmaterial och närhet till allmänna kommunikationsmedel. Sedan 2017 miljöcertifieras alla Lidl's nybyggnationer med BREEAM.

NollCO₂

Ny certifiering för klimatneutrala byggnader som har utvecklats av Sweden Green Building Council. Certifieringen omfattar både materialtillverkare och byggtreprenörer genom att sätta gränsvärden för utsläpp från både produkt- och byggproduktionsfaserna. Målet är ett netto-noll-utsläpp under byggnadens livscykel. Det uppnås genom en synnerligen klimateffektiv byggnad samt genom att den "klimatskuld" som uppstår under byggnadens livslängd kompenseras med olika klimatåtgärder. Lidl deltar i testet av NollCO₂.

AKTIVITETER 2018/19

- Totalt var 179 av Lidl's 181 butiker certifierade enligt ISO 50001 vid årets utgång. Tre av dessa (Växjö, Södertälje och Kungsängen) har även klarat världens tuffaste miljöcertifiering, BREEAM Outstanding. Bara fem andra handelsbyggnader i världen har lyckats med detta.
- Lidl i Växjö utsågs till Årets BREEAM-byggnad på Sweden Green Building Awards och har sedan tidigare utsetts till världens grönaste nya

GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 304-2, CRE8

handelsbyggnad vid BREEAM Awards i London. Butiken var den första handelsbyggnaden i Sverige att nå BREEAM Outstanding.

- Påbörjade certifiering av lagret i Örebro och huvudkontoret i Barkarby enligt BREEAM Excellent.
- Lidl Sverige är en av tre som testat NollCO₂, en unik certifiering för klimatneutrala byggnader, då vi bygger en ny butik i Visby (se nedan).

Lidl pilotar unik certifiering

Några av världens grönaste handelsbyggnader tillhör Lidl. Under året tog vi nästa steg i och med att Lidls nya butik på Gotland blev pilot för nya certifieringen NollCO₂ som utvecklas av Sweden Green Building Council (SGBC).

Tillsammans med branschen har SGBC tagit fram en definition och certifiering för klimatneutrala byggnader. Certifieringen är mycket krävande samtidigt som den är nödvändig för att Sverige ska nå sina klimatmål. Kraven i NollCO₂ är bland de tuffaste i världen och sätter gränsvärden för utsläpp från både produkt- och byggproduktionsfaserna, vilket är unikt.

Med pilotprojektet i Visby vill Lidl bana väg för nya generationens klimatneutrala handelslokaler:

”Vi har högt satta hållbarhetsmål för hela verksamheten, från råvaror och produkter till byggprojekt och butiker. Med NollCO₂ vill vi fortsätta minska vår egen klimatpåverkan och bidra till utvecklingen genom att även ställa krav på leverantörer att minska sina utsläpp”, förklarar Thomas Brattlöv, fastighetsdirektör Lidl Sverige.

Klimatpåverkan

Klimatet är en av vår tids mest akuta och angelägna utmaningar. Växthuseffekten, som förstärks av utsläpp av klimatpåverkande växthusgaser, bidrar till bland annat naturkatastrofer såsom torka och översvämningar samt till att den biologiska mångfalden hotas. I förlängningen innebär detta sämre livsvillkor för människor och djur. Det äventyrar också tillgången till råvaror till de livsmedel som vi vill erbjuda våra kunder.

Lidls verksamhet är klimatpåverkande och vi gör givetvis vårt yttersta för att minska vår klimatpåverkan. Sett till hela värdekedjan är utsläppen störst i framställning och konsumtion av livsmedel, det vill säga led där vi saknar direkt kontroll. Vi satsar främst på effektivare logistik, högre andel klimatsmarta drivmedel samt energieffektivisering.

LIDLS KLIMATREDOVISNING

För att förstå vår klimatpåverkan utgår vi från Greenhouse Gas Protocol. Beräkningarna inkluderar de växthusgaser som Paris-protokollet pekar ut, redovisade som koldioxidekvivalenter. Vi redovisar per aktivitet och per scope, enligt metoderna 'market-based' och 'location-based':

Scope 1 inkluderar våra direkta utsläpp, som till exempel företagsägda bilar och köldmedieläckage.

Scope 2 inkluderar utsläpp från den el och fjärrvärme som Lidl Sverige köper in till lokaler och butiker. Fjärrkyla ingår inte.

Scope 3 inkluderar alla andra indirekta utsläpp: papper, distribution, lokaler eller område, företagsägda och leasade fordon, tjänsteresor, utgående tredjepartsleveranser och avfall från lager. Klimatpåverkan från produktion och konsumtion av varor ingår inte i vårt klimatbokslut.

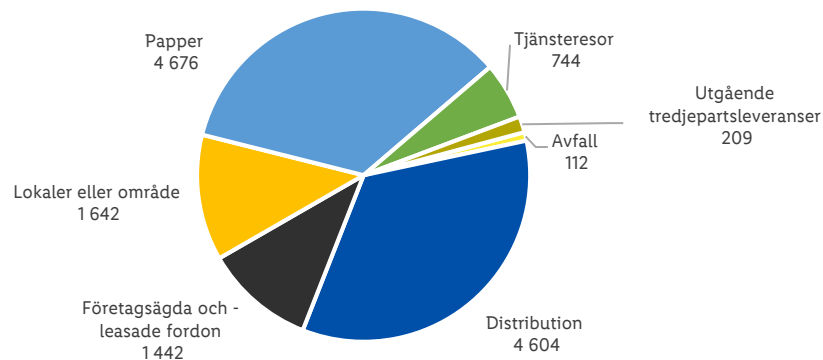
Enligt GHG-protokollet är utsläppen inom scope 1 och 2 obligatoriska att redovisa. Att redovisa utsläpp inom scope 3 är inte obligatoriskt men ska ske i största möjliga mån.

