



Lidl Suomi
**Vastuullisia
tekoja 2019**





” Asetamme vastuullisuudelle suunnitelmalliset ja mitattavat tavoitteet.

Lidl kantaa vastuunsa ympäristöstä, tuotteista ja ihmisistä

Vähemmän ruokahävikkiä, enemmän ympäristöystävällisiä pakkauksia ja säästettyjä luonnonvaroja.

Nämä keinot muodostivat kolmen kärjen, kun kysyimme suomalaisilta, mitkä kaupan vastuullisuuteen liittyvät teot ovat heille tärkeimpiä.

Suomalaisten suosikkikeinot ovat olleet Lidlin toiminnan ytimessä jo vuosikymmeniä, eikä viime tilikausi ollut poikkeus. Säästimme yli 300 000 kiloa ruokaa hävikiltä hukka-alen avulla ja vähensimme kymmeniä tonneja pakkauksissa käytettyä muovia sekä saavutimme jälleen yli 90 prosentin kierrätysasteen.

Nämä ja muut vastuullisuustyömme kohokohdat on koottu yksiin kansiin tähän katsaukseen. Katsauksen tavoitteena on kertoa, miten vastuullisuus on näkynyt liiketoiminnassamme tilikaudella 2019.

Suhtaudumme vastuullisuuteen kuin mihin tahansa muuhun liiketoimintamme osa-alueeseen, minkä takia asetamme myös vastuullisuudelle suunnitelmalliset ja mitattavat tavoitteet.

Valikoimamme osalta olemme asettaneet tavoitteeksi, että Lidlistä löytyy Suomen päivittäistavarakaupan vastuullisin valikoima. Siksi esimerkiksi kaikki omien tuotteidemme kahvi, tee ja kaakao on 100-prosenttisesti sertifioitua.

Luonnonvaroja käytämme fiksusti. Ruokahävikin osuus on meillä Suomen päivittäistavarakaupan pienin ja kierrätysasteemme suurin. Karsimme omien

merkkituotteidemme pakkauksista turhan muovin ja teemme niistä täysin kierrätettäviä vuoden 2025 loppuun mennessä.

Käytämme myös energiaa nuukasti. Viime tilikaudella saavutimme vuodelle 2020 asetetut energiansäästötavoitteemme etuajassa ja asetimme uuden. Kehitämme myymälöistämme jatkuvasti ympäristöystävällisempiä ja tavoittelemme oman toimintamme hiilineutraaliutta. Olemme jo leikanneet pois yli kolmasosan vuoden 2018 hiilidioksidipäästöistämme.

Otamme vastuun työntekijöidemme hyvinvoinnista ja kehittämisestä. Käytännössä se tarkoittaa esimerkiksi TES:n mukaisen palkan päälle maksettavaa Lidl-lisää, ennaltaehkäisevää työkykyjohtamista ja matalan kynnyksen apua silloin, kun mielenterveys kaipaa tukea.

Sidosryhmäkyselymme osoitti, että teemme jo paljon asioita, joita suomalaiset pitävät tärkeinä. Vaikka vastuullisuustyömme on hyvällä pohjalla, voimme silti olla vielä parempia. Siksi haluamme myös tulevaisuudessa kuunnella asiakkaittamme ja muita sidosryhmiä. Ideanne ja näemyksenne ovat meille arvokkaita matkalla kohti entistä vastuullisempaa Lidliä.

Näiltä sivuilta löydät toimintoja tärkeimmistä vastuullisuusteostamme tilikaudelta 2019.

Nicholas Pennanen
Toimitusjohtaja
Lidl Suomi

Tämä katsaus sisältää:



Sisältö

- 4** Kolme tapaa käyttää muovia fiksummin
- 6** Niskalengki hävikistä
- 8** Suomalaiset rakastuivat hukka-aleen
- 9** Terveellinen ruokavalio alkaa tästä
- 10** Lihansyöjän (ja vegaanin) valinta
- 12** Lidl nollaa vaikutuksensa ilmastoon
- 14** Parempi myymälä, parempi tulevaisuus
- 18** Lupaamme olla hyvä työpaikka lidiläisille
- 22** Vastuullisuustyömme tärkeitä tavoitteita



Kolme tapaa käyttää muovia fiksummin

Muovilla on paikkansa ruokakaupassa. Se suojaa ruokaa pilaantumiselta ja auttaa estämään ruokahävikkiä. Mutta muovia pitää osata käyttää fiksumsti. Näin me sen teemme.

ENNEN
...



1

Pakkauksissa 20 prosenttia vähemmän muovia

- ✓ Lokakuussa 2019 tuunasimme hieman Pohjolan meijerin laktoosittomien maitojuomien ja piimän tölkköjä ja poistimme tölkkien muovikorkit.
- ✓ Poistamalla pienen muovikorkin vähensimme vuodessa muovijätteen määrää yli 30 000 kiloa. Se vastaa yli 60 lehmän painoa.
- ✓ Tuunasimme myös perusmaitotölkköjämme, ja vaihdoimme niiden raakaöljypohjaisen muovikerroksen mäntyöljypohjaiseen pinnoitteeseen.
- ✓ Lidl on asettanut niin Suomessa kuin kansainvälisesti tavoitteeksi, että vuoden 2025 loppuun mennessä omien merkkien muovipakkauksissa on 20 % vähemmän muovia.



-3000
kg/v

Formil- ja Maxitrat-pyykinpesuaineet on tiivistetty ja pakattu entistä pienempään pulloon. Muutoksella vähennetään muovia 3 t vuodessa.



-48%

Alesto-pähkinäpusseja pienennettiin niin, että sisältö säilyi samana mutta pakkausmateriaalin määrä vähentyi 48 %.



-17%

Lupilu-vaippojen pakkauksen muovia ohennettiin, jolloin muovin määrä vähentyi 17 %. Pakkauksen muovi on kierrätettävää.

-70%

Vaihtamalla muovipakkauksen kartonkiseen vähensimme pakkauksen muovin määrää 70 prosentilla.

2

Kaikki omien merkkiemme muovipakkaukset kierrätettäviksi

Lidl on asettanut niin Suomessa kuin kansainvälisesti tavoitteeksi, että vuoden 2025 loppuun mennessä omien merkkiemme muovipakkaukset ovat kierrätettäviä.

