

Vastuullisuus

Lidlissä 2024

Hyvä työnantaja

kaikille

s. 6–9

Hyvinvointia

Suomeen

s. 15

Päästöt

pienenee

s. 17



Toimitusjohtajalta

YLI 20 VUODEN aikana olemme vakiinnuttaneet paikkamme suomalaisessa yhteiskunnassa. Vastuullisuus on sisäänrakennettu toimintaamme ja olemme ottaneet taas tärkeitä askeleita eteenpäin.

Vuonna 2024 keskityimme monimuotoisuustyömme vahvistamiseen. Aloitimme yhteistyön Helsinki Pride ja Mothers in Business -verkoston kanssa edistääksemme tasa-arvoisempaa työelämää. Yhteistyössä Suomen pakolaisavun kanssa kokeilimme työelämävalmennusta maahanmuuttajien työllistämiseksi ja kotouttamiseksi. Olemme saaneet arvokkaita oppeja toimintamme kehittämiseksi.

Sitouduimme merkittävään nettonolla-päästötavoitteeseen vuoteen 2050 mennessä. Tarvitsemme ilmasto-talkoisiin koko arvoketjumme, sillä suurin osa päästöistämme syntyy tuotannossa. Ilmaston näkökulmasta on syömällemme ruoalla valtava merkitys. Siksi me puhumme ja toimimme kestävästä ruokavalion puolesta. Tavoitteena on tuplata kasviproteiinien myynti vuoteen 2030 mennessä. Laskimme keväällä 2024 kaikkien kasvipohjaisten Vemondo-tuotteidemme hintoja, ja niiden myynti kasvoi huimat 30 prosenttia.

Haluamme tehdä vastuullisista valinnoista helppoa sinulle ja meille kaikille. Meillä on tiukat vaatimukset raaka-aineillemme. Valikoimassamme on satoja vastuullisuusmerkittyä tuotetta ja olemme yksi suurimpia Reilun kaupan tukijoita Suomessa. Raaka-ainetavoitteitamme kirittää entisestään yhteistyömme WWF:n kanssa.

Tähän julkaisuun olemme koonneet vastuullisuustyömme pääkohtia tilikaudelta 2024. Lukuilola!

CONOR BOYLE
toimitusjohtaja, Lidl Suomi

”

Haluamme tehdä vastuullisista valinnoista helppoa sinulle ja meille kaikille.



Sisältö

Lidlin vastuullisuustyö levittyy laajalle.....	s. 4
Lidliläiset viihtyvät työssään ja etenevät urallaan	s. 6
Työelämään kuuluvat kaikki sateenkaaren värit	s. 7
Kaikki mukaan työelämään	s. 8
Tuotantoeläinten hyvinvoinnin asialla	s. 10
Joulun ruoka-apukampanjalla 420 ostoskärryllistä ruokaa vähävaraisille	s. 12
Pullonpalautuksilla jopa 270 000 euroa hyväntekeväisyyteen	s. 12
Lidl maksaa neljänneksen Suomen Reilun kaupan lisistä	s. 13
Mukana suomalaisten rakastamassa lajissa	s. 14
Hyvinvointia Suomeen	s. 15
Lidlissä henkilöstön hyvinvointi on etusijalla	s. 16
Jokaisella on oikeus turvalliseen työskentelyyn.....	s. 16
Kohti nettonollaa – näin Lidl pienentää päästöjä	s. 17
Kestävä ruokavalio – miksi siihen kannattaa panostaa?	s. 18
Kasvisruoka on uusi normaali – Lidl edelläkävijän roolissa.....	s. 19
Aimo harppaus kohti vähäpäästöisempiä kuljetuksia	s. 20
Ilman pölyttäjiä ei ole ruokaa.....	s. 20
Kestävää ja luonnon monimuotoisuutta huomioivaa rakentamista	s. 21
Lidl panostaa vastuullisuuteen toimitusketjun jokaisessa vaiheessa	s. 22
Oma kassi, paras kassi – kuinka vähentää muovikassien käyttöä?	s. 23
Ruoka ei kuulu roskiin – hävikkiä torjutaan Lidlissä monin keinoin.....	s. 24
Muovin käyttö kuriin yhteistyöllä.....	s. 26



Lidlin vastuullisuustyö levittyy laajalle

Ruokakauppana Lidlin vaikutukset yhteiskuntaan ovat moninaiset. Toimitusketjut ja raaka-aineiden alkuperät ulottuvat ympäri maailman, ja valmiit tuotteet pakataan ja kuljetetaan myymälöihin, joita rakennetaan lisää vuosittain. Kauppa myös työllistää merkittävän määrän ihmisiä. Ruokakaupan vastuullisuustyö linkittyikin monelle taholle. Euroopan suurimpana päivittäistavaraketjuna ja osana Schwarz-yritysryhmää Lidlillä on hyvät mahdollisuudet edistää vastuullisempaa ruokakauppaa maailmanlaajuisesti. Lidlissä oman toiminnan vaikutukset tiedostetaan ja otetaan vakavasti. Vastuullisuusstrategian mukaisesti Lidl tekee konkreettisia tekoja, joiden tavoitteena on ilmaston suojeleminen, luonnon monimuotoisuuden kunnioittaminen, luonnonvarojen suojeleminen, reilu toiminta sekä terveyden edistäminen. Kaiken vastuullisuustyön pohjana on sidosryhmien kanssa käytävä vuoropuhelu – vastuullisuustyötä on mahdotonta tehdä yksin eikä siinä tulla koskaan valmiiksi. ●



TAVOITTEET

TEOT VUONNA 2024

Ilmaston suojeleminen

Vähennämme arvoketjumme päästöt nettonollaan 2050 loppuun mennessä

Saavutimme logistiikan päästövähennystavoitteen: yli 20 % kuljetuksista ajettiin uusiutuvalla energialla. Asensimme uusiin omiin myymälöihin aurinkopaneelit ja jatkoimme 100 % uusiutuvan sähkön käyttöä.

Vähennämme toimitusketjujen maankäytön ja maatalouden päästöjä 42,4 % sekä energian ja teollisuuden päästöjä 35 % 2034 loppuun mennessä

Toimme valikoimaan uusia kestävän ruokavalion mukaisia tuotteita, laskimme Vemondo-tuotteiden hintoja ja poistimme erilliset vegehyllit myymälöistä.

Luonnonvarojen suojeleminen

Minimoimme jätteen tarkoituksenmukaisilla pakkauksilla ja kierrättämällä

Vähensimme pakkausmuovia 23 % v. 2017–2025. Kampanjoimme muovikassien käytön vähentämiseksi.

Luonnon monimuotoisuuden kunnioittaminen

Suojelemme luonnon monimuotoisuutta, kun kehitämme valikoimaa ja rakennamme myymälöitä

Vaadimme sertifiointeja raaka-aineilta, joissa on korkea riski ihmisoikeus- tai ympäristörikkomuksille. Esimerkiksi kaikki omien merkkien tuotteissamme käytetty kaakao, tee ja kahvi ovat sertifioituja. Rakensimme toisen puumyymälämme.

Terveystietäminen

Valikoimastamme on helppo tehdä terveellisiä ja kestäviä valintoja

Lisäsimme 35 uutta Sydänmerkki-tuotetta valikoimaamme (yhteensä 277 kpl) ja jatkoimme tuotekehitystä suolan ja sokerin vähentämiseksi. Asetimme uuden tavoitteen: nostamme täysjyvän osuuden kaikista myydyistä viljaraaka-aineista 35 prosenttiin 2030 mennessä.

Reilu toiminta

Olemme jokaiselle sopiva ja yhdenvertainen työpaikka

Aloitimme yhteistyön Helsinki Priden kanssa. Tuimme vaikeassa työmarkkina-asetuksessa olevien työllistymistä kolmessa eri yhteistyöhankkeessa.

Tuemme eläinten hyvinvointia toimitusketjuissamme

Jatkoimme eläinten hyvinvointimerkin ELVI:n tukemista. Valikoimamme kasvoi neljällä uudella ELVI-merkityllä tuotteella.

Maksamme reilua palkkaa

Maksoimme työehtosopimusta parempaa palkkaa. Otimme käyttöön henkilökunta-alennuksen kaikille lidliläisille.

Kunnioitamme ihmisoikeuksia ja noudatamme reiluja kauppatapoja

Maksoimme Reilun kaupan lisiä lähes 500 000 euroa, joka vastaa noin neljännestä koko Suomen Reilun kaupan lisistä.

Tuemme jokaisen lidliläisen kasvua ja kehitystä

Kehitimme yhdenvertaisuustyötämme lisäämällä selkokielen käyttöä ja kouluttamalla rekrytoijia arviointivinoimien tunnistamisessa.

Teemme yhteistyötä ja käymme avointa vuoropuhelua

Järjestimme jouluna ruoka-apulahjoituskampanjan ja jatkoimme järjestökumppanuuksia. Aloitimme kansainvälisen yhteistyön WWF:n kanssa. Jokainen lidliläinen pääsi jalkauttamaan uusia arvojamme arvotyöpajoissa.

Edistämme työhyvinvointia

Panostimme varhaisen välittämisen toimintatapoihin ja kehitimme uhkatilanneraportointia.



Lidliläiset viihtyvät työssään ja etenevät urallaan

HYVÄ ESIHENKILÖTYÖ ja reilu palkka sekä erilaiset hyvinvointia tukevat toimintamallit – nämä ovat keinoja, joilla Lidl saa työntekijänsä viihtymään.