Läs mer om Lidls beräkningsprinciper på sidan 60.

GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 304-2, CRE8

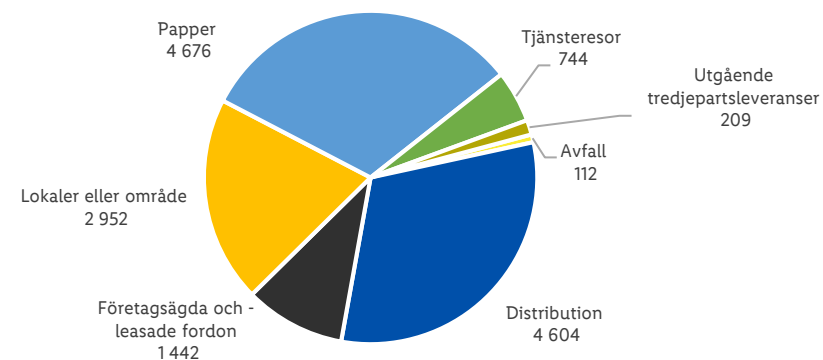
UTSLÄPP PER AKTIVITET (MARKET-BASED, TON CO₂E)

Totalt: 13 429 (2017/18: 13 482)



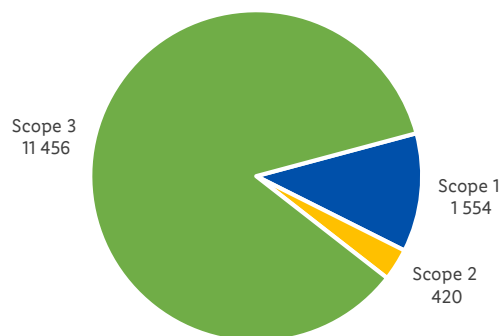
UTSLÄPP PER AKTIVITET (LOCATION-BASED, TON CO₂E)

Totalt: 14 739 (2017/18: 14 510)



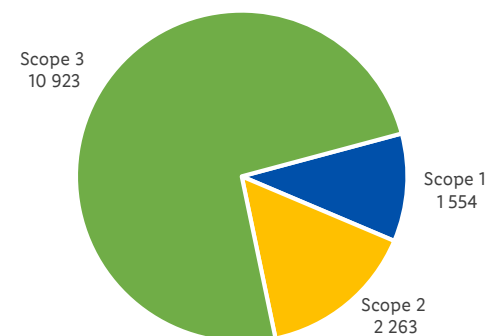
UTSLÄPP PER SCOPE (MARKET-BASED, TON CO₂E)

Totalt: 13 429 (2017/18: 13 482)



UTSLÄPP PER SCOPE (LOCATION-BASED, TON CO₂E)

Totalt: 14 739 (2017/18: 14 510)



UTSLÄPP PER SCOPE (MARKET-BASED, TON CO₂E)

	2016/17	2017/18	2018/19
Scope 1	1 504	1 634	1 554
Scope 2	847	414	420
Scope 3	13 989	11 434	11 456
Totalt	16 340	13 482	13 429

UTSLÄPP PER SCOPE (LOCATION-BASED, TON CO₂E)

	2016/17	2017/18	2018/19
Scope 1	1 504	1 634	1 554
Scope 2	1 779	1 967	2 263
Scope 3	13 667	10 909	10 923
Totalt	16 950	14 510	14 739

GRI: 103-3, 305-1, 305-2, 305-3

KLIMATKOMPENSATION

Sedan verksamhetsåret 2016/17 klimatkompenserar vi för den svenska verksamheten. Det sker genom köp av utsläppskrediter i certifierade och tredjepartsgranskade projekt. Vi kompenserade för verksamhetsårets utsläpp genom att stödja ett projekt på Madagaskar och ett i Indonesien. Båda bidrar till effektivare matlagning och minskad användning av fossila bränslen. Projekten är certifierade enligt Gold Standard.

Effektiva spisar minskar avskogning och utsläpp på Madagaskar

För att hämma avskogningen och minska koldioxidutsläppen på Madagaskar säljs effektiva spisar och solspisar till överkomliga priser till befolkningen. Spisarna kräver inte ved eller kol för att fungera, vilket bidrar till minskad avskogning och lägre utsläpp. Det är organisationen ADES (Association pour le Développement de l'Energy Solaire) som står för utveckling, tillverkning och distribution av spisarna. Projektet rymmer även utbildning om vikten av att bevara Madagaskars unika skogar. Detta är tredje året som Lidl stödjer ADES och projektet.

Biogas ersätter fossila bränslen på Bali

I Indonesien används ofta ved och fossila bränslen för att laga mat. Projektet som Lidl stödjer installerar småskaliga biogasanläggningar för matlagning och belysning, som alternativ till fossila bränslen. Projektet riktar sig till balinesiska hushåll med boskap, som kan producera biogas av dynga från framförallt grisar. Dessutom används rötresten från biogasproduktionen som värdefull gödsel, vilket ersätter kemiska gödselmedel och ger bättre skördar.

GRI: 103-1