Mielestämme muovin kierrättämisen tulisi olla vaivatonta. **Siksi Next Level -tuoteperheen vegeburgerit ja vegejauhis** on alkuvuodesta 2020 lähtien pakattu kartonkipakkauksiin, joiden ohut muovikalvo irtoaa helposti kierrätettäviksi.

Tilikaudella 2019 aloitimme myös projektin mustan muovin vähentämiseksi. Mus-

tan muovin kierrättäminen on pulmallista, koska kierrätyslaitosten lajittelukoneet eivät aina tunnista, mitä muovilaatua musta muovi on. Silloin muovi päätyy energijakeeseen eikä kierrätykseen. Musta muovi myös värjää kierrätettävän muovierän tummaksi.

Kevään 2020 aikana kauppoihin saapuivat Grillimaisteri-tuotteet, joiden vanhat mustat rasiat oli vaihdettu kirkkaisiin, kierrätettäviin rasioihin. **Näin Suomesta häviää mustaa muovia reilulla 350 tonnilla vuodessa.** Saman verran kasvaa kierrätettävien muovipakkausten määrä.

3

Eroon kertakäyttömuoveista

Muovi on parasta silloin, kun sitä voidaan kierrättää tai käyttää uudelleen. Me haluamme tarjota asiakkaillemme koko ajan enemmän vaihtoehtoja kertakäyttöiselle muoville, ja tilikaudella 2019 oli aika painaa kaasu pohjaan.

Vuoden 2020 alusta alkaen Suomen Lidl-myymöissä ei ole enää myyty kertakäyttöisiä muovisia aterimia, laseja, juomapillejä tai muovivartisia vanupuikkoja. **Näin säästämme noin 36 000 kiloa muovia vuodessa.**

Muovia on korvattu puupohjaisilla ja muilla kierrätettävillä tai maatuville materiaaleilla. Esimerkiksi muovivartinen vanupuikko on vaihdettu paperivartiseen ja muovisten kertakäyttöaterimien tilalla on tarjolla uudelleenkäytettäviä puisia aterimia.

Alkuvuodesta tapahtui myös hedelmä- ja vihannesosastolla. Pienten muovipussien sijaan asiakkaat voivat nyt valita biohajoavan muovipussin tai ostaa niitä varten pienen kestopussin.

...
JÄLKEEN



Ohut muovikalvo on helppo irrottaa pakkauksesta ja kierrättää erikseen.



Lidl Suomi toteuttaa Schwarz-konsernin kansainvälistä muovistrategiaa. **REset Plastic** on kokonaisvaltainen ohjelma, joka ottaa huomioon viisi näkökulmaa muoviin: vähentämisen, pakkaussuunnittelun, kierrätyksen, luonnosta poistamisen sekä tutkimuksen ja kehityksen. Tavoitteena on muovin käytön vähentäminen ja suljettu kierto. Lue lisää: lidl.fi/muovi

Niskalenkki hävikistä

Syötäväksi kelpaavan ruuan heittäminen biojätteeseen on yksinkertaisesti pöljää. Yhtä hullunkurista on hukata energiaa tai jättää kierrätysmateriaalit käyttämättä. Näin me torjumme kaikkea hävikkiä.

Lidl on päivittäistavara-kauppojen kärkijoukkue, mitä tulee ruokahävikin torjumiseen. Tilikaudella 2019 toiminnassamme päätyi hävikkiin 1,57 prosenttia ruokakiloista. Se on huippusuoritus kaupan alalla, jossa kilomääräisen hävikin keskiarvo on 1,99 prosenttia (2018).

”

Tilikaudella 2019 hävikkiin päätyi 1,57 % ruokakiloista.

Lidlissä kaikki alkaa aivan perusteista. Ruuan kierto on nopeaa, eikä tuotteita varastoida pitkiä aikoja. Myymälöihin toimitetaan tuoretta tavaraa ja täydennyksiä joka päivä. Ammattitaitoinen henkilökunta osaa tilata tuotteita juuri sopivan määrän.

He myös pitävät huolta kylmäketjusta ja hedelmien ja vihannesten tuoreudesta. Myymälöissä esimerkiksi tuoreusvuorolaisen tehtäviin kuuluu käydä vuoronsa aikana hedelmät ja vihannekset säännöllisesti läpi.

Emme myöskään aikaile tuotteiden alentamisessa. Kun viimeinen käyttö- tai myyntipäivä alkaa lähestyä, tuotteen kylkeen ilmestyy hyvissä ajoin punainen aletarra. Jokaisessa alennetussa tuotteessa on vielä reilusti käyttöaikaa, jotta hävikki ei siirry kaupasta kotiin.

”

Tuoreusvuorolaisen tehtäviin kuuluu käydä säännöllisesti hedelmät ja vihannekset läpi.”



Kierrätysjakeet ovat arvokkaita materiaaleja

Kun hävikkiä syntyy, sekään ei päädy hukkaan. Ruokahävikki hyödynnetään energiantuotannossa, ruoka-apuna ja rehunvalmistuksessa. Meillä on käytössä myös biokaasurekka, johon tankataan myymälöiden biojätteistä valmistettua nestemäistä biokaasua.

Samalla tavalla suhtaudumme kaikkiin kierrätettävissä oleviin materiaaleihin. Otetaan esimerkiksi pahvilaatikko. Myymälöissämme pahvia kertyy paljon, koska tuotteet ovat esillä omissa pahvilaatikoissaan. Tyhjä laatikot kerätään talteen, palataan myymälöissä kuutioiksi ja kuljetetaan rekkojen kyydissä jakelukeskuksiin. Jakelukeskuk-

Jos hävikkiasteemme on ihailtavaan pieni, kierrätysasteemme on kadehdittavan suuri. Tilikaudella 2019 kierrätysasteemme oli 93 prosenttia.

Energiaa pitää käyttää nuukasti

Energia on liian arvokasta hukkattavaksi. Emmekä tarkoita vain rahallisesti. Pienentämällä energiankulutusta ja tuottamalla itse uusiutuvaa energiaa pystymme pienentämään ilmastopäästöjämme.