Lidl maksaa työehtosopimusta parempaa palkkaa ja tarjoaa jokaiselle työntekijälleen mahdollisuuksia kehittää osaamistaan.

”

Haluamme, että töihin on kiva tulla ja täällä saa arvostusta.

HELI HASSINEN-BIBERGER
Lidlin henkilöstöjohtaja

jälkeen vakituinen työntekijä. Meillä viihdytään, koska työyhteisömme on energinen ja kaikki mukaan ottava”, henkilöstöjohtaja **Heli Hassinen-Biberger** sanoo.

Varastotyöntekijästä ryhmäpäälliköksi

Lidl tarjoaa loistavat mahdollisuudet oman osaamisen ja uran kehittämiseen. Myymälässä voi esimerkiksi edetä esimiestehtäviin vuoropäälliköksi, apulaismyymäläpäälliköksi tai myymäläpäälliköksi. Myös toimihenkilöistä moni on edennyt urallaan.

”Tavoitteemme on, että jokainen voi luoda meillä oman näköisen urapolun. Varastotyöntekijästä voi kasvaa ryhmäpäällikkö eli logistiikan osaajiemme esihenkilö”, Hassinen-Biberger kertoo.

Lidlin henkilöstöetuihin kuuluvat liikunta- ja virkistysetu, 6 prosentin henkilöstöalennus, tuntevia alennuksia yhteistyökumppaneiden palveluihin, laajennettu työterveys-huolto sekä matalan kynnyksen mielenterveyspalvelut. ●

Lidlissä viihdytäänkin pitkään. Yhtiö pääsee pian juhlistamaan ensimmäisiä 25 vuotta talossa olleita työntekijöitä, jotka olivat aloittamassa Lidlin toimintaa Suomessa. Lidl rekrytoi pääsääntöisesti vakituisiin työsuhteisiin kesätyöntekijöitä lukuun ottamatta.

”Aika monesta kesätyöntekijästä tulee kuitenkin ensimmäisen tai toisen kesän

Työsuhteet Lidlissä

99 %

vakituksia työsuhteita

0 %

nollatuntisopimuksia tai vuokratyövoimaa

36 %

kokoaikaisia

64 %

osa-aikaisia

39 %

osa-aikaisista työsuhteista 30 työtuntia tai enemmän

26 tuntia

koulutustuntimäärä per työntekijä

Top Employer

Lidl on palkittu työnantaja jo 7. vuotta



Työelämään kuuluvat kaikki sateenkaaren värit

LIDL ETSII jatkuvasti uusia keinoja edistää monimuotoisuutta. Lähtökohtana on, että jokainen ihminen ansaitsee tulla kohdatuksi omana itsenään.

Monimuotoisuus tarkoittaa kaikkia näkyviä elementtejä mutta myös asioita, jotka eivät näy ulospäin, kuten erilaisia tapoja ajatella. Lidl on sitoutunut lisäämään monimuotoisuutta toiminnassaan ja viestimään siitä jatkuvasti.

”Haluamme, että jokainen voi työskennellä meillä turvallisesti, ja olla juuri sellainen kuin on. Edistämme aktiivisesti työelämää, johon kuuluvat kaikki sateenkaaren värit”, Lidlin HRD-osastopäällikkö **Jenny Nordgren** kertoo.

Pride-yhteistyö on tärkeä osa monimuotoisuuden kehittämistä

Lidl tekee Priden kanssa ympärivuotista yhteistyötä yhdenvertaisuuden ja monimuotoisuuden edistämiseksi. Esimerkiksi yhteisesti toteutetussa Sense of Belonging -hankkeessa tarjotaan 16–29-vuotiaille sateenkaarinuorille työmahdollisuuksia. Vuonna 2024 alkanut yhteistyö

Helsinki Priden kanssa syveni vuonna 2025, kun Lidlistä tuli Priden pääyhteistyökumppani ja virallinen ruoka-kauppa.

”Pride-kumppanuus on yksi tapa osoittaa, että meillä kaikki työntekijät voivat kokea olonsa yhdenvertaisiksi. Haluamme vahvistaa osallisuuden kokemusta ja itseluottamusta”, Nordgren sanoo.

Henkilöstön ääntä kuunnellaan

Lidl haluaa saada myös henkilöstön äänen ja ideat kuului monimuotoisuuden kehittämisessä. Tätä varten on koottu monimuotoisuustyöryhmä.

Lisäksi rekrytointiprosessit on suunniteltu taito- ja kompetenssipohjaisiksi, ja HR- ja esihenkilöiden yhdenvertaisuusosaamista kehitetään jatkuvasti.

”Jokainen työntekijä on meille arvokas. Olemme aidosti ylpeitä jokaisen lidliläisen tekemästä hyvästä työstä. Kaikki tuovat meille oman panoksensa omilla ainutlaatuisilla taidoillaan ja taustallaan”, Nordgren painottaa. ●

Töissä Lidlissä

67 %

koko henkilöstöstä naisia

58 %

esihenkilöistä naisia

25 %

varastotyöntekijöistä naisia

74 %

myymälätyöntekijöistä naisia

66

eri kansalaisuutta



Lidl tekee yhteistyötä Helsinki Priden ja Mothers in Business -työelämäverkoston kanssa edistääkseen yhdenvertaista työelämää.



Kaikki mukaan työelämään

Suurella yrityksellä on suuri yhteiskunnallinen vastuu. Heikommassa työmarkkina-asemassa olevien ihmisten rekrytoinnin tukeminen on Lidlille tärkeää.

Lidl on toteuttanut Suomessa erilaisia pilotteja heikommassa työmarkkina-asemassa olevien työllistämiseksi. Esimerkiksi maahanmuuttaneiden rekrytoiminen on Lidlille tärkeää sekä monimuotoisuuden että yhteiskuntavastuun näkökulmasta.

”Tämänhetkiset työmarkkinat ovat vahvasti työnantajien puolella – heikommassa asemassa olevat ihmiset jäävät helposti jalkoihin. Meille on tärkeää huomioida rekrytoinnissamme myös heidät”, Lidlin rekrytointipäällikkö **Saila Salminen** kertoo.

Onnistumisen kokemuksia ja oppia erityisryhmien työllistämisestä

Lidl osallistui vuoden 2024 aikana kolmeen eri hankkeeseen, joiden tavoitteena oli tukea heikommassa työmarkkina-asemassa olevien työllistymistä. Yhteistöitä jatketaan myös vuonna 2025.

”**Eri taustoista tulevat ihmiset tuovat työyhteisöön uusia ideoita ja ajatuksia.**

Suomen Pakolaisavun kanssa Lidl on mukana Sauma-hankkeessa, joka keskittyy auttamaan ihmisiä, joilla on erilaisia esteitä työhaussa, kuten heikko kielitaito ja verkostojen puute. Kuukauden kestäväällä kurssilla kurssilaiset harjoittelivat työpaikan hakemista

Suomessa. He esimerkiksi tekivät työhakemuksen ja osallistuivat työhaastatteluun. Lidl rekrytoi kurssin kautta työntekijöitä pääkaupunkiseudun myymälöihin.

”Tällaisella yhteistyöllä puramme yhteiskunnallisia esteitä ja maahanmuuttaneet pääsevät näyttämään taitonsa ja taitonsa. Lidlin kaltaiset vastuulliset yritykset ehkäisevät näin työperäistä hyväksikäyttöä ja tekevät yhteiskunnalli-

sesti merkittävää työtä”, Pakolaisavun asiantuntija **Elena Tamminen** kertoo.

Lidl aloitti myös syksyllä 2024 yhteistyön Omnian ja Espoon työllisyyspalveluiden kanssa. Kielituetussa työkokeilumallissa Lidlissä aloitti reilut kymmenen työkokeilijaa. Osallistujat pääsivät tekemään myymälässä erilaisia työtehtäviä ja kävivät läpi erilaisia palvelutilanteita, ja lisäksi kerran viikossa heillä oli suomen kielen opettajien ryhmäpäivä.

Kaksi ja puoli kuukautta kestäneen työkokeilujakson läpi käyneistä osallistujista osa työskentelee Lidlissä edelleen.

Kolmas merkittävä yhteishanke erityisryhmien työllistämiseksi on toteutettu yhteistyössä Startup Refugeesin kanssa jo toistamiseen Lidlin Järvenpään jakelukeskuksessa. Osallistujat pääsivät tutustumaan hankkeessa varastotyöhön. Tilaisuuksien pohjalta Lidl on rekrytoinut itselleen uusia työntekijöitä.

”Kokemus on ollut molemmin puolin onnistunut. Samalla kun olemme edistäneet heikommassa asemassa olevien ihmisten elämää, olemme saaneet hyviä työntekijöitä meille töihin ja opimme myös yrityksenä heiltä valtavasti”, jakelukeskuksen HR:sta vastaava **Marika Ahokas** kertoo.

Monimuotoisuus takaa uudet ideat

Lidl haluaa näyttää suomalaiselle yritysmaailmalle rohkeaa esimerkkiä rekrytoinnin avoimuudessa.

”Eri taustoista tulevat ihmiset tuovat työyhteisöön uusia ideoita ja ajatuksia. Tällä on suuri vaikutus asiakaskokemukseen, koostuuhan Lidlin asiakaskuntakin hyvin erilaisista ihmisistä”, Salminen ja Ahokas kertovat.

