



Informe de Sostenibilidad

Lidl Supermercado, S.A.U.

20
25

El **mañana**
empieza **hoy.**

Índice de contenidos

BASES PARA LA FORMULACIÓN DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA	4
MODELO DE NEGOCIO	5
CADENA DE VALOR	10
ANÁLISIS DOBLE MATERIALIDAD	14
MEDIOAMBIENTE	19
CAMBIO CLIMÁTICO	22
ECONOMÍA CIRCULAR	39
DESPERDICIO ALIMENTARIO	46
SOCIAL	48
PERSONAL PROPIO	51
CONSUMIDORES Y CONSUMIDORAS	71
COMPROMISO CON LA COMUNIDAD Y DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS	78
GOBERNANZA	80
CONDUCTA EMPRESARIAL	84
SEGURIDAD ALIMENTARIA	97
ANEXO	98
TAXONOMÍA	99

BASES PARA LA FORMULACIÓN DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

Contexto y alcance del informe

El Consejo de Administración de Lidl Supermercados, S.A.U. (en adelante, "Lidl España" o "la compañía") formula el presente Estado de Información No Financiera (EINF) correspondiente al ejercicio 2025. Este documento se presenta como anexo al Informe de Gestión que acompaña a las cuentas anuales individuales.

El alcance temporal de la información aquí reportada abarca desde el 1 de marzo de 2025 hasta el 28 de febrero de 2026 (en adelante, referido genéricamente como "ejercicio 2025"). Para garantizar la trazabilidad y la evolución del desempeño, el informe incluye cifras comparativas correspondientes al ejercicio fiscal 2024. Este documento es de carácter público y se encuentra a disposición de los grupos de interés en la sección de sostenibilidad de la web corporativa de Lidl España.

Marco normativo de referencia

La elaboración del presente informe da cumplimiento a los requerimientos de la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, en materia de información no financiera y diversidad. Asimismo, para asegurar el máximo rigor y transparencia, el EINF se ha elaborado tomando como marco metodológico de referencia las Normas Europeas de Información sobre Sostenibilidad (NEIS), integradas en el Reglamento Delegado (UE) 2023/2772. [\(BP-2 11\)](#).

Materialidad y participación de los grupos de interés

Este informe refleja el firme compromiso de la compañía con la gestión responsable de sus impactos ambientales, sociales y de gobernanza (ASG). Su contenido se fundamenta en un análisis de materialidad exhaustivo, en cuya elaboración han participado activamente las distintas áreas funcionales de la empresa y los principales grupos de interés de la cadena de valor.

Fruto de este diálogo, el documento detalla de forma estructurada las políticas, acciones, métricas y los impactos, riesgos y oportunidades (IROs) que resultan materiales para Lidl España. Aquellos asuntos evaluados como no materiales han sido excluidos del alcance del reporte o abordados con un menor nivel de exhaustividad, de acuerdo con los principios de las normas de referencia.

Exenciones y previsiones futuras

Con el fin de salvaguardar su posición competitiva, Lidl España se acoge a la exención de divulgación (conforme al art. 19 bis de la Directiva 2013/34/UE) respecto a cuestiones en curso de negociación, información sobre propiedad intelectual o proyectos estratégicos de innovación. Asimismo, el presente informe contiene objetivos y estimaciones a futuro basados en la visión actual de la compañía. Estas previsiones están sujetas a factores externos de incertidumbre y posibles cambios del entorno que podrían alterar su cumplimiento, no asumiendo la empresa obligación de actualización continua frente a imprevistos.

MODELO DE NEGOCIO

Lidl España

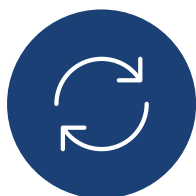
El Grupo Schwarz, con presencia en 32 países, es uno de los mayores referentes mundiales en distribución. Su modelo integra todas las fases de la cadena de valor, desde la producción y comercialización hasta la gestión y reciclaje de residuos, abarcando actividades como la venta al por menor, la digitalización, la producción, y los servicios administrativos y operativos:



Venta al por menor



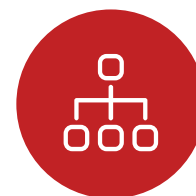
TV y Digitalización



Recuperación y reciclaje



Producción



Servicios Administrativos y Operativos



Dentro del Grupo, las divisiones de Lidl y Kaufland constituyen su núcleo en el comercio minorista de alimentación, ofreciendo diariamente una amplia variedad de productos en todos los mercados en los que operan.

Ambas mantienen un compromiso sólido con la sostenibilidad, impulsando medidas orientadas a la protección del clima, la preservación de la biodiversidad y la gestión responsable de los recursos a lo largo de toda la cadena de valor.

Lidl, con sede en Neckarsulm, forma parte de las compañías líderes de distribución alimentaria en Alemania y Europa.

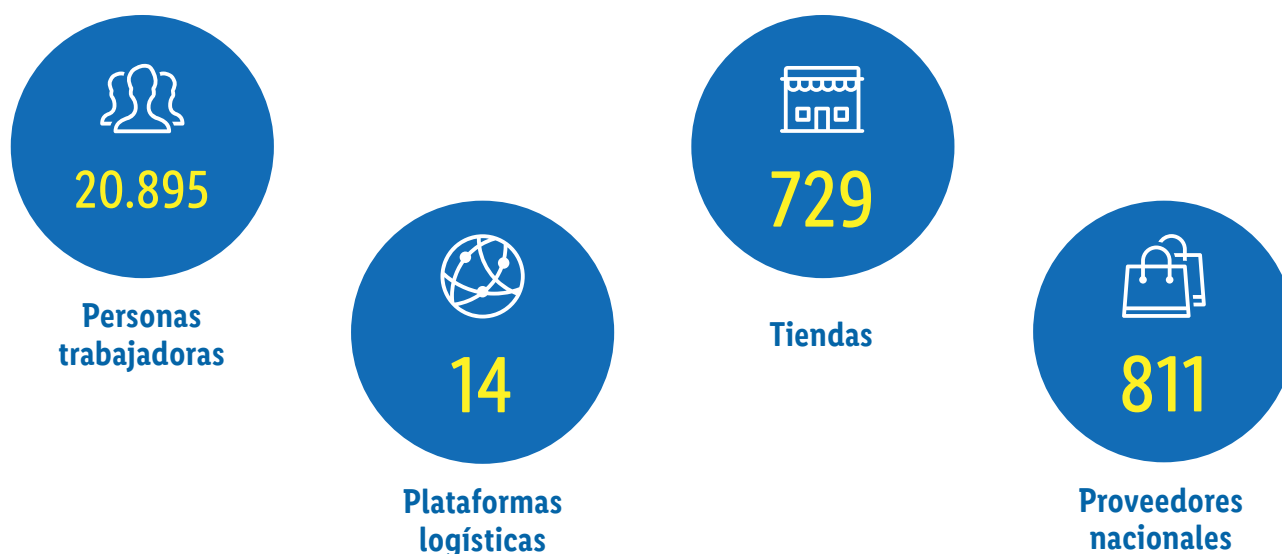
Su llegada a España en 1994 marcó un punto de inflexión, apostando por un modelo propio, reconocido por su excelente relación calidad-precio y su experiencia de compra diferencial, además de su papel destacado en sostenibilidad. Hoy, tras más de tres décadas desde la apertura de su primera tienda en Lleida, la compañía continúa reforzando su presencia en el país para estar cada vez más cerca de los consumidores y consumidoras. Su surtido, compuesto mayoritariamente por marca propia, abarca alimentación, droguería, perfumería y un amplio abanico de artículos de bazar.

Durante los últimos años Lidl, ha mostrado una gran expansión en el mercado español, tanto económicamente como posicionalmente. En su último ejercicio ha realizado una inversión de 332,1 millones de euros. Lidl España cuenta con una red de 729 tiendas y 14 plataformas logísticas, encontrando su sede nacional en Montcada i Reixac (Barcelona).

Lidl Supermercados, S.A.U es la filial en España de la alemana Lidl España Stiftung, empresa integrada a su vez en el Grupo Schwarz, el cuarto operador mundial en el ámbito de la distribución alimentaria.



A continuación, se muestran algunas de las principales cifras de Lidl España en 2025:



Con respecto a los servicios ofrecidos, Lidl España cuenta con los siguientes:

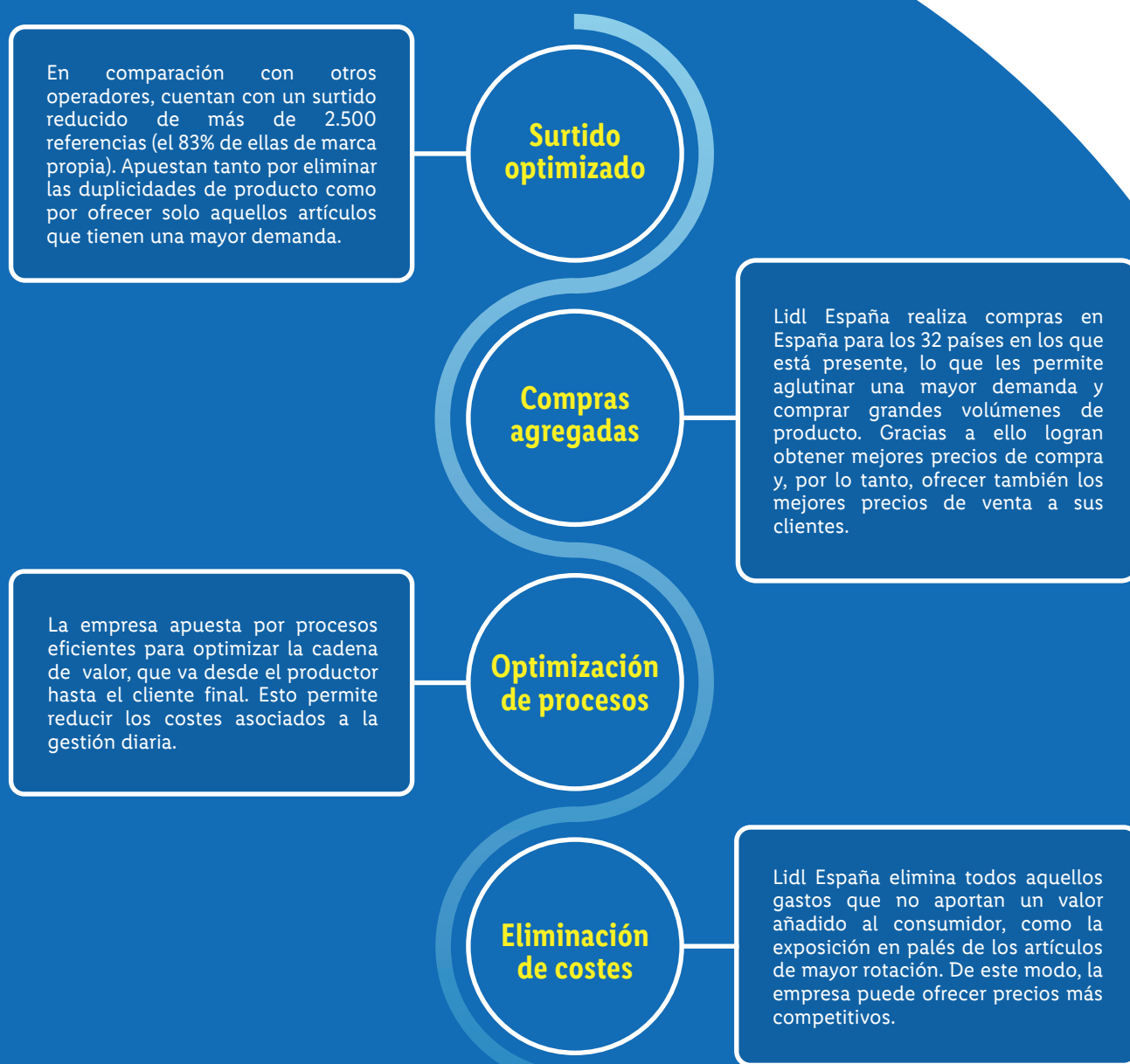
En relación con sus canales y servicios digitales, la compañía ofrece:

- **E-commerce:** Plataforma de venta online para artículos de marca propia y de terceros.
- **Lidl Plus:** Aplicación móvil de fidelización y comunicación directa que integra ventajas comerciales, ofertas personalizadas y la digitalización de tickets comerciales.
- **Lidl Pay:** Sistema de pago integrado que unifica las transacciones con tarjeta y el canje simultáneo de cupones de descuento.

Descripción del modelo de negocio

El modelo de negocio de Lidl España se fundamenta en ofrecer una óptima relación calidad-precio a través de un surtido eficiente que combina marcas propias y de terceros. En los últimos años, la compañía ha evolucionado de un modelo tradicional de hard-discount hacia un formato smart-discount, dando respuesta a las demandas de un consumidor que prioriza la salud y el consumo responsable.

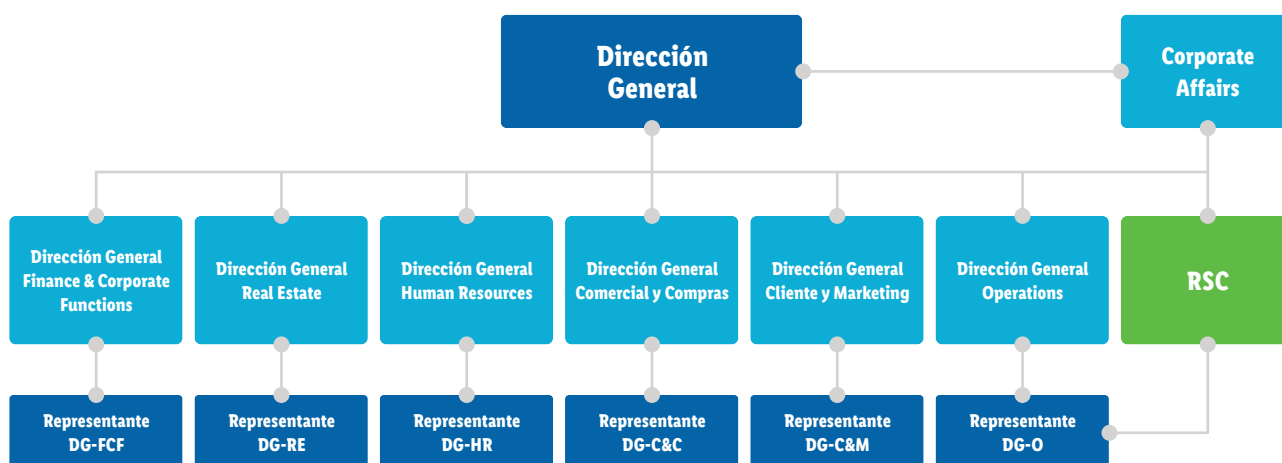
La eficiencia operativa constituye el núcleo de esta estrategia. Mediante la centralización de compras, la simplificación de la gestión y la eliminación sistemática de costes que no aportan valor añadido, la compañía logra integrar la sostenibilidad como un estándar de calidad transversal y accesible para sus clientes. Para consolidar este posicionamiento competitivo, el modelo se fundamenta en los siguientes cuatro pilares:



Gestión empresarial

La sostenibilidad en Lidl España constituye un pilar esencial de su estrategia y está plenamente integrada en el modelo de negocio, impregnando todas las áreas de la organización. Esta relevancia se refleja en su estructura interna: el área de *Corporate Affairs*, donde se enmarca el departamento de Responsabilidad Social Corporativa, reporta directamente a la Dirección General, asegurando así una alineación estratégica al más alto nivel.

Esta visión transversal se materializa también en el Gremio de RSC, un órgano compuesto por representantes de todas las áreas funcionales de Lidl España. Su función es coordinar, impulsar y dar coherencia a las iniciativas de sostenibilidad en toda la compañía, garantizando que cada departamento contribuya de forma activa al cumplimiento de los objetivos corporativos en esta materia.



Grupos de Interés

Lidl España reconoce la importancia de identificar y comprender a sus grupos de interés, ya que son fundamentales para el éxito y la sostenibilidad de la empresa. Cada uno de estos grupos juega un papel crucial en las operaciones y en la creación de valor compartido. A través de un diálogo continuo y transparente, Lidl España busca atender sus necesidades y expectativas, asegurando que sus acciones y decisiones reflejen un compromiso genuino con la responsabilidad social y la sostenibilidad.

Los grupos de interés del grupo incluyen:



Dado que los consumidores y consumidoras son el eje central de la estrategia de Lidl España, la empresa ofrece diversas vías para comunicarse directamente con ellos y ellas. Dispone de un sistema para gestionar quejas y reclamaciones dentro de su servicio de Atención al Cliente, lo que permite registrar y hacer seguimiento de cada caso.

Lidl España también mantiene una comunicación constante con sus demás grupos de interés, como su plantilla (personal propio), proveedores, administraciones, asociaciones, medios de comunicación y ONGs. Esto lo hace con el fin de generar confianza, escuchar activamente sus necesidades y actuar con transparencia, influyendo de esta manera en las decisiones de la empresa. [\(S1-2_01\)](#)

En este sentido, Lidl España realiza una consulta anual a estos grupos, invitándolos a participar activamente y compartir sus opiniones sobre el impacto de la empresa a lo largo de la cadena de valor y su relevancia para ellos, sirviendo estos de apoyo decisivo al comité de dirección para validar aspectos vinculados al análisis de doble materialidad de la empresa, recogido en el apartado de *Análisis doble materialidad*. [\(S4-3_05\)](#). Este comité de dirección garantizará que esta colaboración tenga lugar y que los resultados sirvan de base para el enfoque de la empresa.

CADENA DE VALOR

Lidl España concibe su cadena de valor desde una perspectiva integral, asumiendo que su responsabilidad y sus impactos ASG (Ambientales, Sociales y de Gobernanza) trascienden su operativa directa. Para asegurar una gestión diligente de la sostenibilidad, la compañía analiza el ciclo de vida completo de los productos que comercializa, desde el origen de los recursos naturales hasta su consumo final.

En línea con los requerimientos de reporte, Lidl España tiene identificadas y mapeadas sus actividades y sus respectivos impactos a lo largo de tres grandes fases: cadena de suministro (*aguas arriba*), operaciones propias, y fase de cliente y fin de vida (*aguas abajo*). A continuación, se detallan las principales actividades que conforman esta estructura:

La cadena de valor de Lidl España se estructura en tres grandes fases (*aguas arriba*, *operaciones propias* y *aguas abajo*), complementadas por áreas de soporte estratégico. La compañía analiza y gestiona los impactos, riesgos y oportunidades (ASG) en cada una de estas etapas:

Aguas arriba (Upstream)

Adquisición de materias primas: Aprovisionamiento responsable en los sectores primario y secundario. Para el surtido de marca propia, se prioriza la mitigación de riesgos asociados a los derechos humanos, la protección del clima y la biodiversidad.

Cadena de suministro: Aplicación continua de la debida diligencia. Se exige y audita el cumplimiento de estándares ambientales y laborales mínimos a las empresas proveedoras, integrando criterios de sostenibilidad en las directrices de compra.