Tilikaudella 2019 saavutimme energiansäästö tavoitteemme, kun **onnistuimme säästämään 10 prosenttia energiaa** vuoden 2016 energiankulutukseen verrattuna. **10 prosentin säästö vastaa yli 2 000 tonnia pienempiä päästöjä.**

” Tilikaudella 2019 kierrätysasteemme oli 93 %.

sista pahvi päätyy yrityksiin, jotka valmistavat siitä erilaisia tuotteita. Muun muassa pahvilaatikoita, joilla me kuljetamme palautuspulloja myymälöistä jakelukeskukseen.

Myymälöissä lajitellaan kaikkiaan 14:ää kierrätysjakeeta:

pahvi, paperi, kolme eri muovijakeeta, biojäte, paristot, sähkö- ja elektroniikkajäte, vaaralliset jätteet, lahjoituskelpoiset elintarvikkeet sekä lasi- ja muovipullot ja tölkit.

Nyt olemme tuplanneet tavoitteemme: uusi tavoite on säästää **20 prosenttia** vuoden 2025 loppuun mennessä. Se vastaa 44 myymälän vuotuista sähkönkulutusta.

Tavoitteeseen pääseminen vaatii fiksua energiaratkaisuja. Niistä ja muista ympäristöystävällisen rakentamisen keinoista voit lukea lisää sivuilta 14.

14 myymälöissä lajiteltavaa kierrätysjakeeta:



TAVOITE
v. 2025 loppuun mennessä:

-20 %
energiaa

44 myymälän sähkönkulutus/vuosi



Suomalaiset rakastuivat hukka-aleen

Lidlissä torjumme hävikkiä joka päivä, mikä on vienyt meidät hävikkisodan kärkijoukkoihin. Uusin aseemme hukka-ale on ollut menestys.

Myyvälöissämme pelastetaan joka viikko tuhansia kiloja kasviksia, hedelmiä ja leipää hävikiltä: keskimäärin 12 000 kiloa hedelmiä ja vihanneksia ja noin 5 000 kiloa leipää.

Hehkeimmät päivänsä nähneet, mutta yhä syömäkelpoiset potut, tomaatit ja mandariinit kerätään joka aamu kolmen kilon laatikoihin ja myydään kahdella eurolla asiakkaille. Samoin edellisenä päivänä paistetut paistopisteet leivät pussitetaan ja pannaan huokeaan hintaan myyntiin. **Kutsumme tätä konseptia hukka-aleksi.**

Hukka-ale aloitettiin syksyllä 2019, ja asiakkaat ovat ottaneet sen innolla vastaan. Niin innolla, että arvioimme hukka-alen avulla säästävän vuodessa jopa miljoona kiloa kasviksia ja leipää vuodessa.



”76%

suunnittelee ruoanlaittonsa niin, että välttää hävikkiä.*

”85%

ostaa punalaputettuja tuotteita vähintään silloin tällöin.*

Halvempi!

Hukka-alen vaikutusta voi tarkastella vertaamalla sitä suomalaisen keskimääräiseen ruokahävikkiin. Keskiwertosuomalainen heittää vuodessa hukkaan 20–25 kiloa ruokaa. Hukka-alen avulla jo yhdessä viikossa säästyy yhtä paljon kasviksia ja leipää kuin jopa 850 suomalaista heittää roskiin vuodessa.

Hävikin torjuminen on lähellä suomalaisten sydäntä. Se nousi kärkeen, kun **Lidlin teettämässä tutkimuksessa** kysyttiin suomalaisilta, mikä on heidän mielestään tehokas tapa hillitä ruoan ilmastovaiikutuksia. Peräti 90 prosentin mielestä ruoan poisheittämisen välttäminen on tehokas tai erittäin tehokas keino pienentää ruokavalion ilmastovaikutuksia.

* Tutkimustiedot perustuvat Lidl:n tilaamaan ilmastoruokatutkimukseen. Taloustutkimuksen tekemä tutkimus toteutettiin helmikuussa 2020 ja siihen vastasi 1041 18–70-vuotiaasta suomalaista.

** Lidl Suomen sidosryhmäkysely suomalaisille kuluttajille, toteuttaja: Taloustutkimus

Terveellinen ruokavalio alkaa tästä

Hedelmä- ja vihannesosaston tuotteet ovat lautasmallin ja Lidlin myymälöiden kuninkaallisia. Nopea kierto turvaa runsaan valikoiman tuoreuden.



Puoli kiloa päivässä, ja yhdellä aterialla niin, että vähintään puolet lautasesta peittyi. Hedelmät ja vihannekset ovat terveellisen ruokavalion lähtöpiste.

Myös Lidlin myymälöissä hedelmä- ja vihannesosasto on se paikka, josta kaikki saa alkunsa. Värikäs hevi toivottaa asiakkaat tervetulleiksi pian sisäänkäynnin jälkeen.

Lidlin myymälät ovat näppärän kokoisia ja nopeita asioida, mutta se ei tarkoita, että heviostaston koossa pitäisi kitsastella. Lidleissä hedelmät ja vihannekset ovat myymälän paraatipaikalla, ja tuoretta syötävää on jokaisessa myymälässä metritolkulla.

Hedelmä- ja vihannesosastoltamme voi löytää joka viikko noin 170 erilaista tuotetta. Tuotteiden määrä on yli tuplaantunut siitä lähtien, kun vuonna 2002 avasimme ensimmäiset myymälämme.

Asiakkailla on tarjolla joka viikko runsaasti

perustuotteita mutta myös sesongin mukaan vaihtuvia erikoisuuksia. Haluamme, että ostosreissulla hevin luota voi löytää yllätyksiä ja uusia tuttavuuksia, joilla piristää ateriaa.

” Nopea kierto takaa kasvien laadun.

Tilikaudella 2019 toimme ensimmäistä kertaa myyntiin esimerkiksi ruokaharrastajien suosimia tummia Adora-tomaatteja ja punaisia Sweet Doret -päärynöitä.

Nopea kierto vähentää hävikkiä

Hedelmiä ja vihanneksia saapuu myymälöihimme viikon jokaisena päivänä kolmesta jakelukeskuksestamme. Nopea kierto takaa kasvien laadun.

Tuotteet saapuvat jakelukeskuksiimme päivän aikana, minkä jälkeen ne kerätään myymälätoimituksia varten. Hedelmät ja vihannekset eivät ehdi olla jakelukeskuksessa kauaa, kun ne jo illalla viedään rekkojen kyydissä myymälöihin. Seuraavana aamuna henkilökuntamme asettaa niitä esille myyntiin.