”Olemme iloisia ja onnellisia Lidlin kaltaisesta tunteesta kumppanista, joka näyttää muille positiivista esimerkkiä. Yhteistyöprojektit ovat tärkeitä, jotta maahanmuuttaneiden asema työmarkkinoilla pikkuhiljaa paranee”, Pakolaisavun asiantuntija **Ulla Tarkka** sanoo. ●





Reilu
toiminta

Tuotantoeläinten hyvinvoinnin asialla



ELVI on Suomen ensimmäinen riippumaton eläinten hyvinvoinnista kertova pakkausmerkintä. ELVI-merkittyjen tuotteiden takana on hyvinvoivia eläimiä, jotka liikkuvat, syövät ja sosialisoivat laumassa vapaasti. Lidl on ollut aktiivisessa roolissa sertifikaatin kehittämisessä ja markkinoille tuonnissa.



Keväällä 2023 lanseerattu ELVI-sertifikaatti on Suomen ensimmäinen eläinten hyvinvointia tukeva riippumaton pakkausmerkintä, jolla on vahva tieteellinen tausta ja tiukat vaatimukset. Valitsemalla ELVI-tuotteen kuluttaja voi vaikuttaa siihen suuntaan, mihin kotieläintuotanto Suomessa kehittyy.

”ELVI-merkin vaatimuksia valvotaan tarkasti. Yksi tärkeimmistä ehdoista on, että eläimillä on vapaus liikkua. Valitsemalla hyllyltä ELVI-merkityn tuotteen kuluttaja voi varmistua siitä, että tuote on vastuullinen ja tukee eläinten hyvinvointia”, merkkiä hallinnoivan FinWelfare Oy:n **Essi Wallenius** sanoo.

ELVI-merkki on syntynyt tiiviissä yhteistyössä alan toimijoiden kanssa. Essi kertoo, että Lidl on ollut tärkeässä roolissa ja merkittävä tuki pakkausmerkinnän kehittämisessä ja markkinoille tuonnissa.

”Lidl on tehnyt konkreettisia tekoja sen eteen, että myytävien tuotteiden vastuullisuuden taso on korkea. Lidl oli myös ensimmäinen kauppaketju, joka otti ELVI-merkin käyttöön omista tuotteistaan”, hän sanoo.

Taustalla pitkä yhteistyö tuottajan kanssa

Lidlin Ilona-tuotteita tuottaa savolainen meijeri Osuuskunta Maitomaa, joka on tullut tunnetuksi eläinten hyvinvoinnin edelläkävijänä. Ilona-tuoteperheen tiloilla lehmät liikkuvat vapaasti, ulkoilevat ympäri vuoden ja niillä on tilavat makuupaikat.

Maitomaata ja Lidliä yhdistää vastuullisuus sekä ihmisten, eläinten ja ympäristön huomioiminen. Taustalla on pitkä ja syväluotaava yhteistyö.

”Lähdimme yhdessä kehittämään Ilona-tuoteperhettä jo vuosia sitten. ELVI-merkin tullessa markkinoille päivitimme Ilona-tuotteiden vaatimukset sertifikaatin tasolle. Yhteistyömme Lidlin kanssa mahdollisti Maitomaan liittymisen ELVI-merkin piiriin heti alusta alkaen”, Osuuskunta Maitomaan toimitusjohtaja **Pasi Laitinen** kertoo. ●

Eläinten hyvinvointi-merkittyjä tuotteita valikoimassa

12 kpl

Tuorelihan kotimaisuusaste

93 %

Maidon kotimaisuusaste

97 %



Maitomaa on vuoden vastuullisin kumppani

Lidlin tavarantoimittajapäivässä Maitomaa palkittiin Vuoden vastuullisin 2025 -palkinnolla. Maitomaa palkittiin pitkäjänteisestä ja määrätietoisesta yhteistyöstä eläinten hyvinvoinnin parantamiseksi.

Ilona-tuoteperhe kasvaa

Elvi-merkki komeilee näiden Ilona-tuotteiden kyljessä



Ilona kevytmaito



Ilona maustamaton jogurtti



Ilona raejuusto



Ilona maustetut jogurtit

Reilu
toiminta

420

ostokärryllistä
hyvään

Joulun ruoka- apukampanjalla 420 ostokärryllistä ruokaa vähävaraisille

RUOKA-APU ON merkittävä tuki lukuisille suomalaisille. Joulun pyhät ovat monille taloudellisesti haastavaa aikaa, jolloin myös avun tarve kasvaa.

Lidl järjesti jouluna 2024 kaikissa myymälöissään hyväntekeväisyyskampanjan, jossa asiakas pystyi oman kauppareserkinsa yhteydessä ostamaan ruokatuotteen lahjoitettavaksi. Tuote maksettiin omien ostosten joukossa ja jätettiin kassojen lähellä sijaitsevaan keräyspisteeseen.

Lidl toimitti lahjoitetut tuotteet myymälöidensä paikallisille ruoka-apukumppaneille ympäri Suomen. Yksi tällainen, pitkäaikainen yhteistyökumppani on Vantaan Yhteinen pöytä.

”Ruoka-apu voi antaa vähävaraiselle mahdollisuuden rakentaa joulun ja esimerkiksi ostaa lähelle lahjan, kun ruokakuluista säästyy rahaa. Lidlin ruoka-apukampanja oli hieno ja oivaltava avaus”, Vantaan Yhteisen pöydän palveluesihenkilö **Soile-Maria Linnemäki** kertoo.

Vantaan Yhteinen pöytä on ruoka-avun ja ruokahävikin logistiikan yhteistyömalli, joka perustuu verkostomaiseen toimintakulttuuriin. Linnemäki kokee, että ruoka-apukampanjalla oli suuri merkitys monen perheen joulun.

”Apua tarvitsevat saivat kampanjan myötä joulupöytänsä sopivaa ruokaa, kuten puuroita, joulusuklaata sekä muita kuivatut tuotteita”.

Vantaalla keräyksiä tehtiin kuudesta Lidlin myymälästä. Yhteensä tuotteita lahjoitettiin ruoka-apuun noin 420 ostokärryllisen verran. Lisäksi Lidl lahjoitti joulun alla 40 000 euroa Hyvä joulu-mieli -keräykseen. Keräyksen varoin vähävaraisille perheille jaettiin 70 euron arvoisia lahjakortteja ruokakauppaan.

Yhteistyö Lidlin kanssa on ollut mielekästä Vantaan yhteiselle pöydälle.

”Lidl on merkittävä kumppanimme, ja olemme tehneet yhteistyötä melkein alusta alkaen. Joulun kampanja oli myös meille erityinen”, Linnemäki iloitsee. ●



Pullonpalautuksilla jopa 270 000 euroa hyväntekeväisyyteen

LIDLIN ASIAKKAAT ovat voineet lahjoittaa myymälöiden pullonpalautuspisteillä panttirahaa hyväntekeväisyyteen yli kolmen vuoden ajan. Arkeen sopiva lahjoittaminen on vaivatonta asiakkaalle, ja lahjoittaminen on ollut aktiivista.

Pullonpalautusten lahjoitussumma oli viime vuonna keskimäärin euron, ja panteilla saatiin kerättyä yhteensä noin 270 000 euroa hyväntekeväisyyteen.

Lahjoitetuilla panttirahoilla autettiin eläimiä, mahdollistettiin lapsille harrastuksia sekä tuettiin nuorten mielenterveyttä. Vuoden 2024 suosituin lahjoituskohde oli Nuorten mielen-terveysseura Yeesi ry. Järjestö keräsi pullonpalautusten lahjoituksilla reippaasti yli sata-tuhatta euroa.

”Lidl-pullopantti-lahjoitusten ansiosta olemme voineet jatkaa nuorten mielen-terveyttä edistävää työtä aikana, jolloin järjestöjen rahoitusta leikataan merkittävästi. Olemme voineet esimerkiksi laajentaa ryhmächatin aukioloaikoja tarjotaksemme nuorille turvallisen keskustelupaikan sekä palkata nuoria toteuttamaan mielenterveystaitoja vahvistavia työpajoja. Kiitos Lidl ja jokainen, joka lahjoitti pullopanttinsa – yhdessä edistämme nuorten mielen-terveyttä Suomessa”, kertoo Yeesi ry:n puheenjohtaja **Jenna Wahlstén**.

Lahjoittaminen oli vuonna 2024 aiempaa suositumpaa. Euro-määräisesti lahjoituksia tehtiin melkein 10 prosenttia enemmän kuin edeltävänä vuonna. SEY Suomen eläinsuojelua ja vähävaraisten perheiden lasten ja nuorten harrastustoimintaa edistävää Hope ry:tä tuettiin kumpiakin vajaalla 80 000 eurolla. Varoilla muun muassa autettiin kodittomia lemmikkejä ja hädässä olevia eläimiä sekä mahdollistettiin lasten ja nuorten liikunta- ja kulttuuritoimintaa.

Pullonpalautuksessa hyväntekeväisyyteen lahjoitetut rahat menevät lyhentämättöminä organisaatioille. Lidl maksaa pullopanttilahjoitusten hallinnolliset kulut. ●

**Lidl jakoi yhteis-
kunnallista tukea
yhteensä 730 000 euroa
tilikaudella 2024.**



Lidl maksaa neljänneksen Suomen Reilun kaupan lisistä

Lidl on yksi Reilun kaupan jälleenmyyntikumppaneista. Reilun kaupan merkki kertoo ostajalle siitä, että tuotteen tai sen raaka-aineen valmistuksessa ihmisoikeudet ja ympäristö on huomioitu tiukoin kriteerein, ja esimerkiksi lapsityövoiman käyttö on kielletty. Viljelijälle Reilu kauppa tarkoittaa turvattua tuloa ja suojaa markkinahintojen heilahtelua vastaan.