Actividades operativas de Lidl España

Operación en tiendas y almacenes: Optimización de la gestión de inventarios y procesos internos, con un enfoque prioritario en la reducción del desperdicio alimentario y la minimización del impacto ambiental de la actividad diaria.

Aguas abajo (Downstream)

Distribución: Optimización de la estrategia logística para reducir las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) y la generación de residuos en el transporte.

Cliente y fin de vida: Fomento del consumo responsable mediante la evolución hacia un surtido más saludable y sostenible. Se promueve la transparencia en el etiquetado para facilitar decisiones de compra informadas.

Actividades soporte

Infraestructura de la empresa: Apuesta por la edificación sostenible, la eficiencia energética y la reducción de consumos en la proyección, mantenimiento y mejora continua de las instalaciones (tiendas y centros logísticos), asegurando además el confort y la accesibilidad.

Gestión de recursos humanos: Fomento de la estabilidad laboral, la salud y seguridad, y el desarrollo profesional (avalado por certificaciones como *Top Employer*). Las políticas corporativas se fundamentan en el estricto respeto a los derechos humanos y laborales, promoviendo la igualdad de trato, la remuneración justa y la libertad de asociación.

Desarrollo tecnológico: Implementación de soluciones tecnológicas con un enfoque integral orientado a la mejora de la eficiencia energética y la reducción del impacto ambiental de las operaciones.

Gestión financiera: Planificación y control riguroso para asegurar la eficiencia operativa, la correcta asignación de inversiones en infraestructuras y logística, la gestión de riesgos financieros y el estricto cumplimiento normativo, contable y fiscal.

Actividades estratégicas de Lidl España

Gestión de proyectos: Ejecución de planes estratégicos, desde la expansión de la red física hasta la digitalización de servicios, para asegurar una oferta eficiente, competitiva y sostenible.

Gestión de marca: Consolidación del posicionamiento corporativo basado en una óptima relación calidad-precio y la integración de la sostenibilidad en el surtido. Se promueve una comunicación transparente a través de todos los canales físicos y digitales para fortalecer la relación e información hacia el consumidor.

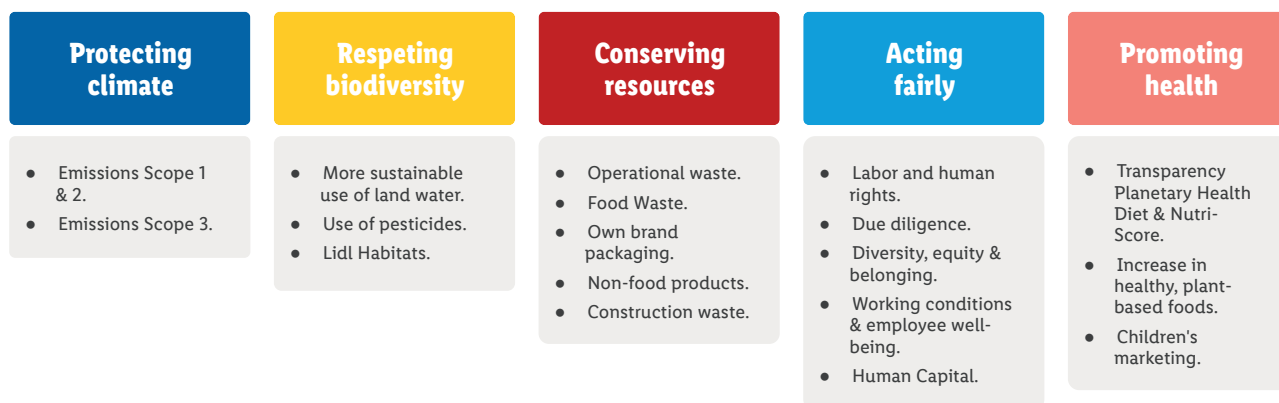
Gestión de estrategia corporativa: Dirección y alineación del modelo de negocio hacia la eficiencia operativa y la respuesta a las demandas del consumidor, integrando la sostenibilidad en la toma de decisiones.

Gestión de Riesgos

Para hacer frente a los posibles riesgos que pueden afectar a Lidl España como empresa distribuidora de alimentos, el sistema de gestión de riesgos de Lidl España es una parte integral de los procesos operativos de la empresa.

La metodología de gestión de riesgos establecida permite un análisis de los mismos y sus medidas de control y prevención. Por lo tanto, el análisis de riesgos no financieros está integrado en la gestión general de riesgos de Lidl España.

Además, se lleva a cabo un análisis específico en el que se examinan todos los temas materiales que la empresa ha identificado en su modelo de responsabilidad propio (*Lidl España Responsibility Model*).



Durante este proceso, la empresa consulta a sus grupos de interés para evaluar la relevancia de los distintos aspectos ASG (Ambientales, Sociales y de Gobernanza) en los que impacta la empresa. Toda esta información, junto con la evaluación del desempeño anual en sostenibilidad y el contexto legislativo y de mercado, se eleva a la Dirección General. De este modo, se fundamentan las decisiones relativas al análisis de materialidad y se diseñan medidas específicas para prevenir y mitigar los riesgos detectados.

De forma adicional y tomando como base la Directiva CSRD 2022/2464 de la Unión Europea, la empresa ha realizado una identificación de los Impactos, Riesgos y Oportunidades (IROs). Este enfoque permite tener una visión más completa del desempeño e impulsa la toma de decisiones informadas en términos de sostenibilidad y estrategia empresarial. [\(GOV-2_02\)](#) [\(GOV-2_03\)](#) [\(GOV-5_02\)](#)

Estos riesgos están vinculados con el desarrollo, fabricación y comercialización de los productos y servicios de Lidl España, y se clasifican en las siguientes temáticas:



Descripción del proceso de identificación y evaluación de impactos, riesgos y oportunidades

Para identificar los impactos, riesgos y oportunidades se llevaron a cabo las siguientes fases:

- 1. Contextualización.** Se han identificado y analizado clientela y empresas proveedoras críticas, el entorno regulatorio aplicable y los activos y actividades clave con el fin de determinar los impactos, riesgos y oportunidades reales y potenciales en sus propias operaciones y en la cadena de valor. (*IRO-1(53b)*)
- 2. Identificación.** Para la identificación de impactos, riesgos y oportunidades (IROs), se ha tomado como punto de partida el resultado de la etapa de contextualización, la lista de temas y subtemas definidos en ESRS 1, AR 16 y las entrevistas realizadas con las áreas corporativas, evaluando la pertenencia de estos a las actividades de Lidl España.
- 3. Evaluación.** Para la evaluación de los impactos se ha tenido en cuenta lo siguiente:
 - Impacto positivo real: Impacto (teniendo en cuenta magnitud, alcance y repercusiones económicas).
 - Impacto positivo potencial (oportunidad): Impacto (teniendo en cuenta magnitud, alcance y repercusiones económicas), plazo de ocurrencia y probabilidad de ocurrencia.
 - Impacto negativo real: Impacto (teniendo en cuenta magnitud, alcance, remediabilidad y repercusiones económicas).
 - Impacto negativo potencial (riesgo): Impacto (teniendo en cuenta magnitud, alcance, remediabilidad y repercusiones económicas), plazo de ocurrencia y probabilidad de ocurrencia.

Se ha considerado significativo (impacto, riesgo y oportunidad) todo aquel que se evalúa por encima de 6 (*IRO-2_13*). Tomando como referencia estos IROs, se han elaborado una serie de cuestiones, sometidas a consulta, validación y priorización por parte de los Grupos de Interés prioritarios de Lidl España, a través de encuestas y *focus groups*, tal y como se describe en el capítulo de *Análisis de doble materialidad del presente informe*.

Durante el último análisis llevado a cabo en 2024 se identificaron los riesgos relevantes, quedando estos recogidos en los apartados de Medioambiente, Social y Gobernanza de este informe.

ANÁLISIS DOBLE MATERIALIDAD

Lidl España desarrolló en el año 2024 el estudio de doble materialidad con el objetivo de identificar sus Impactos, Riesgos y Oportunidades (IROs) materiales en temas de ASG (Medio Ambiente, Social y Gobernanza) tanto para sus grupos de interés como la propia empresa. Estos se han identificado a corto, medio y largo plazo.