Myyvälöissä tuoretta valvotaan joka päivä monta kertaa päivässä. Työvuorossa on aina tuoreusvuorolainen, jonka yksi tehtävä on käydä heviä säännöllisesti läpi päivän aikana.

Nopea kierto myös pienentää hävikkiä. Mitä nopeammin tuotteet saadaan pelloilta ruokapöytään, sitä pienemmäksi kutistuu riski tuotteiden päätymisestä biojätteeseen.

Ruokahävikin pienentäminen on keino auttaa ilmastoa, mutta siihen löytyy toinen vieläkin tehokkaampi tapa. Sitä voit lukea seuraavalta aukeamalta.

Lihansyöjän (ja vegaanin) valinta

Hämmästyttävän paljon lihaa muistuttavat Next Level -tuotteet valloittivat Lidlin asiakkaiden ostoskorit ja sydämet. Kasviproteiinista valmistetut tuotteet ovat ilmastoystävällinen valinta, joka jokaisen on helppo tehdä.



Ihmisten ruokakaupassa tekemillä valinnoilla on valtava merkitys ilmastonmuutoksen kannalta. Suurin vaikutus on sillä, päätyykö ostoskoriin lihaa vai kasviksia.

Kasviksien suosiminen ja lihan syönnin vähentäminen on yksi merkittävimmistä valinnoista, jonka yksittäinen ihminen voi tehdä ilmaston hyväksi.

Helpottaaksemme valinnan tekemistä entisestään otimme tammikuussa 2020 myyntiin uuden Next Level -tuotteen.

Hämmästyttävän paljon lihaa muistuttavat tuotteet on valmistettu vegaanisista, kasviproteiinista ainesosista. Tuoteperheeseen kuuluu vegejauhis, vegeburgerpihvi ja kahdenlaisia vegehampurilaisia, ja niiden raaka-aineena on käytetty herkkusientä sekä herne- ja soijaproteiiniä.

”

**Naudanlihan
hiilijalanjälkeen
verrattuna Next
Levelin hiilijalanjälki
on vain noin 10 %.**

**Kahden ensimmäisen
viikon aikana Next
Level -vegeburger-
pihviä myytiin
tuplasti enemmän
kuin naudanlihasta
valmistettua
hampurilaispihviä.**

Next Level vaikutti vastanneen monen lihan vähentäjän, kasvissyöjän ja vegaanin toiveisiin, sillä tuotteiden myynti yllätti meidät jo alussa iloisesti: kahden ensimmäisen viikon aikana Next Level -vegeburgerpihviä myytiin tuplasti enemmän kuin naudanlihasta valmistettua hampurilaispihviä.

Hiilijalanjälki pyöreä nolla

Jokainen Next Level -tuotteen ostoskoriinsa napannut on tehnyt ilmastoystävällisen valinnan paristakin syystä.

Kasvipohjaisten Next Level -tuotteiden hiilijalanjälki on vastaaviin lihatuotteisiin verrattuna jo luonnostaan alhainen. Esimerkiksi naudanlihan hiilijalanjälkeen verrattuna Next Levelin hiilijalanjälki on vain noin 10 prosenttia.

Tämän lisäksi tuotteen päästöihin on kiinnitetty huomiota tuotannon kaikissa vaiheissa. Tuotannon, pakkauksen ja



Next Level -tuoteperheeseen kuuluu vegejauhis, vegeburgerpihvi ja kahdenlaisia vegehampurilaisia.

kuljetusten päästöt on pyritty minimoimaan, ja jäljelle jäävät tuotantopäästöt kompensoimme.

Hyvitämme Next Level -tuotteiden hiilijalanjäljen ClimatePartnerin metsänsuojeluprojektin kautta. Ohjelmassa Amazonin sademetsää suojellaan polttamiselta ja hakkuilta Portelissa Brasiliassa.

Proteiinia kasvimaailmasta

Odotamme kasvisproteiinien suosion vain kasvavan tulevaisuudessa. Tästä onkin jo nähtävillä viitteitä teettämässämme ilmastoruokatutkimuksessa (2020).

Reilu kolmannes tutkimukseen vastanneista suomalaisista kertoi aikovansa jatkossa tehdä muutoksia omassa ruokavaliossaan siten, että syöty ruoka olisi mahdollisimman ilmastoystävällistä. Samoin noin kolmannes aikoi lisätä kasvisten osuutta ruokavaliossaan.

”
**Linssien
myynti kasvoi
+ 35 %**



**Papujen
myynti kasvoi
+ 20 %
aikavälillä
6/2018–6/2019**

Koska kasvava osa asiakkaistamme haluaa tulevaisuudessa käyttää erilaisia kasviproteiinin lähteitä, me haluamme niitä myös tarjota.

Valikoimastamme löytyvät kaikki terveellisen kasvipohjaisen ruokavalion proteeiinit, kuten pavut, linssit, soijatuotteet, tofu, siemenet ja pähkinät.

Erityisesti linssit ja pavut tekevät jo hyvin kauppansa. Niiden myynti kasvoi reippaasti kesäkuusta 2018 kesäkuuhun 2019: **linssijä myytiin 35 prosenttia enemmän ja papuja noin 20 prosenttia enemmän.** Erityisesti luomupapujen ja -linssien menekki on ollut reippaassa nousussa.

Kasviproteiineja ja erilaisia lihankorvikkeita on runsaasti tarjolla. Enää täytyy tehdä se valinta.

Lidl nollaa vaikutuksensa ilmastoon

Vuonna 2025 Lidl Suomen oma toiminta on hiilineutraalia.