Lidlillä on myynnissä valikoiman kokoon nähden kattavasti Reilun kaupan tuotteita. Tilikaudella 2024 Lidlin pysyvässä valikoimassa ja vaihtuvina erätuotteina oli 340 Reilun kaupan sertifioimaa omaa tuotetta.

”Ruoantuotannolla on suuria vaikutuksia niin ympäristöön kuin arvoketjun ihmisiin. Reilut työolot, ihmisoikeudet, kestävä viljely ja luonnon monimuotoisuus ovat meille keskeisiä arvoja”, Lidlin valikoiman vastuullisuuspäällikkö **Sara Leinonen** kertoo.

Reilun kaupan piirissä oleville viljelijöille maksetaan vähintään Reilun kaupan takuuhinta ja kauppahinnan päälle Reilun kaupan lisä. Takuuhinnan turvin viljelijäyhteisöt voivat suunnitella tulevaisuutta ja parantaa elämänsä laatua.

Reilu kauppa ry:n asiakkuusjohtaja **Heli Le** kertoo, että

yhteistyö Lidlin kanssa on aktiivista ja keskustelemaa.

”Käymme keskustelua vastuullisuusteemoista ja pohdimme yhdessä ratkaisuja toimitusketjun riskien ja haasteiden lieventämiseksi”, hän sanoo.

Vuonna 2024 Lidl maksoi Suomessa myydyistä Reilun kaupan tuotteista vajaa puoli miljoonaa euroa Reilun kaupan lisiä. Se kattaa 24,5 prosenttia Suomessa kertyneestä Reilun kaupan lisien rahasummasta. Viljelijät ja yhteisöt päättävät, mihin Reilun kaupan lisiä käytetään. Niillä kustannetaan muun muassa koulutusta työntekijöille ja heidän perheilleen sekä edistetään työntekijöiden asumisoloja, parannetaan yritysten toimintaympäristöä sekä rahoitetaan uusia työvälineitä.

”Lidl on vahvasti sitoutunut Reilun kaupan arvoihin ja toimii jälleenmyynnin vastuullisuuskeskusteluissa usein kokoaan suurempana vaikuttajana”, Le toteaa. ●



Reilu
toiminta



Mukana suomalaisten rakastamassa lajissa

Lidl on Suomen Jääkiekkoliiton pääsponsor. Yhteistyön tarkoituksena on tukea terveellisiä elämäntapoja ja mahdollistaa jääkiekon harrastaminen jokaiselle suomalaiselle.

Jääkiekko on Suomen seuratuimpia urheilulajeja ja Lidl haluaa olla omalta osaltaan mukana tukemassa suomalaista urheilua ja kulttuuria. Vuonna 2021 solmittu sopimus Jääkiekkoliiton kanssa kattaa yhteistyön miesten A-maajoukkueen sekä naisten, nuorten ja tyttöjen maajoukkueiden kanssa. Lisäksi Lidl on mukana lasten ja nuorten kiekkoharrastamisessa: se osallistuu muun muassa lapsille suunnattujen kiekkokoulujen ja Lidl Taitokisojen järjestämiseen.

Tuen tarkoitus on taata, että mahdollisimman moni suomalainen pääsee halutessaan jääkiekkoharrastuksen

Lidlille on tärkeää olla vahvistamassa suomalaista kulttuuria ja urheilua.

piiriin taustastaan, iästään tai asuinpaikastaan riippumatta.

"Suomen Jääkiekkoliiton toiminta jakaantuu kolmeen strategiseen tavoitteeseen. Ne ovat elinikäisen harrastamisen polku, maailman paras pelaaja -polku sekä seuratoiminnan kehittämiseen tähtäävä uudistamisen- ja yhteisöllisyyden polku. Lidl on toiminnallaan mukana tukemassa kaikkia näitä polkuja", Jääkiekkoliiton toimitusjohtaja **Samu Kauhanen** kertoo.

Yhteistyö Jääkiekkoliiton ja Lidl välillä perustuu yhteisiin arvoihin. Liiton arvot ovat hauskuus, kunnioitus, yhteisöllisyys ja erinomaisuuden tavoittelu. Näiden lähtökohtiin lukeutuu myös terveelliset elämäntavat, jotka ovat vähittäiskauppana Lidlille tärkeitä. Tältä osin yhteistyö konkretisoituu esimerkiksi siten, että Lidl toimittaa maajoukkueiden pukuhuoneisiin ottelupäivinä hedelmä- ja vihanneskorit. ●

Yhteistyö Jääkiekkoliiton ja Lidl välillä perustuu yhteisiin arvoihin. Liiton arvot ovat hauskuus, kunnioitus, yhteisöllisyys ja erinomaisuuden tavoittelu. Näiden lähtökohtiin lukeutuu myös terveelliset elämäntavat, jotka ovat vähittäiskauppana Lidlille tärkeitä. Tältä osin yhteistyö konkretisoituu esimerkiksi siten, että Lidl toimittaa maajoukkueiden pukuhuoneisiin ottelupäivinä hedelmä- ja vihanneskorit. ●

arvot ovat hauskuus, kunnioitus, yhteisöllisyys ja erinomaisuuden tavoittelu. Näiden lähtökohtiin lukeutuu myös terveelliset elämäntavat, jotka ovat vähittäiskauppana Lidlille tärkeitä. Tältä osin yhteistyö konkretisoituu esimerkiksi siten, että Lidl toimittaa maajoukkueiden pukuhuoneisiin ottelupäivinä hedelmä- ja vihanneskorit. ●

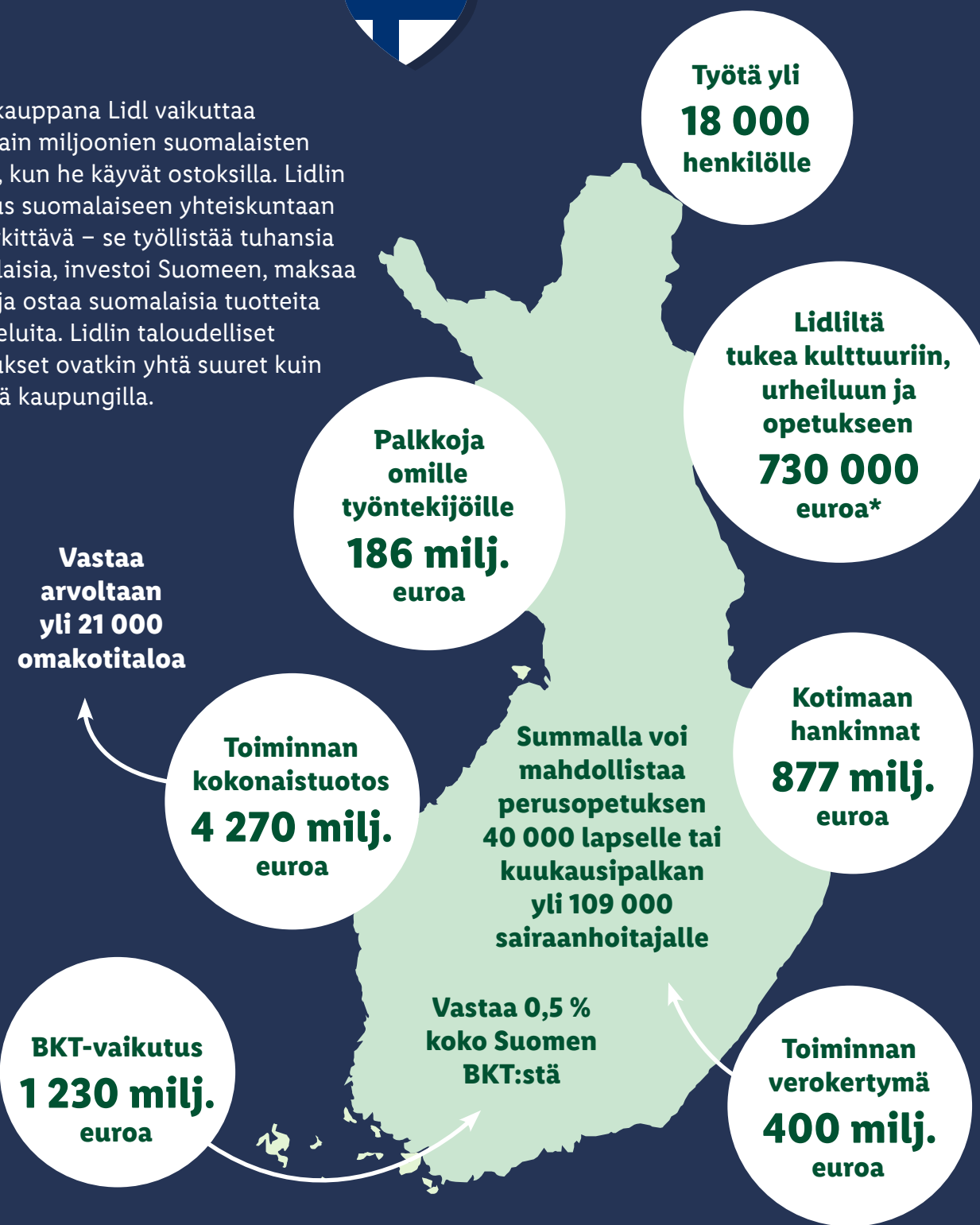


Reilu
toiminta

Hyvinvointia Suomeen



Ruokakauppana Lidl vaikuttaa viikoittain miljoonien suomalaisten arkeen, kun he käyvät ostoksilla. Lidl:n vaikutus suomalaiseen yhteiskuntaan on merkittävä – se työllistää tuhansia suomalaisia, investoi Suomeen, maksaa veroja ja ostaa suomalaisia tuotteita ja palveluita. Lidl:n taloudelliset vaikutukset ovatkin yhtä suuret kuin pienellä kaupungilla.