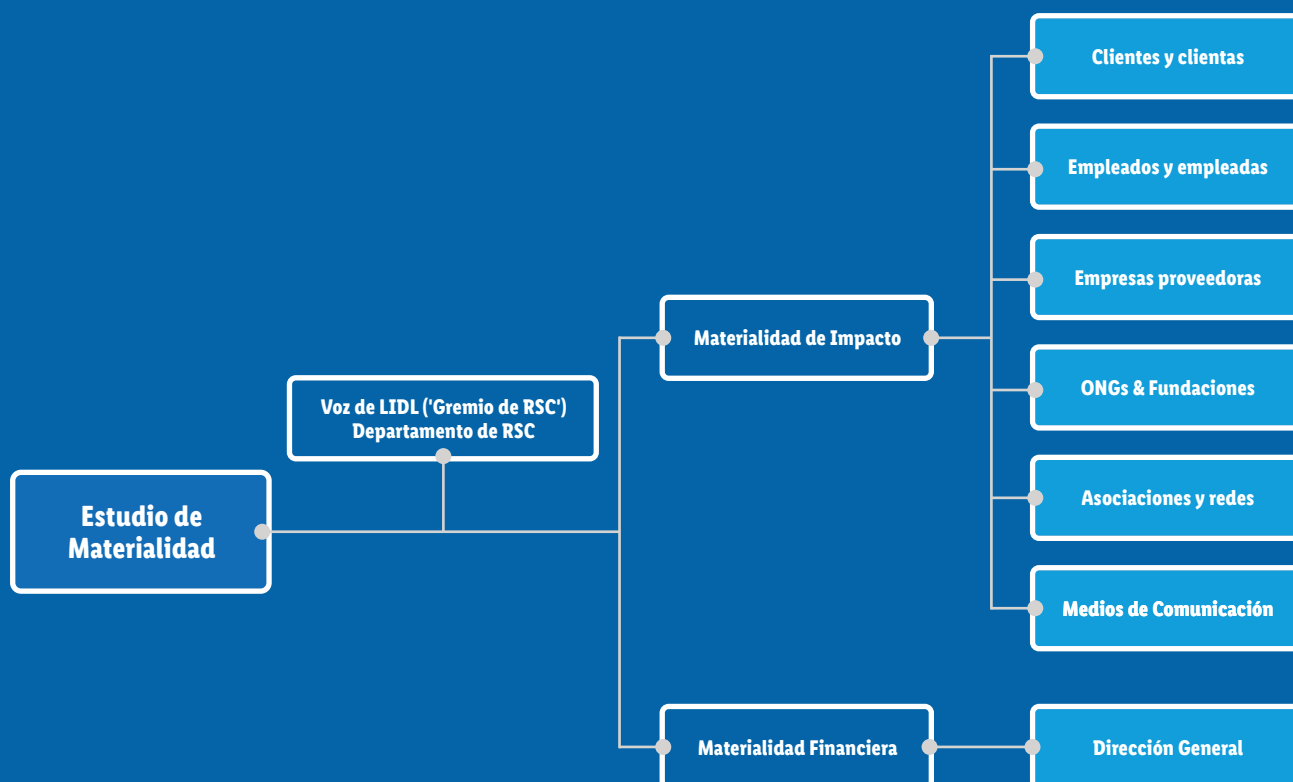
La evaluación de materialidad sigue un enfoque sistemático, de acuerdo con los requisitos de las Normas ESRS 1, ESRS 2, SBM-2 y SBM-3, y la Guía de Implementación de la Evaluación de Materialidad del EFRAG, teniendo en cuenta las actividades de Lidl España, las implicaciones de la cadena de valor, así como los compromisos, objetivos y desempeño ASG de la empresa.

Basándose en los IROs identificados (*apartado Descripción del proceso de identificación y evaluación de impactos, riesgos y oportunidades del presente documento*) se ha realizado una consulta a los grupos de interés prioritarios para así poder determinar los asuntos materiales incluidos en el informe.

Previamente al lanzamiento, se ha elaborado un cuestionario conjuntamente con el área de Responsabilidad Social Corporativa de Lidl España y validado por la Dirección de la empresa. El cuestionario se divide en los siguientes bloques:

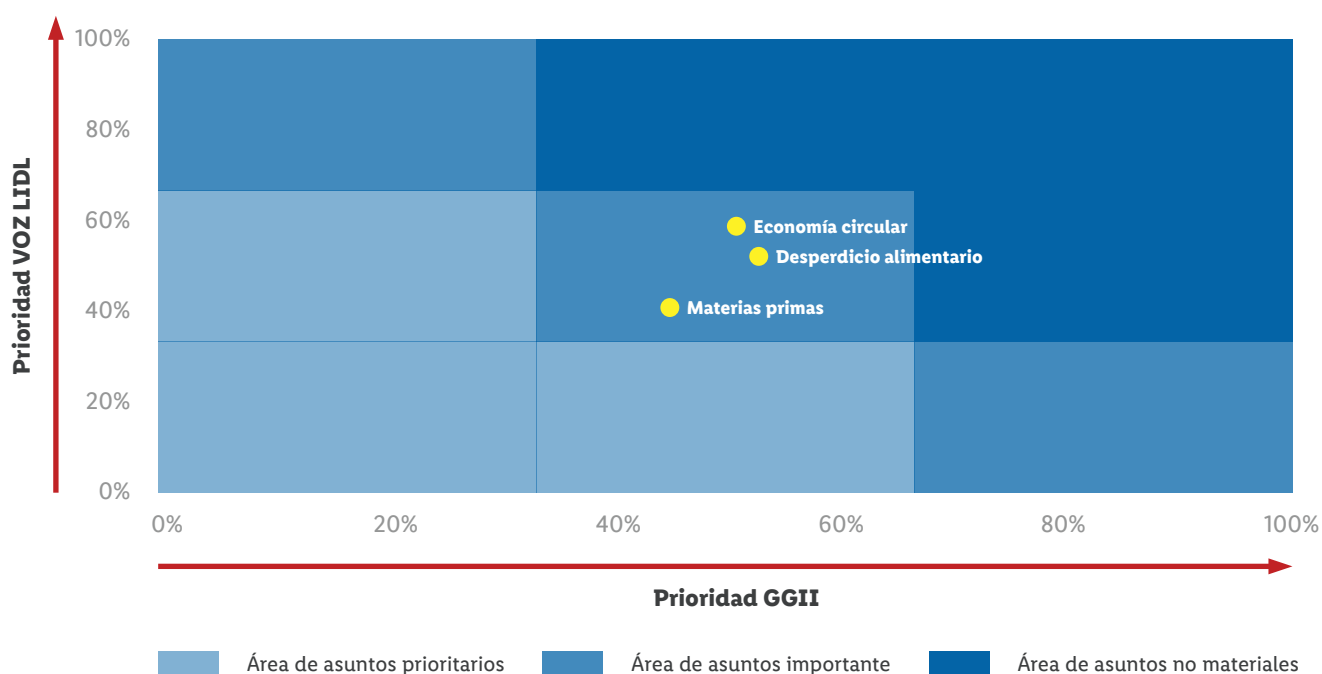
BLOQUE	CONTENIDO
1. GENERAL	Se solicitó la valoración de los ejes de la ASG en función de la importancia que tienen para el desempeño de Lidl España: Desempeño Gobernanza, Desempeño Ambiental o Desempeño Social.
2. DESEMPEÑO GOBERNANZA	Se preguntó sobre qué aspectos se consideran más importantes para garantizar la debida gobernanza empresarial en la gestión de Lidl España.
3. DESEMPEÑO AMBIENTAL	Se preguntó sobre qué aspectos se consideran más importantes en el desempeño ambiental de Lidl España.
4. DESEMPEÑO SOCIAL	Se preguntó sobre qué líneas de acción se consideran más importantes en el desempeño social de Lidl España.
5. CONOCIMIENTO	Se preguntó a los grupos de interés externos si se conoce o no las políticas de ASG de Lidl España.
6. SOSTENIBILIDAD	Se preguntó a los grupos de interés externos sobre la valoración del desempeño actual en sostenibilidad de Lidl España, consultando qué percepción tenían

Con los resultados de dichas consultas, se han evaluado los temas de sostenibilidad considerando la materialidad de impacto y la materialidad financiera, elaborando un informe con los resultados de dicho estudio.

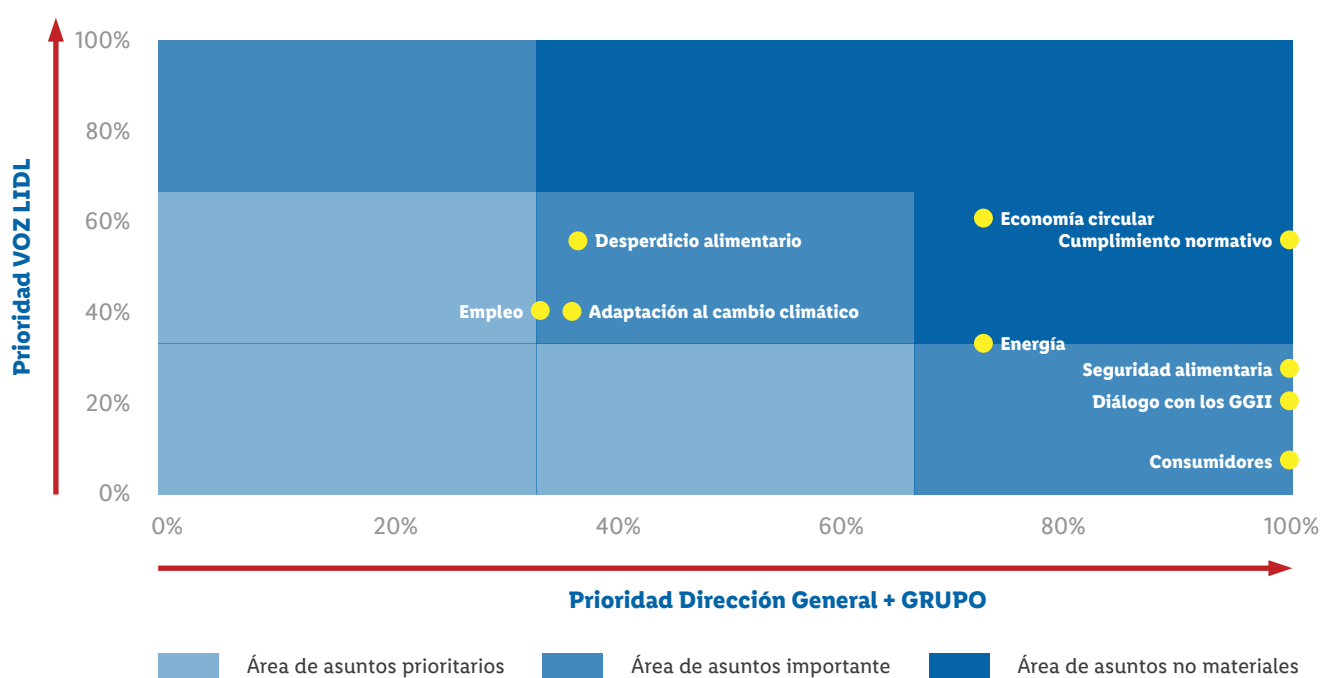


Como resultado del estudio de materialidad se muestran a continuación las matrices de materialidad de impacto y financiera:

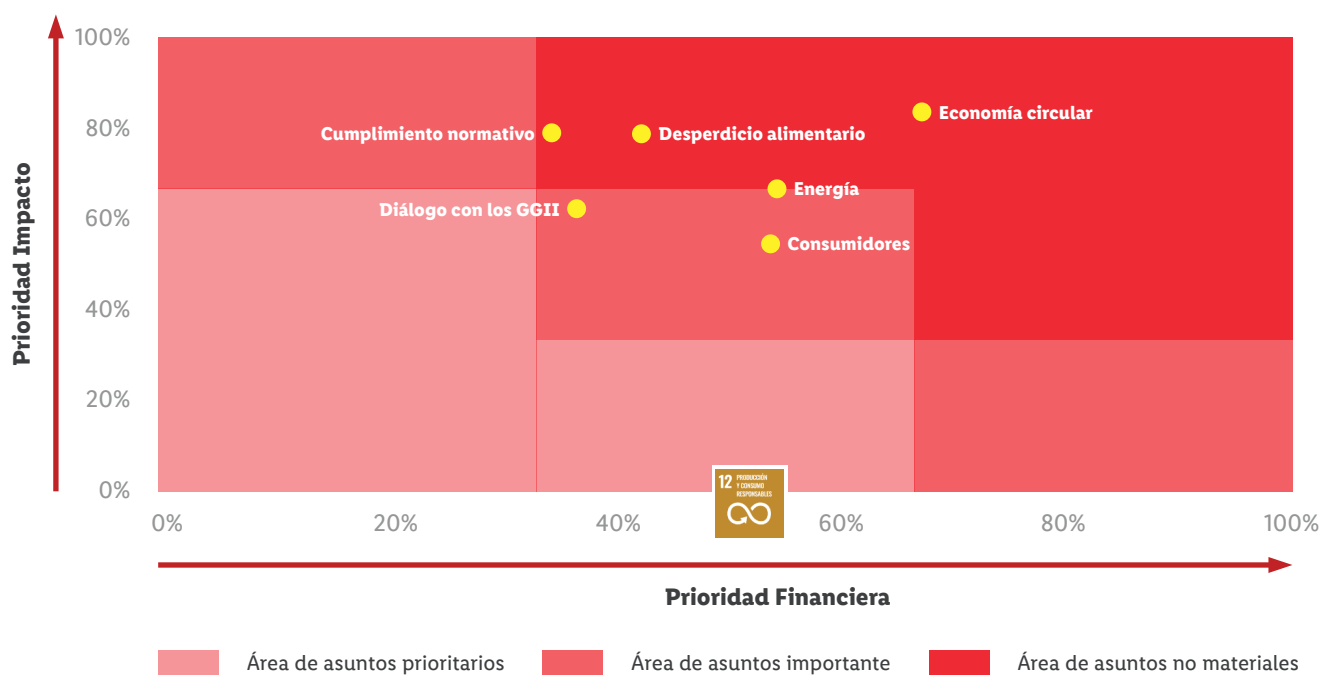
Materialidad de Impacto



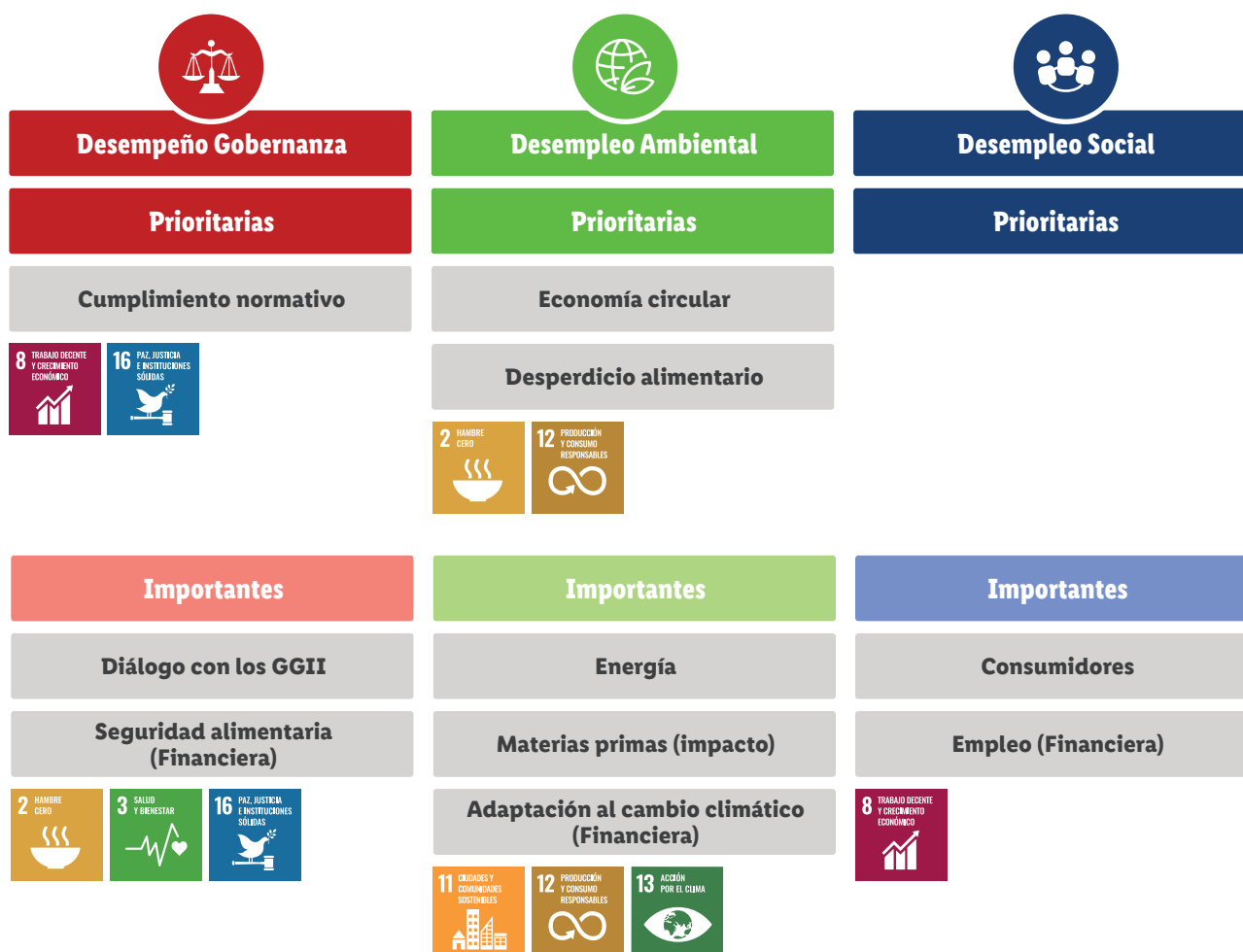
Materialidad Financiera



Doble Materialidad



Con este estudio, Lidl España busca proporcionar un informe detallado y transparente sobre su desempeño, destacando las áreas clave de impacto y las iniciativas emprendidas para abordar los desafíos y oportunidades identificados.



Asuntos materiales en negro	Asuntos materiales en la matriz de doble materialidad
Asuntos materiales en gris	Asuntos materiales o bien en matriz de impacto o bien en la matriz financiera

Como parte del compromiso de Lidl España con la transparencia y el cumplimiento normativo, se representa en el Anexo I.I los aspectos materiales en materia de sostenibilidad, además de las oportunidades relacionadas.

A lo largo del informe se recogerán las actuaciones, recursos y metas para reducir los impactos negativos y los riesgos, potenciando a su vez los impactos positivos y oportunidades, asegurando de esta manera el buen desempeño en sostenibilidad de la empresa.

Medioambiente

MEDIOAMBIENTE

Como parte del compromiso de Lidl España con la transparencia y el cumplimiento normativo, se presenta a continuación el desglose de los aspectos materiales relacionados con medioambiente, junto con una breve explicación de cada uno de ellos.

En la tabla del Anexo I.I se recogen todos aquellos IROs relacionados con cada uno de los asuntos materiales.

En los siguientes puntos se incluirán las estrategias de mitigación para los impactos negativos identificados dentro de los siguientes temas materiales correspondientes al apartado medioambiental en Lidl España ([GOV-5](#)):

- Energía
- Economía circular
- Desperdicio alimentario
- Materias primas

Energía

(SBM-03_01) (SBM-03_03) (SBM-03_04) (SBM-03_05) (SBM-03_06) (SBM-03_07) (SBM-03_8) (SBM-03_09) (SBM-03_10), (SBM-03_11) (SBM-03_12).

Dada la estrecha vinculación operativa, Lidl España aborda la gestión de la energía de forma transversal dentro de su estrategia climática. Por este motivo, los avances, impactos y medidas específicas en esta materia se detallan de forma consolidada en el apartado *"Actuaciones, recursos y metas en relación con las políticas en materia de cambio climático"*.

Esta estrategia energética está plenamente integrada en el modelo de negocio de la compañía, constituyendo un pilar esencial para impulsar la eficiencia operativa, la innovación sostenible y la toma de decisiones corporativas. Gracias a este enfoque, la empresa se posiciona proactivamente ante el desarrollo regulatorio y la demanda de sostenibilidad de sus grupos de interés. Las iniciativas en curso permiten generar eficiencias operativas y ahorros energéticos a largo plazo, consolidando la reputación corporativa; todo ello mientras se monitoriza y gestionan los riesgos técnicos y operativos inherentes a la transición tecnológica y a la consecución de los objetivos climáticos.