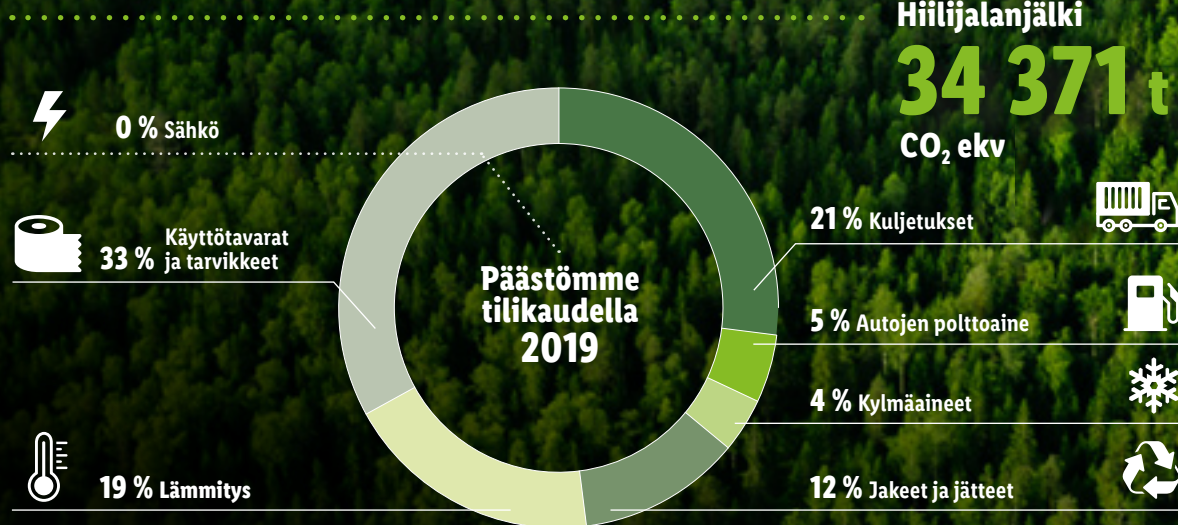
Tavoite on kunnianhimoinen ja vaatii ponnistuksia aina rekkojen päästöistä energian ja paperin käytön vähentämiseen.

Ilmaston lämpeminen uhkaa luontoa ja ruoantuotantoa, emmekä me halunneet jäädä sivustaseuraajiksi. Jotta voimme myös tulevaisuudessa tarjota asiakkaillemme laadukasta ruokaa edulliseen hintaan, olemme asettaneet itsellemme tavoitteen: **Olemme hiilineutraali Lidl Suomi vuonna 2025.**

Se tarkoittaa, että reilun viiden vuoden päästä oma toimintamme ei kiihdytä ilmaston lämpenemistä. Viime tilikaudella pääsimme jo paljon lähemmäksi tavoitettamme, sillä pienensimme päästöjämme noin 40 prosentilla.

”
**Olemme
hiilineutraali
Lidl Suomi 2025.**

Tämän kaiken laskemme omaan toimintaamme:



Energian päästöjen pienentäminen on avainasemassa, kun tavoittelemme hiili-neutraaliutta. Haluamme tehdä silti vielä enemmän. Siksi laskemme oman toimintamme päästöihin myös jätteet ja jakeet, jokaisen Suomen teillä tuotteitamme jakelukeskuksista myymälöihin kuljettavan rekan sekä käyttötavarat ja paperin.

Suurimmat päästöt pelistä pois

Viime tilikaudella otimme tähtäimeemme suurimman saastuttajan eli sähköön. Tilikaudella 2018 sähköstä kertyi jopa kolmasosa kaikista päästöistämme. Koko tuo päästöosuus poistui, kun vuoden 2019 alussa siirryimme käyttämään vain uusiutuvalle energialla tuotettua sähköä. Noin 65 prosenttia tilikaudella 2019 käytetystä sähköstä on tuotettu vesivoimalla ja loput tuuli- ja aurinkovoimalla.

Nyt jokainen kassahihna, kylmäallas ja tietokone käy sähköllä, joka tuotetaan uusiutuvalle energialla.

Tilikaudella 2020 käyttämämme sähkö on tuotettu pääosin pohjoismaisella tuulivoimalla (ja sitä tankkaavat myös kaikki

sähköautojen latauspisteitämme käyttävät asiakkaamme).

Seuraavaksi kuljetusten kimppuun

Sähkön jälkeen eniten varaa vähentää kasvihuonekaasupäästöjä löytyy Suomen kuljetuksista.

Kolmesta jakelukeskuksestamme lähtee joka päivä ruokaa lähes 190 myymälään rekkojen kyydissä. Kuljetukset muodostavat viidenneksen päästöistämme.

Tilikaudella 2019 onnistuimme pienentämään kuljetusten päästöjä noin 20 prosentilla. Suurin syy päästöjen pienemiseen olivat lyhentyneet ajokilometrit. Siinä meitä auttoi vuoden 2019 alussa käyttöön otettu Järvenpään-jakelukeskus.

Saadaksemme päästöjä vieläkin pienemmiksi olemme asettaneet tavoitteeksi, että vuoden 2025 loppuun mennessä 20 prosenttia käyttämästämme kuljetuskalustosta käyttää vähäpäästöistä tai uusiutuvaa polttoainetta.

Kevästä 2020 lähtien jokaisen jakelukeskuksemme alueella on kulkenut vähäpääs-

töisellä kaasulla kulkeva rekka. Ensimmäinen kaasurekkamme ilmestyi Järvenpään alueen liikenteeseen jo 2019. Se kulkee Lidlin biojätteistä tehdyllä biokaasulla.

Laukaan alueella alkoi keväällä 2020 ajaa kaasurekka, joka käyttää polttoaineenaan maakaasua.

Katseemme on jo tulevaisuudessa

Oman toimintamme muuttaminen hiili-neutraaliksi on kunnianhimoinen tavoite, mutta se ei ole estänyt meitä katsomasta jo pidemmälle tulevaisuuteen.

Olemme sitoutuneet asettamaan tieteen perustuvat päästövähennystavoitteet (Science Based Target) oman toimintamme lisäksi myös toimitusketjuillemme. Näin pystymme vähentämään lisää epäsuoria päästöjä.

Teemme jatkuvasti myös ratkaisuja, jotka vähentävät myymälöidemme käytön aikaisia päästöjä. Niistä voit lukea lisää seuraavalta aukeamalta.