Taloudellisten vaikutusten arviointi on tehty yhteistyössä KPMG:n kanssa tilikauden 2023 perusteella.

*tilikaudella 2024



Terveystien
edistämisen

Lidlin väki



Lidlissä henkilöstön hyvinvointi on etusijalla

Ennakoivalla työterveystoiminnalla panostetaan työntekijöiden hyvinvointiin. Tavoitteena on parantaa työkykyjohtamista ja tarjota tukea matalalla kynnyksellä.

LIDLISSÄ TYÖSKENTELEE noin 5 750 kaupan alan ammattilaista yli 250 tehtävässä myymälöissä, jakelu-keskuksissa sekä pääkonttorilla. Työkykyjohtamiseen on panostettu kaikissa toimipisteissä.

”Tavoitteenamme on parantaa työkykyjohtamista ja työhyvinvointia ennakoivalla otteella, jolloin pystymme tunnistamaan mahdollisesti kehittyviä haasteita jo ensimmäisten hiljaisten signaalien ilmaantuessa. Keskitämme myös työyhteisötason toiminnan kehittämiseen eli siihen, että tiimit toimivat, johtaminen on hyvää ja tieto kulkee. Tämä kaikki rakentaa työhyvinvointia Lidlissä joka päivä”, Lidlin HRD:n osastopäällikkö **Jenny Nordgren** sanoo.

Positiivista kehitystä on havaittu erityisesti mielen-terveysperusteisissa poissaoloissa, joiden määrä on laskenut jopa 22 prosenttia kahden vuoden seuranta-ajanjaksolla.

”Onnistumisen taustalla on esihenkilöiden kouluttaminen ja valmentaminen sekä koko henkilöstölle tarjotavat matalan kynnyksen mielen tuen palvelut, joiden avulla työntekijät saavat tukea jo varhaisessa vaiheessa”, Nordgren kertoo.

Ennakoivan työterveystoiminnan onnistuminen näkyy myös sisäisesti toteutettavassa fiilismittarissa, jossa positiivisten vastausten osuus on noussut 83 prosenttiin. Fiilismittari on kysely, jossa työntekijät voivat vastata anonyymisti työhyvinvointiin liittyviin kysymyksiin. ●

Jokaisella on oikeus turvalliseen työskentelyyn

Lidlin työsuojelun keskeinen tavoite on varmistaa, että jokaisessa toimipisteessä voi työskennellä turvallisesti ilman tapaturmia ja terveydellistä haittaa.

LIDLISSÄ ON kehitetty työsuojelua määrätietoisesti viimeisten vuosien aikana. Uusia toimenpiteitä ovat esimerkiksi turvakeskustelut ja uhkatilanneraportit.

”Logistiikan puolella on aloitettu turvallisuuskeskustelut, joiden tavoitteena on lisätä vuorovaikutusta ja ennakoivia toimenpiteitä. Keskustelut käydään työntekijöiden ja esihenkilöiden välillä, ja niiden tavoitteena on myös kiinnittää huomiota positiivisiin asioihin”, Lidlin työsuojelupäällikkö **Ossi Salonen** kertoo.

Viime vuosina myymälöissä tapahtuvat uhkatilanteet ovat lisääntyneet.

”Asiakaspalvelun uhkatilanteet voivat olla epäasiallista verbaalista tai rasistista käyttäytymistä tai näpistyksiä. Tehokas keino hallita uhkatilanteita on vartiointipalveluiden käyttäminen. Uhkatilanneraportit auttavat kohdentamaan turvapalvelut oikein”, Salonen sanoo.

Datan pohjalta on myös ryhdytty käytännön toimiin esimerkiksi varastoilla.

”Tällä hetkellä työstämme varastojärjestyksen optimointia ja ergonomista hyllyjärjestystä tapaturmien vähentämiseksi. Turvallisuusdatasta huomasimme myös, että sähköiset lavansiirtovaunut aiheuttavat useita vaaratilanteita. Tähän reagoimme alentamalla vaunujen maksiminopeutta”, hän kertoo.

Työssä on onnistuttu, sillä vakavat tapaturmat ovat vähentyneet merkittävästi. Vuonna 2023 vakavia tapaturmia oli 6,5 prosenttia, kun vastaava luku viime vuonna oli vain 4,5 prosenttia. ●



Ilmaston
suojelu

Kohti nettonollaa – näin Lidl pienentää päästöjä

Tehokkain tapa hillitä ilmaston lämpenemistä on pienentää päästöjä. Vuonna 2024 Lidl päivitti ilmastotavoitteensa entistä kunnianhimoisemmiksi: Lidlissä tavoitellaan nettonollaa vuoteen 2050 mennessä kaikissa toimipisteissä ja toimitusketjuissa.

Lidl on sitoutunut useisiin konkreettisiin tekoihin ja tavoitteisiin ilmaston hyväksi. Päästöjä syntyy niin omasta toiminnasta kuin toimitusketjuissa. Oman toiminnan päästöiksi lasketaan mm. omien kiinteistöjen, autojen ja kylmäaineiden päästöt. Omaan toimintaan lasketaan myös yrityksen ostama sähkö ja kaukolämpö.

Omia päästöjä Lidlissä hillitään muun muassa seuraavilla keinoilla:

- Kaikki sähkö on ollut uusiutuvaa jo vuodesta 2019.
- Omaan kiinteistöihin rakennettaviin uusiin myymälöihin asennetaan aurinkopaneelit, jotka voivat tuottaa jopa 20 prosenttia koko myymälän energiantarpeesta. Tilikaudella 2024 aurinkopaneelien oli 44 myymälän ja kaikkien kolmen jakelukeskuksen katoilla.
- Laitteistoa päivitetään vastaamaan tätä päivää. Uudet kylmälaitteet toimivat luonnollisilla kylmäaineilla, jotka eivät mahdollisissa vuototilanteissa lämmitä ilmastoa juuri ollenkaan.
- Työsuohdeautoilijoille tarjotaan hybridi- ja täyssähköautoja.
- Mahdollisuutta ostaa uusiutuvaa kaukolämpöä selvitetään aktiivisesti, sillä kiinteistöjen lämmittäminen haukkaa ison osan Lidlin oman toiminnan päästöistä.

Ylivertaisesti suurin osa ruokakaupan päästöistä on kuitenkin epäsuoria – ne syntyvät pääasiassa ruoantuotannosta. Lidlissä myytävien tuotteiden tuotanto vastaa jopa 86 prosenttia kaupan päästöistä.

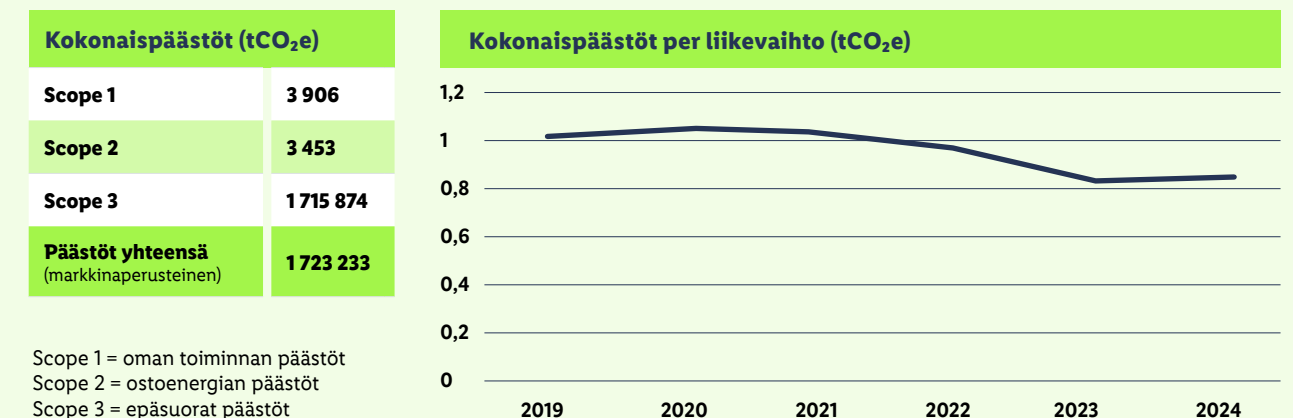
Mitä asialle voi tehdä, jos itse ei ole ensi kädessä päästöistä vastuussa? Lidlissä on tiivistetty yhteistyötä tavarantoimittajien ja muiden liikeympäristöjen kanssa.

- Lidlin merkittävimmät tavarantoimittajat ovat sitoutuneet asettamaan omat tieteesen perustuvat SBTi-ilmastotavoitteet vuoteen 2026 mennessä. Tavarantoimittajat saavat koulutusta ja tukea tavoitteiden asettamisessa ja saavuttamisessa.
- Lidl on kierrätyksen kunkku. Jopa 93 prosenttia jätteistä menee uudelleen käyttöön – tämä vähentää tarvetta uusille raaka-aineille ja vähentää päästöjä.
- Jo yli 20 prosenttia Lidlin kuljetuskilometreistä ajettiin uusiutuvalla polttoaineella vuonna 2024.
- Valikoimakehitys on tärkeä osa ruokakaupan ilmastotyötä. Lidlissä tehdään päivittäin työtä ilmaston kannalta kestävämmän valikoiman eteen.
- Myös asiakkaita kannustetaan kestävän, ilmastolle paremman ruokavalion pariin – jokainen voi tehdä ilmastotekoja omalla lautasellaan!