Los efectos de estos impactos y la hoja de ruta para alcanzar la neutralidad en carbono se proyectan a través de horizontes temporales definidos, alineados con los requisitos de divulgación del estándar ESRS E1 (Cambio Climático) y reflejando la alta ambición de la empresa en su transición energética.

Durante el ejercicio, la Organización ha revisado el alcance y priorización de sus iniciativas en materia de análisis de riesgos climáticos, en el contexto de la evolución reciente del marco regulatorio europeo en sostenibilidad (incluyendo las iniciativas de simplificación normativa derivadas del paquete Ómnibus de la CSRD).

En este sentido, el análisis de riesgos físicos climáticos, que en el ejercicio anterior se encontraba en fase inicial de desarrollo, ha sido temporalmente replanificado, no habiéndose avanzado en su ejecución durante el presente ejercicio.

La organización ha definido como siguiente paso la contratación de un servicio especializado externo, prevista para los ciclos próximos, con el objetivo de desarrollar un análisis robusto alineado con las mejores prácticas metodológicas (incluyendo identificación de peligros climáticos, evaluación de exposición y análisis de vulnerabilidad).

A la fecha de reporte, no se dispone de resultados ni de un análisis formalizado, si bien existe el compromiso de su desarrollo en futuros ciclos de reporte.

La organización continuará evaluando la relevancia y alcance de este análisis en función de los requerimientos regulatorios aplicables y de su materialidad en el contexto de su actividad. (E1.SBM-3)(E1.IRO-1)

Economía circular

(SBM-03_01) (SBM-03_03) (SBM-03_04) (SBM-03_05) (SBM-03_06) (SBM-03_07) (SBM-03_8) (SBM-03_09) (SBM-03_10), (SBM-03_11) (SBM-03_12). (E5.IRO-1)

En el marco de su estrategia operativa, Lidl España mantiene como prioridad la progresiva incorporación de materiales reciclables, biodegradables y procedentes de fuentes sostenibles.

Asimismo, la compañía impulsa activamente la valorización de subproductos para su transformación en nuevos recursos útiles, contribuyendo de forma directa a la prevención y reducción en la generación de residuos. Respecto a la gestión operativa de los residuos (tanto peligrosos como no peligrosos), la empresa aplica rigurosos procedimientos de control para su adecuado tratamiento a través de gestores autorizados, en estricto cumplimiento de la normativa medioambiental y minimizando los potenciales impactos para el entorno y la salud pública.

El detalle de los impactos, métricas, metas y horizontes temporales vinculados a estas líneas de actuación se encuentra consolidado en los apartados específicos de *Economía Circular*, *Materias Primas* y *Desperdicio Alimentario*, reflejando así un enfoque coherente y plenamente alineado con la estrategia global de sostenibilidad de la empresa.

CAMBIO CLIMÁTICO

Políticas relacionadas con la mitigación del cambio climático y la adaptación al mismo (E1.MDR-P_01-06),

Lidl España considera que el factor ambiental es fundamental en todas las decisiones empresariales que puedan generar un impacto, ya sea directo o indirecto, en el medio ambiente. La intensificación de los cultivos y las explotaciones ganaderas plantean un desafío que Lidl España se ha comprometido a abordar de manera responsable, a través de una gestión eficiente de los recursos que promueva la sostenibilidad en las actividades agrícolas, pesqueras y ganaderas.

Los principales ámbitos de responsabilidad de Lidl España se agrupan en:

La agricultura: debido a la alta intensificación de las técnicas productivas, así como al alto consumo de energía y agua necesarios para garantizar una producción alimentaria eficiente.

Los cultivos y cosechas: debido a la intensificación de los cultivos que demandan grandes cantidades de recursos hídricos y energéticos.

El trato a los animales: para lograr altos rendimientos productivos, es necesario concentrar recursos que implican un esfuerzo significativo en mejorar las condiciones de vida de los animales, junto con un uso más eficiente de los recursos naturales y una adecuada gestión de los residuos.

Lidl España entiende la lucha contra el cambio climático como una continuidad de su modelo de negocio, contemplando todos los actores y factores que intervienen en su ámbito de actuación. Además, todas las unidades de negocio incorporan estos objetivos de reducción, aplicando soluciones locales y desde todas las áreas funcionales.

Para poder abordar todas estas cuestiones, Lidl España ha establecido una serie de políticas vinculadas con el cambio climático. Entre las líneas de concentración de esfuerzos de Lidl España con respecto al medio ambiente para la elaboración de sus políticas (E1.MDR-P_01-06) (E1-2_01), destacan especialmente:

**La eficiencia
energética y el
uso de energía
renovable**

**La construcción
sostenible de
sus instalaciones**

**La gestión
sostenible de los
recursos y los
residuos**

**El cultivo
sostenible de las
materias primas**

**La eficiencia de
los procesos
logísticos**

Las principales políticas llevadas a cabo por Lidl España para los impactos relacionados con el cambio climático son las siguientes:

- Construcción sostenible
- Eficiencia energética
- Logística responsable

En el apartado *Actuaciones, recursos y metas en relación con las políticas en materia de cambio climático* se da una explicación detallada sobre las políticas ([E1.MDR-P_01-06](#)), que Lidl España ha implementado para abordar los retos medioambientales y reducir su huella ecológica, contribuyendo así a la lucha contra el cambio climático.

Junto a ello, se describirán las palancas de descarbonización relacionadas, dónde se incluyen cambios en la cartera de productos y la adopción de nuevas tecnologías en sus propias operaciones o en la cadena de valor. [E1-1_03](#).

Actuaciones, recursos y metas en relación con las políticas en materia de cambio climático

Actuaciones y metas clave para la mitigación del cambio climático

En Lidl España, la mitigación del cambio climático es un eje central en la toma de decisiones operativas, integrándose de forma transversal en todas las fases del modelo de negocio ([E1-1_02](#)) ([E1-1_13](#)). Para evaluar su contribución al calentamiento global y orientar las actuaciones necesarias, la compañía comenzó a almacenar datos sobre su huella de carbono en 2019 ([E1-1_12](#)), lo que permite identificar los impactos generados a lo largo de toda la cadena de suministro ([E1-4_01](#)).

A partir de esta medición, Lidl España define sus objetivos climáticos siguiendo criterios científicos avalados por la iniciativa Science Based Targets (SBTi), a la que se incorporó en 2020 como parte del Grupo Schwarz ([E1-4_22](#)).

Del análisis realizado, la empresa ha determinado que la mayor parte de sus emisiones se originan en la fase de fabricación de los productos. Por ello, centra sus esfuerzos en reducir las emisiones asociadas a su cadena de suministro. Asimismo, reconoce los impactos procedentes de sus tiendas, almacenes, plataformas logísticas y flota de vehículos, para los que establece medidas específicas orientadas a mejorar la eficiencia energética y reducir las emisiones vinculadas a cada área.

En este marco, Lidl España y el Grupo Schwarz han definido una serie de metas que consolidan su estrategia frente al cambio climático y marcan la senda de reducción de emisiones a futuro:

Objetivos climáticos compartidos por las empresas del Grupo Schwarz.

Las empresas del Grupo Schwarz, entre las que se encuentra Lidl España, tienen como objetivo minimizar continuamente sus emisiones de GEI de forma conjunta. Para conseguirlo, acordaron conforme a los siguientes principios:



Evitar la generación de emisiones de GEI, siempre que sea posible.

Reducir aquellas emisiones de GEI que son inevitables.

Compensar las emisiones operativas de GEI que actualmente no se pueden evitar ni reducir basándose en normas reconocidas internacionalmente.

Para la consecución de dichos objetivos Lidl España, junto con el grupo Schwarz, está llevando a cabo las acciones necesarias para la implementación del plan de transición *NetZero* (E1-1_01) para la mitigación del cambio climático, gracias a la aprobación por los órganos de administración (E1-1_14) y a la integración en la estrategia empresarial (E1-1_13). Los objetivos de reducción de emisiones de la compañía han sido definidos considerando trayectorias de descarbonización compatibles con la limitación del calentamiento global a 1,5 °C, de acuerdo con escenarios climáticos reconocidos.

En este sentido, la compañía ha establecido metas de reducción de emisiones de GEI a corto y medio plazo, que contemplan reducciones progresivas en los alcances 1, 2 y 3, en línea con los niveles de descarbonización requeridos para alcanzar la neutralidad climática en línea con trayectorias sectoriales reconocidas (SBTi/IPCCC).(E1-1_02)

Al igual que ocurre con el resto de los objetivos y proyectos estratégicos de la empresa, los recursos asignados al plan de transición están reflejados en la planificación financiera, lo que garantiza su integración con la estrategia corporativa y su alineación con los procesos de toma de decisiones y asignación de inversiones. A nivel europeo, este compromiso está respaldado por el Pacto Verde Europeo, que constituye el principal plan de la Comisión Europea para promover una economía más alineada con el desarrollo sostenible. Entre los objetivos clave de Europa se encuentra alcanzar la neutralidad climática en 2050, fomentando la descarbonización de la economía y la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero en todos los sectores. Tanto empresas como individuos deben tomar responsabilidad frente al cambio climático y adoptar las medidas necesarias para mitigar su impacto. (E1-1_13).

A través de este plan de transición, la empresa se compromete a reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero (GEI). Las medidas clave incluyen la optimización del uso de energía, el impulso de energías renovables, la mejora de la eficiencia en el transporte y la adopción de prácticas sostenibles en sus productos y operaciones. Este programa también cuenta con medidas para proveedores específicos con niveles elevados de emisiones, siendo comunicado mediante la realización de seminarios, reuniones y talleres, consiguiendo así minimizar las emisiones en su cadena de valor. La información sobre las emisiones de proveedores específicos se recopila a través del sitio web de *Climate Partner*, lo que aporta una mayor transparencia a la cadena de valor en relación con las medidas destinadas al cambio climático.