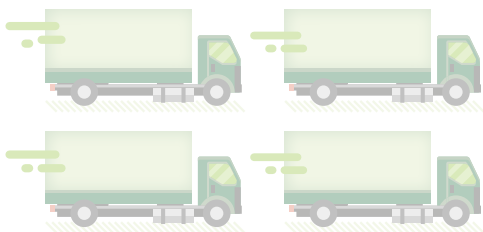
”
**Pienensimme
päästöjämme 40%
viime tilikaudella.**



TAVOITE:
Käyttämästämme
kuljetuskalustosta

20%

**kulkee vähäpäästöisellä
tai uusiutuvalle poltto-
aineella v. 2025 loppuun
mennessä.**



Parempi myymälä, parempi tulevaisuus

Lidlin myymälät käyttävät nuukasti energiaa ja tuottavat sitä myös itse. Mutta tiesitkö, että suojelemme myös luonnon monimuotoisuutta? Tervetuloa tutustumaan koko ympäristöystävällisen rakentamisen työkalupakkiimme



1

CASE 1: Vapaala – ensimmäinen ekomyymälämme

Vantaan Vapaalaan avataan syksyllä 2020 Lidl Suomen ensimmäinen BREEAM-ympäristösertifioitu myymälä. Vapaalan myymälästä löytyvät kaikki Lidlin ympäristöystävällisen rakentamisen herkut ja vähän päälle. Me muun muassa kokeilemme ensimmäistä kertaa, miten ruokakaupan voi rakentaa luonnon monimuotoisuutta suojellen. Metsäniityt, linnunpöntöt ja lahoppuaidat ovat osoituksia siitä, että myös rakennetussa kaupunkiympäristössä voi huolehtia ekosysteemin pienimmistä eliöistä. ►

Tontilta kaadetuista lahoppuista on tehty lahoppuaita.
Lahoppu tarjoaa hyönteisille suojaa ja ruokaa.



Metsäniitty tarjoaa hyönteisille paremman elintilan kuin tavallinen nurmikko.
Metsäniitty saa kasvaa nurmikkaa korkeammaksi.

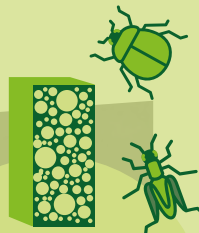


Vapaala
Vantaa

Pohjanlepakko
tykkää saalistaa pihojen ja asfalttikenttien yläpuolella. Saalistusretkien välissä se voi levähtää **lepakkopöntössä**.



Hyönteishotelli
mahdollistaa hyönteisten elämisen alueella.
Suojaisassa paikassa hyönteiset voivat lisääntyä ja talvehtia.



Yhdelle katolle asennetaan tavallisesti noin 300 aurinkopaneelia.
Ne tuottavat vuodessa keskimäärin 10 % myymälän tarvitsemasta sähköstä.



Jo 25 myymälän pihalla voi ladata sähkö- tai hybridi-autoa.
Tilikaudella 2019 asensimme 15 uutta latauspistettä.



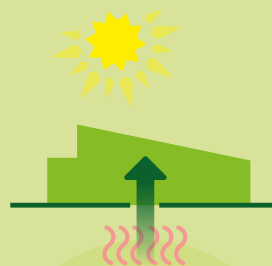
2

CASE 2: Kotka-Sutela

Kotkan Sutelassa on Lidl-myymä, jossa auringon energiaa otetaan talteen sekä maasta että ilmasta. Myymälän katolla on 300 aurinkopaneelia, jotka aurinkoisina kesäpäivinä voivat tuottaa jopa kolmasosan myymälän tarvitsemasta sähköstä. Maasta otamme talteen sinne varastoitunutta auringon lämpöenergiaa. Maalämpöä käytetään Sutelassa myymälän lämmitykseen ja jäädytykseen ensimmäistä kertaa Lidl Suomen historiassa. Kylmäkalusteet viilenevät Sutelassa luonnollisella CO₂-kylmäaineella, ja niiden lauhdelämpö otetaan talteen ja hyödynnetään myymälän lämmityksessä.

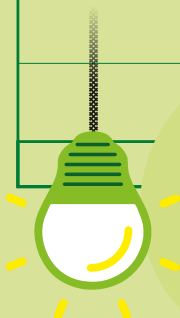
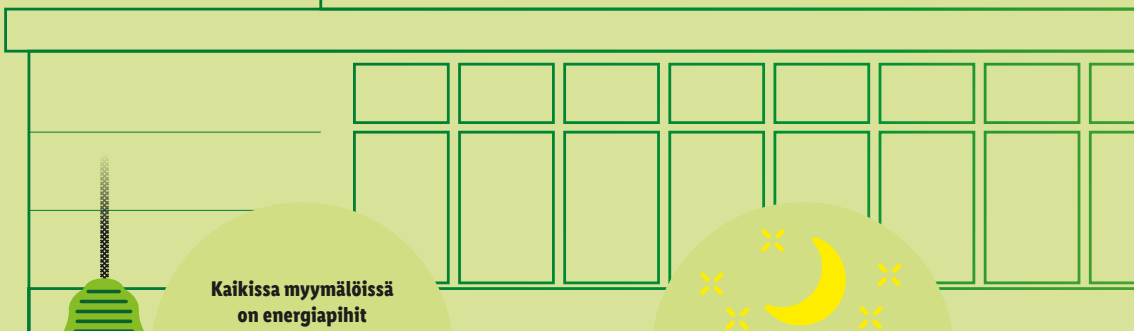
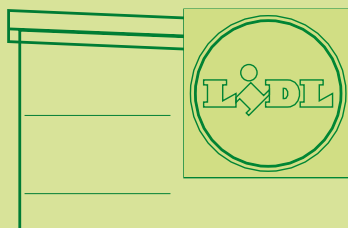


Kotka-Sutela



Maalämpöpumppu nappaa auringon energiaa maasta.

Maalämmön päästöt ovat noin 50–80 % pienemmät kuin öljy- tai sähkölämmityksen.



Kaikissa myymälöissä on energiapihit led-valaisimet.

Ne pienentävät sisävalaistuksen kulutuksen parhaimmillaan noin puoleen.



Kylmähyllly suljetaan yöksi. Yöverhon ansiosta kylmähyllly käyttää 60 % vähemmän energiaa.

**Kylmäkalusteiden
lauhdelämpö
otetaan talteen.**

Lauhdelämmöllä voidaan
lämmittää myymälätilaa
ja säästää näin
lämmityslaskuissa.



**Kylmäkalusteissa
käytetään vähäpäästöisiä
kylmäaineita.**

Tilikaudella 2019
vaihdoinme 20 myymälään
kylmäaineeksi
propanin.