Tilikaudella 2024 Lidl kompensoi omasta toiminnasta syntyvät päästöt. Jatkossa keskitytään toimenpiteisiin, joiden avulla saavutetaan nettonollatavoite vuoteen 2050 mennessä.

Ilmastotyö on pitkäjänteistä työtä ja tänään tehdyt toimet näkyvät konkreettisesti päästölukuissa vasta tulevaisuudessa. Graafista voi nähdä Lidlin kokonaispäästöjen kehityksen suhteutettuna liikevaihtoon. ●

Lidlin päästöt 2024





Ilmastonsuojelu

Kestävä ruokavalio – miksi siihen kannattaa panostaa?

Ruoantuotannolla on suuret vaikutukset ilmastoon, luonnon monimuotoisuuteen sekä ihmisten terveyteen. Erilaiset terveysongelmat sekä ilmastomuutos ja luontokato ovatkin aikamme suurimpia haasteita. Ratkaisu on kestävä ruokavalio, jota noudattamalla edistetään terveyttä ja pysytään luonnon kantokyvyn rajoissa.

Jos haluamme säilyttää maapallon kantokyvyn, ruokailutottumusten on muututtava. Kestävän ruokavalion edistäminen on Lidlille tärkeää sekä asiakkaiden terveyden että ilmastoon ja luontoon kohdistuvien vaikutusten vuoksi.

Lidlissä kestävä ruokavalio pohjaa planetaariseen ruokavalioon, joka koostuu pääosin kasvikunnan tuotteista, täysjyväviljasta, kasviproteiineista sekä rasvoista, mutta myös eläinperäisiä tuotteita mahtuu maltillisesti mukaan. Planetaarinen ruokavalio on suunniteltu niin, että 10 miljardia ihmistä voisi elää maapallolla vuonna 2050 syöden terveellisesti ja liikaa planeettaa kuormittamatta.

Lidl on asettanut kestäville ruokavaliolle kunnianhimoiset tavoitteet ja tehnyt lukuisia toimenpiteitä kasvispainotteisen ruokavalion valtavirtaistamiseksi. ●

Lidlin kestävä ruokavalion tavoitteet
(vuoteen 2030 mennessä):

20 % enemmän kasvipohjaisten tuotteiden myyntiä

20 % myydyistä proteiineista kasviproteiineja

35 % myydyistä viljoista täysjyvää

Päivittäin laaja valikoima tuoreita hedelmiä ja vihanneksia

Tekoja kestävä ruokavalion eteen



Tammikuussa 2025 Lidlissä luovuttiin vegehlylyistä onnistuneen kokeilun seurauksena. Kasvipohjaiset tuotteet eivät kuulu erikoisruokavalioon vaan kaikille – ja nyt niihin on helppo tarttua, kun ne löytyvät ennestään tuttujen tuotteiden joukosta.



Lidlissä on linjattu, että epäterveellisiä tuotteita ei markkinoida lapsia houkuttelevilla kuvituksilla. Jo kymmenet tuotepakkaukset ovat saaneet uuden ulkoasun ja työ jatkuu.



Suomalaisten täysjyvän saanti on retuperällä – vain harva pääsee ravitsemussuositusten mukaiseen 90 gramman päivätavoitteeseen. Lidl ryhtyi toimeen ja asetti kovan tavoitteen täysjyvän osuuden kasvattamiseksi.



Huhtikuussa 2024 Lidlin oman Vemondo-tuotemerkin kasviproteiinien hinnat laskettiin vähintään samalle tasolle kuin vastaavan eläinproteiinin. Näin kasvisruoan syöminen ei ole hinnasta kiinni.



Ilmastonsuojelu

Kestäviä eväitä

Lidlissä on tarjolla monia helppoja vaihtoehtoja kestävään ruokavalioon.



Hummus on monipuolinen, vegaaninen proteiininlähde, joka sopii leivälle, lisukkeeksi tai vaikkapa dippivihannesten kanssa nautittavaksi.

Chef Select hummus, 200 g



Valmiit burgerpihvit ovat helppo ja nopea kasvisruoka. Pellavan- ja kurpitsansiemenpihvit sekä rouheat linssi-pinaattipihvit ovat vegaanisia ja sopivat myös grillattavaksi.

Vemondo burgerpihvi & crunchy burgerpihvi, 160 g



Luomutofu on Lidlin vege ruokien klassikko. Tämä edullinen ikisuosikki taipuu moneen aina vartaista ja salaateista lämpimiin pataruokiin. Reseptivinkkejä osoitteesta [lidl-reseptit.fi](https://www.lidl.fi/reseptit).

Vemondo luomutofu, 200 g



Kasvisruoka on uusi normaali – Lidl edelläkävijän roolissa

Ilmastovaikuttaja Niklas Kaskeala on puhunut kestävyysteemoista jo pari vuosikymmentä. Hän tietää, että ruoantuotannosta syntyy jopa kolmannes kaikista maailman kasvihuonepäästöistä, ja niistä valtaosa muodostuu eläinperäisestä ruoasta. Kasvispainotteinen ruokavalio on paitsi ihmiselle terveellistä myös ilmastolle välttämätön suunta.

KASVISRUOKAVALION suosimiselle on Pro Vege ry:n hallituksen puheenjohtaja **Niklas Kaskealan** mukaan kaksi painavaa syytä: terveys ja ilmasto. Vuonna 2024 päivitettyissä ruokasuosituksissa on terveysnäkökulman rinnalle otettu entistä näkyvämmiin huomioon myös ympäristö ja ilmasto.

”Kasvisruokavalio vähentää riskiä sairastua sydänsairauksiin, diabetekseen ja ylipainoon. Lisäksi kasvipohjainen ruoka tuottaa huomattavasti vähemmän kasvihuonekaasupäästöjä ja vaatii vähemmän resursseja kuin eläinperäinen ruoka”, Kaskeala kertoo.

Suomalaisten ruokakulttuurin muutoksessa kaupat ovat avainasemassa.

”Kaupat voivat vaikuttaa kuluttajien valintoihin valikoiman, hinnoittelun ja esillepanon kautta. Esimerkiksi sushista tuli perheiden arkiruokaa vasta, kun kaupat toivat sushibuffetit kuluttajien näkyville. Samanlaiset vaikutusmahdollisuudet kaupoilla on myös kasvisruoan normalisoimisessa”, hän sanoo.

Lidl on hinnoitellut kasviproteiinit samanhintaisiksi kuin eläinperäiset, ja sijoittanut kasvipohjaiset vaihtoehdot vastaavien eläinperäisten elintarvikkeiden viereen erillisten vegehlylyjen sijasta.

”Hinta on erittäin tärkeä tekijä suomalaiselle kuluttajalle, ja kasvisruokien houkuttelevalla esillepanolla on suora vaikutus kuluttajien ostokäyttäytymiseen. Nämä asiat helpottavat kuluttajien siirtymistä kasvisruokapainotteiseen ruokavalioon ja on hieno osoitus kasvisruoan normalisoimisesta.” ●

Niklas Kaskeala on yksi Suomen tunnetuimmista ilmasto- ja vastuullisuusvaikuttajista. Hän vastaa Oy Oatly Ab:n yhteiskuntasuhteista Suomessa sekä toimii Pro Vege ry:n hallituksen puheenjohtajana. Vuonna 2023 perustetun yhdistyksen tavoitteena on lisätä kasvipohjaisten elintarvikkeiden osuutta suomalaisessa ruokajärjestelmässä. Yhdistykseen kuuluu 35 ruoka- ja kaupan alan yritystä. Lidl on yhdistyksen perustajajäsen.



Ilmaston
suojele

Aimo harppaus kohti vähäpäästöisempiä kuljetuksia

Lidlin kuljetuksia ajoi vuonna 2024 huimat 22 biokaasurekkaa. Kuljetuskumppaneiden kanssa käydään jatkuvaa ja aktiivista keskustelua logistiikan päästöjen vähentämiseksi.

Lidl alkoi testata kaasurekkojen teknologiaa yhdellä ajoneuvolla vuonna 2018. Tämän jälkeen kaasurekkojen määrä Lidlin reiteillä lisääntyi pikkuhiljaa ja hallitusti. Suuri harppaus tapahtui kuitenkin vuosina 2023–2024, kun yhtiö tuplasi biokaasurekkojen määrän kymmenestä kahteenkymmeneenkahteen.

Lidlin tavoite oli, että 20 prosenttia kuljetuskilometreistä ajetaan uusiutuvalla energialla vuoteen 2025 mennessä. Tavoite saavutettiin vuoden 2024 aikana.

Biokaasun elinkaaren aikaiset päästöt ovat noin 90 prosenttia pienemmät kuin perinteisillä fossiilisilla polttoaineilla. Lidlin käytössä olevat rekat käyttävät vain nesteytettyä biokaasua, joka on energiantensiivistä ja sopii siksi raskaaseen liikenteeseen.

Logistiikassa Lidl tekee lisäksi jatkuvaa reittioptimointia jakelukeskuksista myymälöihin päästöjen minimoimiseksi. Myös kuljetuskaluston koolla on päästöjen kannalta merkitystä.