La empresa ha establecido el año 2019 como año base para la divulgación de metas y actuaciones relacionadas con el compromiso *Net Zero* en los alcances 1 y 2, y el año 2022 para el alcance 3, basando la elección de estos años en el momento en que se realizó por primera vez el cálculo de la huella de carbono para cada uno de los alcances. Esta elección permite demostrar de manera coherente el progreso de la empresa desde el inicio del seguimiento sistemático de sus emisiones. (E1-4_20). Estos años base de referencia no se han modificado desde su establecimiento, reflejan adecuadamente el nivel de actividad de la compañía y si no está afectado por factores externos relevantes. (E1-4_21).

La siguiente tabla presenta las principales actuaciones y metas asociadas al plan de transición. Estos objetivos tienen un alcance integral sobre toda la cadena de valor de la empresa y consideran las particularidades de las ubicaciones en las que opera Lidl España.

En su definición, se contó con la participación de las partes interesadas de la empresa, incorporando sus necesidades y expectativas en el proceso de diseño y priorización. Para más información se recomienda consultar la web de [Lidl España](#):

Alcance 1 y 2

Emisiones fugitivas		
Uso de refrigerantes naturales		
Origen de la emisión	Refrigerantes utilizados para productos y refrigeración	Cuando existe una fuga de refrigerantes sintéticos fluorados, las emisiones de CO ₂ son mucho más altas que las de los refrigerantes naturales
Actuaciones <u>(E1.MDR-A_01-12)</u> <u>(E1-3_01)</u>	Conversión progresiva a refrigerantes naturales	Consideraciones del reglamento de Gases fluorados
META <u>(E1.MDR-T_01-13)</u>	Para finales del ejercicio fiscal 2030, sólo se utilizarán refrigerantes naturales para la refrigeración de productos en el 100 % de los centros logísticos de propiedad	
Energía		
Compra de electricidad de origen renovable		
Origen de la emisión	Necesidad de una gran cantidad de electricidad para la actividad (administración, tiendas, almacenes)	
Actuaciones <u>(E1.MDR-A_01-12)</u> <u>(E1-3_01)</u>	Varias opciones de energía verde para la transición: - Contratos de energía renovable con la comercializadora - Obtener garantías de origen de la energía	La adquisición de electricidad renovable está garantizada por el departamento de Energía en el área de Servicios Centrales.
META <u>(E1.MDR-T_01-13)</u>	El 100% de la energía contratada es de origen renovable desde 2022.	
Reducción del consumo energético		
Origen de la emisión	Necesidad de una gran cantidad de electricidad para la actividad (administración, tiendas, almacenes)	
Actuaciones <u>(E1.MDR-A_01-12)</u> <u>(E1-3_01)</u>	Se lleva a cabo una recertificación cada 4 años del sistema de gestión energética según la norma ISO 50001 en los 31 países europeos y se verifica anualmente con un auditor externo.	Para finales del ejercicio fiscal 2026, el 100 % de los centros logísticos recién construidos estarán equipados con un sistema de refrigeración con recuperación de calor.
	Para finales del ejercicio fiscal 2030, el 80 % de los centros logísticos de propiedad estarán equipados con iluminación LED.	Para finales del ejercicio fiscal 2030, el 20 % de las tiendas contarán con iluminación básica regulable en el área de ventas.
META <u>(E1.MDR-T_01-13)</u>	Implantación de medidas para reducir el consumo energético en todas las propiedades para finales del ejercicio fiscal 2030	

Alcance 1 y 2

Energía			
Reducción del uso de combustibles fósiles			
Origen de la emisión	Las propiedades utilizan combustibles fósiles para su climatización (gas, aceite)		
Actuaciones <u>(E1.MDR-A_01-12)</u> <u>(E1-3_01)</u>	Por ejemplo, utilizando bombas de calor	Teniendo en cuenta la Directiva de Desempeño Energético de los Edificios (EPBD por sus siglas en inglés)	
META <u>(E1.MDR-T_01-13)</u>	Para finales del ejercicio fiscal 2030, el 60% de las propiedades (tiendas, centros logísticos) no necesitarán combustibles fósiles para climatizarse.		
Emisiones de combustión móvil			
Electrificación de su flota de vehículos			
Origen de la emisión	La mayoría de la flota utiliza automóviles con combustibles fósiles	Cuando los combustibles fósiles se queman, se emite CO2	Las emisiones están aumentando debido a la expansión del grupo y al aumento de la cantidad de empleados con coches de empresa
Actuaciones <u>(E1.MDR-A_01-12)</u> <u>(E1-3_01)</u>	Conversión de la flota de coches de empresa que utilizan combustibles fósiles hacia alternativas verdes, bajo las condiciones del país y los recursos económicos		
META <u>(E1.MDR-T_01-13)</u>	En la actualidad, se está en proceso de redefinición de la meta.		

Alcance 3

Producción			
Campo de acción	Promover el uso de energías renovables y eficiencia en los procesos de producción de alimentos.		
Ejemplos de acciones	Conversión a energías renovables en los proveedores		
Reducción potencial para 2034	Entre 22 y 28 millones de toneladas de CO2e reducidas		
Uso y eliminación			
Campo de acción	Uso del producto por parte de los clientes.	Desperdicio alimentario	
Ejemplos de acciones	Aumento de los requisitos para la eficiencia energética de los dispositivos	Compromiso de los proveedores para reducir las medidas en la cadena de suministro	Sensibilización de los consumidores
Reducción potencial para 2034	Entre 16 y 17 millones de toneladas de CO2e reducidas	Entre 3 y 6 millones de toneladas de CO2e reducidas	
Expansión del surtido de productos			
Campo de acción	Comportamiento del consumidor/a	Surtido sostenible	
Ejemplos de acciones	Expansión del surtido de proteínas vegetales	Fijación voluntaria de precios basados en el coste real	Alinear las compras basándose en productos y proveedores con menores PCFs (huellas de carbono de productos)
Reducción potencial para 2034	Entre 13 y 14 millones de toneladas de CO2e reducidas	Entre 6 y 9 millones de toneladas de CO2e reducidas	

Alcance 3

Transporte					
Campo de acción	Transporte y regionalidad				
Ejemplos de acciones	Combinar los transportes por tren y carretera				
Reducción potencial para 2034	Entre 3 y 5 millones de toneladas de CO2e reducidas				
Envasado					
Campo de acción	Envasado				
Ejemplos de acciones	Reducción, rediseño, reutilización y reciclaje				
Reducción potencial para 2034	Entre 4 y 4,5 millones de toneladas de CO2e reducidas				
Gestión del suelo					
Campo de acción	Captura y eliminación del carbono		Agricultura sostenible	Ganadería sostenible	
Ejemplos de acciones	Implementación de sistemas agroforestales	Siembra de cultivos de cobertura y cultivos asociados	Evitar el sobre fertilizado de nitrógeno en los campos agrícolas	Emisiones procedentes de fuentes animales: aditivos alimentarios y almacenamiento estanco de estiércol	Reducir el almacenamiento de estiércol agrícola
Reducción potencial para 2034	Entre 5 y 11 millones de toneladas de CO2e reducidas		Entre 3 y 5 millones de toneladas de CO2e reducidas	Entre 3 y 4 millones de toneladas de CO2e reducidas	
Emisiones derivadas de los cambios de uso del suelo					
Campo de acción	Cambios de uso del suelo				
Ejemplos de acciones	Asegurar la conciencia ambiental de los proveedores para que se comprometan a aumentar la transparencia y la trazabilidad de los productos.				
Reducción potencial para 2034	Entre 5 y 6 millones de toneladas de CO2e reducidas				

A raíz de las actuaciones y metas generales anteriormente descritas, Lidl España ha creado las siguientes políticas para llevar a cabo el proceso de implementación del programa, siendo el Consejo de Administración el nivel más alto de la empresa con responsabilidad de aplicación de todas ellas. (E1-1_15).

Construcción Sostenible (E1.MDR-P_01-06) (E1.MDR-A_01-12) (E1-3_01)

Lidl España considera la construcción sostenible como una de las transformaciones más significativas en los ámbitos social, económico y cultural de la actualidad, ya que no solo representa una obligación medioambiental, sino también un avance que restablece el compromiso de la construcción con las personas y su entorno. El objetivo es implementar instalaciones eficientes que cada vez tengan un menor impacto ambiental, llevando a cabo procedimientos de mantenimiento para asegurar el adecuado funcionamiento de estas, y controlando de forma remota todas sus nuevas tiendas mediante la aplicación *GebäudeLeitTechnik* (GLT).

Lidl España se enfoca en utilizar materiales e instalaciones de alta calidad con el fin de optimizar el consumo energético, ofrecer el máximo confort a empleados, empleadas, clientes y clientas, mejorar su imagen de calidad y asegurar que la construcción de sus salas de ventas cumpla con la normativa nacional de accesibilidad, generando de esta manera acciones para potenciar la reducción de emisiones CO₂, uso de energías renovables e implantación de medidas de eficiencia energética, pudiendo además controlar de forma eficiente el consumo de electricidad.

Esta política se aplica a todo Lidl España, para sus edificios, plataformas logísticas y nuevas aperturas siempre que sea posible la adaptación de estas.

Además, en 2021, Lidl España comenzó a certificar sus tiendas con el sello *EDGE*, reforzando su compromiso con la construcción sostenible. Actualmente, más de la mitad de sus tiendas ya cuentan con este certificado.