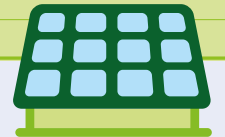


**Hiilidoksidin päästöt
ovat lähes olemattomat.**

CO₂:ta käytetään kylmä-
aineena jo Sutelan lisäksi
Espoon Hannuksen
myymälässä.

**Jokaisessa
myymälässä on useita
energiamittareita.**

Niiden avulla energia-
syöpöt ja vialliset
laitteet pystytään
paikantamaan heti.



**Kannet kiinni
kylmäaltaissa.**

Suljettu kylmäallas
kuluttaa 30 %
vähemmän energiaa
kuin avonainen.



INFO

Heinäkuussa 2019 saavutimme
energiansäästötavoitteemme:
**säästimme 10 % vuoden 2016
energiansäätökulutuksestamme.**

Nyt tavoitteemme on tuplattu:
haluamme säästää 20 % vuoden
2025 loppuun mennessä.

Tilikaudella 2019 oman uusiutuvan
energian tuotantokapasiteettimme
oli jo 2000 kW aurinkopaneeleilla
ja maalämmöllä.

Lupaamme olla hyvä työpaikka lidliläisille

Meille tärkeimpiä ovat ihmiset, rohkeus ja vastuu. Siksi Lidlissä vaalitaan välittämisen kulttuuria, joka on jo yhdessä vuodessa tuonut miljoonan euron säästöt.

Lidliläisiä on jo noin 5 500 Hangosta Sodankylään. Heille ja tuleville lidliläisille lupaamme, että meille tärkeimpiä ovat ihmiset, rohkeus ja vastuu. Se on työnantajalupauksemme, jonka loimme yhdessä työntekijöidemme kanssa kesällä 2019.

Meille on tärkeä panostaa työntekijöidemme hyvinvointiin sekä osaamiseen ja sen kehittämiseen. Uskomme, että onnelliset lidliläiset tuovat iloa myös asi-

Toteutamme säännöllisesti Pulssi- ja Meidän Lidl -henkilöstötutkimukset.

Kesän 2019 Pulssitutkimuksessa kysyimme jälleen lidliläisiltä, suosittelevatko he meitä työpaikkana: eNPS-indeksi (Employee Net Promoter Score) näytti lukua 20. Tavoitteenamme oli nostaa se tasolle 16 tänä vuonna, kun se oli 14 vuonna 2018. Saavutimme siis kahden vuoden tavoitteen yhdessä vuodessa ja

**” Tänä vuonna henkilöstö-
tyytyväisyyden kokonaisarvosana oli 72,9.**

akkaidemme arkeen. Rohkeus tarkoittaa meille esimerkiksi sitä, että olemme uteliaita, kiritämme kaupan alaa kehittymään ja kokeilemme uutta. Yhdessä kannamme vastuuta myös meitä ympäröivästä maailmasta.

Olemme säännöllisesti lidliläisten pulssilla eli kysymme ja kuuntelemme heidän kokemuksiaan Lidlissä työpaikkana.

pistimme jopa paremmaksi. Tänä vuonna tavoittelemme tulosta 25.

Rikoimme tavoitteemme myös Meidän Lidl -henkilöstötutkimuksessa. Tänä vuonna henkilöstötyytyväisyyden kokonaisarvosana oli 72,9 prosenttia kun se oli viime vuonna 70 prosenttia. Tavoitteemme oli nostaa se tänä vuonna 72 prosenttiin – eli yli mentiin siis tässäkin.





”

Lidlissä vaalitaan välittämisen kulttuuria, ja sen takia työntekijämme voivat entistä paremmin.

Voimme paremmin, koska välitämme toisistamme

Lidlissä vaalitaan välittämisen kulttuuria, ja sen takia työntekijämme voivat entistä paremmin.

Välittämisen kulttuuri tarkoittaa meille sitä, että pidämme ennakoivasti huolta työntekijöidemme hyvinvoinnista. Lisäksi otamme hyvinvoinnin rohkeasti puheeksi silloin, kun siitä meinaa tulla haaste.

Näillä pehmeillä kuulostavilla arvoilla tehdään kovia tuloksia: ennaltaehkäisevällä työkykyjohtamisella lidliläisten sairauspoissaolot ovat laskeneet 16 prosentilla viiden viime vuoden aikana.

Kun lidliläiset ovat terveinä töissä, myös yrityksemme säästää. Vuonna 2019 säästimme jopa miljoonaa euroa, kun tekemättömän työn kustannukset laskivat.

Tilikaudella 2019 panostimme erityisesti varhaisen tuen ja kevennetyn työn toimintamalleihin sekä palautumisen ja mielen hyvinvoinnin tukemiseen.

Kun lidliläisen elämässä tapahtuvat asiat vaikuttavat mielen hyvinvointiin, tarjoamme matalalla kynnyksellä apua: Mielen chat ja Mielen sparri ovat kumppanimme Terveystalon digitaalisia palveluita, joiden kautta työntekijämme voi saada tukea hetkessä.

Lidliläisellä on mahdollisuus päästä myös lyhytpsykoterapiaan, joka on tutkimuksissakin todettu tehokkaaksi ja vaikuttavaksi.

Vuonna 2019 noin sata lidliläistä pääsi mukaan Feel the Beat -hyvinvointivalmennukseen, jossa opittiin palautumisesta, seurattiin sykettä Firstbeat-mitauksella ja asetettiin tavoitteita oman hyvinvoinnin kehittämiseksi. On hyvä muistaa, että myös töissä voi satsata palautumiseen. ►

*eNPS-indeksi lasketaan henkilöstön halukkuudesta suositella työpaikkaansa muille. Indeksiksi voi saada arvon -100 ja +100 väliltä, ja se on aina suosittelevien ja kriitikoiden suhteellisten prosenttiosuuksien erotus.

Valmentava johtaja on empaattinen

Johtamisella on valtavan suuri merkitys yksilön hyvinvoinnille ja yrityksen menestykselle. Siksi panostamme valmentavaan johtamiseen.

Valmentava esimies tuntee itsensä johtajana ja tukee työntekijänsä kasvua osaajana. Hän luo suuntaa yhteiselle tekemiselle ja auttaa löytämään työstä merkityksen.