”Pitkät välimatkat kannattaa ajaa mahdollisimman isolla rekalla”, Lidl Suomen logistiikkatiimin vetäjä **Tuomas Räikkönen** kertoo.

Aktiivista keskustelua kumppaneiden kanssa

Lidlillä ei ole omia biokaasurekkoja, vaan 12 suomalaista kuljetusalan kumppania, joiden kanssa yhtiö käy aktiivista

ja yksityiskohtaista keskustelua myös uusista käyttövoimista. Lidl testaa paraikaa muutamissa maissa sähkörekkoja. Yksi sähkörekka on testissä myös Suomessa Janakkalan jakelukeskuksessa.

”Yhdessä kumppaneidemme kanssa pohdimme, millainen toimintamalli olisi kestävin. Tarkoituksemme on ottaa myös Suomessa sähkö osaksi kuljetusstrategiaamme. Uskomme vahvasti, että monien kuljetusvaihtoehtojen skenaario elää vielä pitkään. Saavutimme edellisen päästövähennystavoitteemme ja laskemme parhaillaan uutta, kunnianhimoista tavoitetta tuleville vuosille”, Räikkönen kertoo. ●

22
kaasurekkaa

Kuljetukset tilikaudella 2024

Kuljetusten CO₂-päästöt per lava: 6,20 CO₂e
(2023: 7,16 CO₂e)

Kuljetuskilometreistä 20,4 % kulki uusiutuvalla polttoaineella (2023: 10 %)

Biokaasurekkoja käytössä 22 kpl (2023: 10 kpl)
+ yksi sähkörekka

Ilman pölyttäjiä ei ole ruokaa

PÖLYTTÄJÄKATO on maailmanlaajuinen ongelma, joka vaikuttaa ruoantuotantoon ja sitä kautta kauppojen valikoimaan. Suomessa pölyttäjiä määrän vähenemisen keskeisimpiä syitä on niiden elinympäristöjen hupeneminen – jopa 90 prosenttia perinteisten elinympäristöjen pinta-alasta on hävinnyt viimeisen 50 vuoden aikana.

Lidl rahoitti vuosina 2023–2024 Suomen luonnon-suojeluliiton Ketosirkka-hanketta. Hankkeessa ennallistetaan Uudellamaalla kolmea perinneniittyä, jotka ovat tärkeitä elinympäristöjä pölyttäjiille, kuten mesipistiäisille ja perhosille. ●



Luonnon moni-
muotoisuus



Tesoman myymälä
Tampereella on Suomen
toinen puu-Lidl.

Kestävää ja luonnon monimuotoisuuden huomioivaa rakentamista

Ympäristöystävällisyys on olennainen osa Lidlin vastuullista rakentamista. Ekologisuus ja luonnon monimuotoisuus otetaan huomioon jokaisessa Lidlin rakennushankkeessa, ja myymälöitä ympäröivät alueet suunnitellaan lähiluontoa kunnioittaen.

”Kaikissa uusissa rakennuskohteissa valitaan alueelle yksilölliset keinot suojella pieneliöitä ja niiden elinympäristöä. Lidlin alkuvuodesta valmistuneen puumyymälän Tesoman tontille on esimerkiksi asetettu nurmikiviä, hyönteishotelleja ja käytetty maastosta jäävää puumateriaalia lahopuuelementteinä”, kertoo Lidlin kiinteistöpäällikkö **Antti Isokoski**.

Tesoman myymälä on jo toinen Lidlin puurakenteinen myymälä. Puun etuna on matala hiilijalanjälki, kierrätettyvyys sekä pitkä elinkaari.

”Tesoman myymälän kantavat rakenteet, seinäelementit ja kattorakenteet on toteutettu kotimaisesta, PEFC-sertifioidusta puusta. Rakennusmateriaalit saapuvat suomalaisilta lähitehtailta valmiina elementteinä, mikä tehostaa raken-

nusprosessia ja pienentää myös logistista hiilijalanjälkeä”, Isokoski kertoo.

Kestävä rakentaminen tukee Lidlin laajempia vastuullisuustavoitteita. Suurin osa Lidl-myymlöistä on saanut ympäristöystävällisen rakentamisen EDGE-sertifikaatin, ja useilla toimitiloilla on myös korkeampi ympäristöluokitus. Kaikissa rakennuskohteissa käytetään uusiutuvaa sähköä.

Lidl kehittää rakennuskonseptejaan jatkuvasti kohti vaativampia ympäristötavoitteita. Tulevaisuudessa Lidl aikoo jatkaa puurakentamisen kehittämistä ja olla aktiivinen toimija kestävän toimitilarakentamisen saralla.

”Alalla on vielä paljon kehitettävää, ja haluamme olla eturivissä luomassa ekologisesti kestäviä ja kustannustehokkaita ratkaisuja”, Isokoski summaa. ●



Luonnonvarojen
suojelu

Sertifioituja tuotteita
valikoimassa:



Luomu
236 kpl



FSC
64 kpl



Rainforest
Alliance
728 kpl



MSC
85 kpl



ASC
92 kpl



Reilu kauppa
340 kpl



Luonnonvarojen
suojelu

Lidl panostaa vastuullisuuteen toimitusketjun jokaisessa vaiheessa

Lidl edistää kestävää tuotantoa ja vastuullisia hankintakäytäntöjä koko toimitusketjussaan panostamalla kansainvälisesti tunnettuihin sertifiointeihin. Tavoitteena on varmistaa, että tuotteet ovat ympäristöystävällisiä, eettisesti tuotettuja ja turvallisia kuluttajille.

Meille on tärkeää tietää, että toimimme kestävästi toimitusketjuista aina kaupan hyllylle asti. Sertifiointi lisää tuotteiden ja toimitusketjujen jäljitettävyyttä ja luotettavuutta, Lidl:n vastuullisuuspäällikkö **Maija Moisander** kertoo.

Sertifioinnin idea on, että vastuullisen tuotannon kriteerit on määritelty ulkopuolinen taho, ja niiden toteutusta seurataan säännöllisillä riippumattomilla auditoinneilla. Kriteerejä myös kehitetään säännöllisesti.

Sertifiointien avulla voidaan valvoa esimerkiksi ympäristökuormitusta, työntekijöiden työoloja, tuoteturvallisuutta, terveellisyttä tai koti-

maisuuutta. Lidl:n valikoimista löytyy esimerkiksi Rainforest Alliancen ja Reilun kaupan sertifioimia tuotteita. Lidl on ollut mukana kehittämässä myös Suomen ensimmäistä eläinten hyvinvoinnista kertovaa ELVI-merkkiä.

”Meillä vastuullisten valintojen tekeminen on helppoa, sillä monissa tuoteryhmissä on tarjolla kattavasti sertifioituja tuotteita. Esimerkiksi tiettyjä riskiraaka-aineita, kuten kaakaota, kahvia ja teetä, koskevat vaatimuksemme koskevat kaikkia omalla merkillä myytäviä tuotteita, joita on valikoimastamme yli 70 prosenttia”, Moisander lisää.

Sertifioinnin lisäksi Lidl valvoo toimitusketjujaan tekemällä ihmis-

oikeusvaikutusten arviointeja sekä vaatimalla kaikilta riskimaissa Lidlille käyttötavaroita valmistavilta tehtailta säännöllisiä auditointeja. Myös vedenkäyttö on keskeinen osa Lidl:n vastuullisuusstrategiaa. Kaikkien Lidl:n vesiriskialueilla toimivien hedelmä- ja vihannestoimittajien tulee saavuttaa makean veden käytön huomioiva sertifiointi vuoteen 2026 mennessä.

Lidlillä on myös käynnissä viisi-vuotinen yhteistyö ympäristöjärjestö WWF:n kanssa. Kansainvälinen yhteistyö vauhdittaa raaka-aineiden kestävä kehitystä, ruokahävikin vähentämistä ja kiertotalouden tehostamista. ●

Oma kassi, paras kassi – kuinka vähentää muovikassien käyttöä?

360 miljoonaa. Se on määrä, jonka suomalaiset käyttävät muovikasseja vuosittain. Se on liikaa, ja vuoden 2025 aikana EU:n tavoitteena on laskea suomalaisten kulutusta 64 kassista 40 kassiin vuodessa.

Muovikassien käyttöä pitää vähentää, koska muovipussi on yksi yleisimmistä luontoon päätyvistä muoviroskista. Siellä ne ovat haitaksi, sillä eläimet saattavat syödä muovia, minkä lisäksi muovi voi päätyä vesistöihin.

Kaupan ala on kampanjoinut muovikassien vähentämisen puolesta yhteistuumin pari kertaa vuodessa. Lidl on tuonut aiheita aktiivisesti esiin pitkin vuotta niin myymä-

lässä, tarjouslehdessä kuin sosiaalisessa mediassakin muistuttaen asiakkaita käyttämään kauppareissulla omaa kassia uuden ostamisen sijaan.

”Paras kassi on se kassi, joka sinulla jo on – oli se sitten kestokassi, kangaskassi tai vaikkapa jo ennestään käytössä ollut muovikassi. Näin säästyy eniten sekä luonnonvaroja että rahaa. Muovikassia ei esimerkiksi kannata ostaa sen varjolla, että tarvitsee roskapussia. Rullassa myytävä roskapussi nimittäin sisältää viisi kertaa vähemmän muovia ja on huomattavasti halvempikin”, toteaa Lidl:n vastuullisuuspäällikkö **Annu Puurula**.