Olemme kehittäneet systemaattisesti johtamistamme: sekä johtoryhmämme, pääkonttorimme esimiehet, aluejohtajamme sekä kentän myynti- ja aluepäällikkömme ovat osallistuneet viime tilikaudella koulutusohjelmiin, jossa he ovat saaneet kehittyä valmentavina johtajina.

Olemme myös jatkaneet myymäläpäälliköidemme, apulaismyymäläpäälliköidemme ja jakelukeskustemme ryhmäpäälliköiden kehittämistä. Panostamme myös kaikkien uusien esimiesten kouluttamiseen laajalla uusien esimiesten valmennusohjelmalla.

Olemme ponnistaneet tähän työhön hyvistä asetelmista, sillä henkilöstötutkimuksiemme mukaan esimiestyö on erityinen vahvuutemme. Lidliläiset kokevat, että esimiehemme luottavat heihin ja arvostavat heidän tekemää työtä, sekä esimiehet kuuntelevat ehdotuksia ja ideoita.

”

Olemme kouluttaneet noin 300 esimiestämme viime tilikauden aikana. Tavoitteenamme on, että jokainen esimies on entistäkin vahvemmin valmentava johtaja.



Maksamme enemmän palkkaa varastotyöntekijöille – ja siksi säästämme

Meille on tärkeää edistää yhdenvertaisuutta myös palkkauksessa. Reilulla palkkauksella haluamme osoittaa myös arvostusta ja kannustaa.

Olemme testanneet uudessa Järvenpään jakelukeskuksessamme suoritepalkkausta marraskuusta 2019 lähtien. Suoritepalkkausta maksamme varastotyöntekijöillemme, jotka keräilevät tuotteita kuljetettavaksi myymälöihimme.

Suurin osa noin 180 keräilijästämme on saanut yli 50 euroa lisää palkkaa joka kuukausi. Esimerkiksi tammikuussa 2020 suurin ansaittu bonus oli noin 263 euroa peruspalkan päälle.

Uuden palkkausmallin ansiosta keräilyllemme on myös tehokkaampaa, mikä tarkoittaa meille yrityksenä selvää säästöä. Samaan aikaan pidämme huolta keräilijöidemme työhyvinvoinnista, mikä kannattaa aina.

Koska suoritepalkkauksen tulokset innostavat, suunnittelemme palkkauksen uudistamista myös kahdessa muussa jakelukeskuksessamme tulevaisuudessa.



Maksamme kaupan alan TESin mukaista palkkaa ja sen päälle Lidl-lisää:



Olemme palkittu työpaikka

Tänä vuonna pokkasimme jo toisen kerran Top Employer Suomi -sertifikaatin. Se tarkoittaa sitä, että henkilöstöjohtamisesemme erilaiset käytänteet ja prosessit ovat erinomaisella tasolla.

Sertifikaatin myönsi meille hollantilainen, riippumaton Top Employers -instituutti, joka auditoi toimintamme perusteellisesti kymmenellä eri osa-alueella. Näitä osa-alueita olivat esimerkiksi johtamisen kehittäminen, suorituksen johtaminen, uusien osaajien rekrytointi, kulttuuri ja palkitseminen.

Lisäksi saimme Suomen Olympiakomitean myöntämän Suomen aktiivisin työpaikka -sertifikaatin jo toista kertaa. Olimme myös ehdolla kolmen parhaan joukossa Suomen aktiivisimmaksi työpaikaksi Urheilugaalassa.



Vastuullisuustyömme tärkeitä tavoitteita

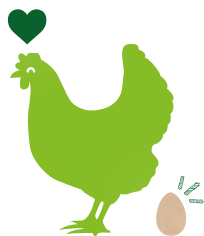
Näihin panostamme jatkossakin:



Pyrimme aina yli
90 prosentin
kierrätysasteeseen.



Kaikki omien merkkiemme
tuotteissa käytetty **kaakao ja**
palmuöljy on sertifioitua.



Myymme vain
vapaan kanan munia.

Saavutuksiamme:

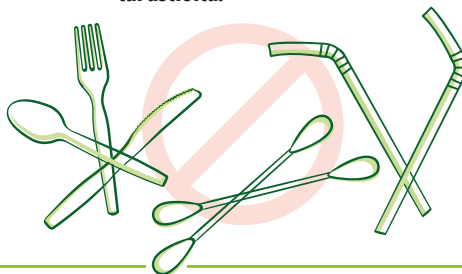
2019

Kaikki omien merkkiemme tuotteissa
käytetty **kahvi ja tee on sertifioitua.**



2020

Valikoimassamme ei ole **kertakäyttöisiä**
muovisia vanupuikkoja, pillejä, aterimia
tai astioita.



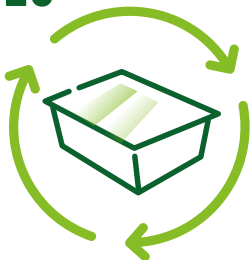
Tekojamme tulevaisuudessa:

2021

Omien merkkiemme **tuore-** ja **pakastekalat** sekä **kalajalosteet** ovat **sertifioituja** tai **kotimaisia**.



2026



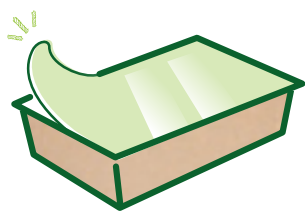
Kaikki omien merkkiemme muovipakkaukset ovat **kierrätettäviä**.



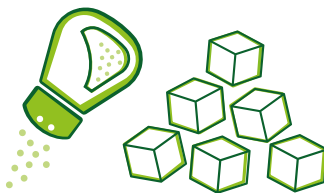
Olemme oman toimintamme
osalta **hiilineutraali**.



Omien merkkieimme tuotteissa ja pakkauksissa käytetty **puukuitu** on joko **kierrätettyä** tai **FSC-sertifioitua**.



Omien merkkiemme tuotteissa ja
pakkauksissa on **20 prosenttia**
vähemmän muovia.



Suolan ja sokerin kokonaismäärä
omien merkkien tuotteissa on
20 prosenttia pienempi.



Säästämme **energiansäästö-**
toimenpiteillä vuosittaisesta
energiankulutuksestamme 20 %
vuoden 2016 kulutuksesta.





lidl.fi/vastuullisuus



Kohti parempaa
huomista.