Myös muovikassissa itsessään muistutetaan sen uudiskäytöstä. Lidl:n muovikassi on valmistettu 80 prosenttisesti kierrätysmuovista, ja vahvaa tekoa olevaa kassia kannattaa käyttää useaan kertaan ja näin vähentää kassien kerta-käyttöä.

Maaliskuussa 2025 Lidlissä laitettiin uusi vaihde silmään ja muovikassin hintaa nostettiin 30 sentistä 39 senttiin. Tavoitteena on hillitä muovikassien kulutusta ja ohjata yhä useampi kuluttaja valitsemaan muovikassin tilalle joku muu vaihtoehto. ●

”
Muovikassia ei kannata ostaa roskapussiksi.

ANNU PUURULA
Lidl:n vastuullisuuspäällikkö



Ruoka ei kuulu roskeen

– hävikkiä torjutaan Lidlissä monin keinoin

Lidlissä hävikintorjunta otetaan vakavasti. Toimenpiteiden ansiosta hävikkiaste on saatu pysymään jo vuosia alle 1,5 prosentissa.

Lidlissä hävikintorjunta on osa joka-päiväistä tekemistä. Ensimmäiseksi kaupassa huolehditaan siitä, että tuotteita tilataan oikea määrä ja ne kiertävät nopeasti. Myymälöihin toimitetaan tuoretta tavaraa joka päivä, sillä kun tuotteet saadaan tuoreena myyntiin, myös hävikkiä syntyy vähemmän niin myymälöissä kuin asiakkaiden kotona.

Hävikin uhatessa tuotteita laitetaan hukka-aleen, jossa hävikkiheviä sekä paistopisteen leipiä myydään edullisesti alennetulla hinnalla. Päiväyksen lähestyessä pakattuihin elintarvikkeisiin laitetaan aletarrat ja viimeisenä myyntipäivänä tuoretuotteet myydään 50 prosentin alennuksella. Näiden toimenpiteiden jälkeen myymättä jääneitä tuotteita lahjoitetaan esimerkiksi ruoka-apuun, jotta ruoka saadaan hyötykäyttöön.

Esimerkillistä hävikintorjuntaa tehdään muun muassa Espoossa Ison Omenan Lidlissä, jossa hukka-alekassessa tehdään ahkerasti ja hävikkiluvut pidetään pieninä. Myymälätiimissä pidetään tärkeänä sitä, että hävikintorjuntaan

Hävikkiä vain
1,48 %

panostetaan ja toimenpiteet soljuvatkin rutii-nilla osana myymälän arkea. Tuoreustarkas-tuksia tehdään monta kertaa päivässä, ja hukkauhan alla olevat hedelmät ja vihannekset laitetaan myyntiin kasseittain edulliseen kahden euron hintaan. Isossa Omenassa hukka-alekassien tekemistä pide-tään myös hyvänä asiakaspalveluna, sillä myös asiakkaat ovat innokkaita hävikintorjuria ja odottavat kasseja innok-kaasti.

Isossa Omenassa ollaan aktiivisia myös oman ruoka-apukumppanin suuntaan. Paikallinen Manna-apu käy säännöllisesti noutamassa esimerkiksi kolhiintuneita tai monipakkauksesta irrotettuja tuotteita, joita ei voi enää myydä. Ruoka-apuun osallistutaan ympäri Suomen, sillä kaikilla Lidlin kolmella jakelukeskuksella sekä lähes jokaisella myymälällä on oma paikallinen ruoka-apu-kumppani, joille tuotteita toimitetaan viikoittain.

Tilikaudella 2024 Lidlin hävikkiaste oli 1,48 prosenttia eli hävikkiä syntyy alle 15 grammaa kiloa kohden. Hävikki-ruokaa myytiin yhteensä 10,7 miljoonaa kiloa. ●





Esimerkiksi näiden Kartanon leikkeiden pakkauksista on vähennetty muovia.

Muovin käyttö kuriin yhteistyöllä

Lidlin muovistrategia on kunnianhimoinen. Tavoitteena on vähentää muovin käyttöä pakkauksissa ja tehostaa muovipakkausten kierrätystä. Wurstin valmistamista leikkeleistä pakkausmuovia on vähennetty Lidlin sparrailun tukemana jopa 17 prosenttia.

Muovilla on useita tärkeitä tehtäviä ruokakaupassa. Materiaalina se on kestävä ja kevyt, ja sitä voi käyttää usealla eri tavalla. Muovi suojaa elintarvikkeita kuljetuksen aikana ja takaa tuotteiden laadun, säilyvyyden ja tuoreuden. Lidlin valikoiman vastuullisuuspäällikkö **Sara Leinosen** mukaan muovia kuitenkin tuotetaan liikaa ja kierrätetään liian vähän.

”Tässä asiassa meillä on yhtenä Suomen isoimpana kaupanalan tekijänä iso vastuu”, Leinonen sanoo.

Muovin vähentämistä suunnitellaan datan avulla

REset Plastic on Schwarz-yritysryhmän yhteinen vuonna 2018 luotu kansainvälinen muovistrategia, jonka myötä Lidl on sitoutunut vähentämään neitseellisen muovin

käyttöä ja lisäämään kierrätysmuovin määrää pakkauksissa sekä kierrättämään muovia mahdollisimman kattavasti. Muovistrategian tavoitteet asetettiin tilikauden 2025 loppuun, ja tuloksia verrataan vuoden 2017 lukuihin. Suomessa tavoitteissa ollaan jo hyvin kiinni.

Leinosella on käytössään kattava datapankki, josta hän saa tietoa eri tuotekategorioiden muovimääristä. Tämä auttaa analysoimaan ja vähentämään muovin käyttöä tehokkaasti.

”Pullojen ohella tuorelihojen ja valmisruokien rasiat ovat suurimmat muovin lähteet. Pakkauskehitys on avainasemassa ja olemme käyneet keskustelua tavarantoimittajiemme kanssa pakkausten muovin vähentämisestä. Pystymme auttamaan suomalaisia toimijoita jakamalla konsernin kautta hyviksi havaittuja ratkaisuja maailmalta”, hän kertoo.



Yhteistyöllä jopa 17 prosenttia vähemmän muovia leikkelepakkauksissa

Yksi esimerkki pakkaussuunnittelun yhteistyöstä on lihajalosteita valmistava suomalainen perheyrittäjä Wursti Oy, joka vähensi pakkauksissa käytettävää muovia jopa 17 prosenttia. Vuodessa se tarkoittaa noin 3 000 kiloa muovia vähemmän pelkästään Lidlille myytävissä leikkelepakkauksissa.

”Saimme yhteydenoton Lidliltä, jossa he ehdottivat, että heille toimitettavissa tuotteissa vähennettäisiin muovikalvojen paksuutta. Ketteränä perheyhtiönä tartuimme haasteeseen ja lähdimme selvittämään mahdollisuuksia”, Wurstin tuotepäällikkö **Sallamari Lempinen** sanoo.

Kehitystyöhön pyydettiin mukaan muovikalvojen toimittaja ja pian Wurstin tehtaalla tehtiin testiajoja uusilla kalvovahvuuksilla. Lopputulemana leikkelepakkausten yläkalvoa pystyttiin ohentamaan yhdeksän prosenttia ja alakalvoa 17 prosenttia.

”Uudet pakkaukset testattiin huolellisesti ja varmistimme, että pakkaukset kestävät käytössä ja säilyttävät tuotteiden laadun. Muutos vietiin myös meidän omiin tuotteisiimme, mikä helpottaa prosesseja ja vähentää kalvojen vaihtotarvetta. Pakkauskehitys toi merkittäviä

säästöjä muovin käytössä ja vähensi myös Wurstin oman brändin leikkelepakkauksien muovia noin 15 000 kiloa vuodessa”, hän kertoo. ●



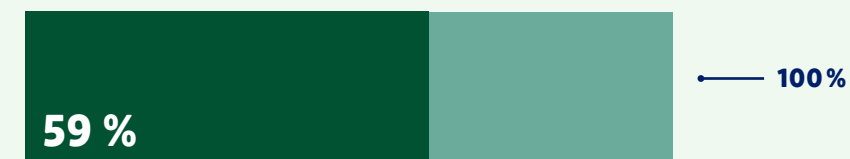
Wursti on vuoden muovin vähentäjä

Wursti Oy palkittiin Lidlin tavarantoimittajapäivässä **Vuoden muovin vähentäjä 2025 -palkinnolla**. Palkinto haluttiin antaa yritykselle, jossa pakkauskehitys on otettu tosissaan.

Wursti Oy on vuonna 1986 perustettu monipuolisia lihajalosteita valmistava suomalainen perheyrittäjä. Tuotannossa Wurstilla on yli 50 lihatuotetta, joista 75 prosenttia on kokolihatuotteita ja 25 prosenttia erikoismakkaroita. Wursti työllistää noin 120 henkeä ja yrityksen liikevaihto on noin 25 miljoonaa euroa.

Muovitavoitteet* ja tilanne tilikaudella 2024

Tavoite:
100 % pakkauksista maksimaalisen kierrätettäviä



Tavoite:
30 % vähemmän muovia pakkauksissa



Tavoite:
Noin 25 % pakkauksissa käytetystä muovista kierrätettyä



*Tavoitteena helmikuun 2026 loppuun mennessä, koskee oman merkin tuotteita.





Lidl Suomi
media@lidl.fi
(09) 2345 6400

Lue lisää osoitteesta
lidl.fi/vastuullisuus