En la mayoría de las nuevas aperturas se realiza el ensayo *Blower Door Test*, que mide el nivel de estanqueidad del edificio¹. Este ensayo permite asegurar que el edificio sea lo más estanco posible, lo que mejora la eficiencia energética de las instalaciones (más información en el apartado de *Eficiencia Energética*)

Para los nuevos edificios, tanto plataformas logísticas como el último modelo de tienda Lidl España, se incorporan placas fotovoltaicas para un uso eficiente de la energía proveniente de fuentes renovables.

En 2025, Lidl España dispone de una superficie fotovoltaica distribuida entre sus oficinas centrales, 9 de sus 14 plataformas logísticas y 281 de sus 729 tiendas. Los nuevos edificios, el modelo de tienda y las plataformas logísticas incluyen estas placas fotovoltaicas. Gracias a esta iniciativa, Lidl España generó un total de kWh en 32.213.616 kWh en 2025. (E1-3_03) (E1-5_17)

¹ *Se realiza el ensayo siempre y cuando no haya pasos de instalaciones/escaleras/chimeneas que hagan inviable la ejecución del test

Eficiencia energética

(E1.MDR-P_01-06) (E1.MDR-A_01-12)

El principal objetivo de Lidl España respecto a esta política es el de conseguir la eficiencia energética alineada con su Sistema de Gestión de Energía certificado bajo la norma internacional ISO 50001, renovado de forma anual y siendo obligatorio a partir de 2027, asentando con él las bases de elaboración y metas, incluyéndose en el sistema las actividades y fases de la cadena de valor afectadas para Lidl España.

Esta certificación impulsa a refinar continuamente el consumo eléctrico, priorizando este ejercicio fiscal la monitorización en almacenes. La incorporación de subcontadores adicionales en estos puntos estratégicos permite una mejora en la trazabilidad de la energía, facilitando tanto la detección preventiva de fallos como evaluar el impacto de mejoras de eficiencia energética basadas en datos reales.

En 2025 se sigue implementado un mecanismo en los sistemas de climatización tipo *rooftop* en las tiendas (E1-3_01), lo que representa una mejora significativa gracias a su reprogramación en el marco del proyecto 'marcha-paro'. Anteriormente, los equipos de climatización funcionaban de manera continua, con los ventiladores operando las 24 horas del día. Sin embargo, con el nuevo enfoque, la ventilación solo se activa cuando es necesario, respondiendo a la demanda de frío o calor, o para mejorar la calidad del aire.

Esta modificación ha logrado un considerable ahorro energético, ya que la operación constante de los ventiladores implicaba un alto consumo de electricidad. Además, se han instalado cortinas de aire en algunas tiendas existentes, así como en nuevas aperturas. Dicha cortina se ha ubicado sobre la puerta de la cámara de congelados y sirve de barrera para evitar la entrada de aire caliente entre la zona de preparado de panadería y la cámara de congelado para evitar la entrada de aire caliente proveniente de los hornos en la cámara y así disminuir la formación de hielo en los evaporadores. Lidl España también ha integrado refrigerantes (E1-3_01) más ecológicos en los equipos de climatización de sus salas de ventas, almacenes y otras instalaciones, especialmente en nuevas aperturas y modernizaciones. Estos refrigerantes son menos contaminantes debido a su menor potencial de calentamiento atmosférico (PCA), lo que contribuye a reducir el impacto ambiental.

Lidl España continúa expandiendo la funcionalidad DALI (E1-3_01) para regular la iluminación, ahora presente en todas las salas de ventas de las nuevas aperturas, lo que permite ajustar la iluminación de manera eficiente para ahorrar energía.

Para asegurar una alta eficiencia energética en sus instalaciones, Lidl España posee certificado BREEAM y VERDE en su tienda de Coslada y las plataformas logísticas poseen los siguientes certificados energéticos: las plataformas de Cheste, Alcalá de Henares y Gran Canaria cuentan con certificado BREEAM y VERDE; las plataformas de Nanclares, Escúzar y la nave arrendada en Constantí poseen certificado BREEAM; y la plataforma de Lorquí las certificaciones DGNB y VERDE.

Este año, Lidl ha cuatriplicado su inversión en la sostenibilidad de sus instalaciones a través de la instalación y mantenimiento equipos de eficiencia energética y tecnologías de energía renovable en tiendas, almacenes y oficinas referido anexo de taxonomía.

Además, Lidl España ha participado activamente en la campaña La Hora del Planeta desde 2014 (E1-3_01), apagando la luz de los logos de sus tiendas). Esta iniciativa, en la que millones de personas se unen para enviar un mensaje en favor de la conservación del medio ambiente y el uso responsable de los recursos, refleja el compromiso de Lidl España con la sostenibilidad, promoviendo la sensibilización social en torno al cuidado del planeta.

Por último, la empresa ofrece formación específica en eficiencia energética y buenas prácticas de consumo energético (E1-3_01) a toda su plantilla, con módulos adaptados a las diferentes áreas de trabajo.

Logística [\(E1.MDR-P_01-06\)](#) [\(E1.MDR-A_01-12\)](#)

En el ámbito de su logística, el objetivo principal de Lidl España es el de enfocarse en reducir su huella de carbono. El objetivo de esta política es el de potenciar la reducción de emisiones CO2 y el uso de energías renovables.

En este sentido, la empresa apuesta por el uso de combustibles y vehículos menos contaminantes, realizando un análisis continuo de nuevos sistemas de propulsión con el objetivo de reducir las emisiones de GEI de su flota y adaptarla a la normativa Euro 6 [\(E1-3_01\)](#).

Lidl España está implementando soluciones alternativas como vehículos a gas y eléctricos. En 2025, el 26% de los camiones de la flota ha utilizado combustible de gas [\(E1-3_01\)](#). Respecto a los vehículos eléctricos, ha incorporado 2 en su delegación de Canarias, siendo estos los primeros del sector en las islas. Además, la empresa también apuesta por los sistemas duo-trailer y mega-trailer, que permiten transportar hasta 66 y 51 palés por viaje respectivamente [\(E1-3_01\)](#).

En Lidl España se apuesta de manera decidida por la incorporación de productos locales [\(E1-3_01\)](#), lo que genera un impacto económico positivo en la región y contribuye a la reducción de consumos de energía y emisiones asociadas al transporte. Esta optimización logística acorta las rutas de aprovisionamiento y permite explorar nuevos sistemas de transporte y logística. Además, se trabaja de forma continua en la optimización de los transportes para evitar que la flota regrese vacía, adaptándose a los cambios diarios en los volúmenes y ajustando los viajes de ida y vuelta para recoger mercancía de los proveedores. De esta manera, se logra no solo una reducción de costes económicos, sino también una disminución de las emisiones de GEI.

La empresa lanzó el proyecto Lean & Green en 2017 [\(E1-3_01\)](#), convirtiéndose en una de las primeras empresas en sumarse a esta iniciativa. Lean & Green es una iniciativa internacional respaldada por AECOC (Asociación Española de Codificación Comercial), cuyo objetivo es promover la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero en los procesos logísticos, fomentando modelos de negocio eficientes y sostenibles. En 2018, Lidl España fue reconocida con la 1ª Estrella Lean & Green por haber logrado una reducción superior al 20% en sus emisiones de CO2 dentro del marco del proyecto. Posteriormente, alcanzó la tercera estrella por una reducción del 46% en el período 2014-2020. Lidl España [\(E1-3_03\)](#) sigue trabajando para obtener la 4ª estrella [\(E1-3_01\)](#).

Lidl España cuenta con 749 plazas preparadas para la carga de vehículos eléctricos en 241 tiendas.



La empresa también instala puntos de recarga para vehículos eléctricos [\(E1-3_01\)](#) en todas las nuevas aperturas y modernizaciones para fomentar el uso de vehículos con menor impacto en el medioambiente. En la sección puntos de recarga de su web se pueden localizar con facilidad las tiendas [Lidl España que disponen de este servicio](#).

Todas las anteriores políticas y actuaciones tienen como objetivo final una reducción de emisiones a corto y largo plazo, siguiendo la línea que dicta NetZero. En el ejercicio del año 2025, se estableció un nuevo objetivo de reducción a corto plazo para los combustibles vendidos y se procedió a la validación de los objetivos por el SBTi:

	Objetivo a corto plazo	Objetivo a largo plazo
	2030/2034 (E1-3_04)	2050 (E1-3_04)
Reducción de emisiones Alcance 1 & 2*	-48 % para 2030	-90 % absoluto
Reducción de emisiones Alcance 3: Gestión de suelo (Agricultura y Ganadería)**	-42.4 % para 2034	-72 % absoluto
Reducción de emisiones Alcance 3: Energía e Industria**	-35 % para 2034	-90 % absoluto
Reducción de emisiones Alcance 3: Combustibles vendidos**	-58.8 % para 2034	-90 % absoluto

*Para el cálculo de objetivos de los Alcances ¹ y ², se utiliza el año ²⁰¹⁹ como año base.

**Para el cálculo de objetivos de los Alcances ³, se utiliza el año ²⁰²² como año base.

Consumo y combinación energéticos

A continuación, se muestra la energía consumida total en el 2025 desglosada en la siguiente por ubicación de energía consumida:

	Uds.	2023	2024*	2025**
1) Consumo de combustible procedente del carbón y de sus derivados (E1-5_10)	MWh	0	0	0
2) Consumo de combustible procedente del petróleo crudo y de productos petrolíferos (E1-5_11)	MWh	34.123	35.850	34.687
Gasoil en flota propia	MWh	14.920	16.003	16.392
Gasolina en flota propia	MWh	12.772	13.416	12.981
Gasoil de equipos de emergencia	MWh	6.430	6.430	5.313
3) Consumo de combustible procedente del gas natural (E1-5_12)	MWh	2.144	2.303	1.876
4) Consumo de combustible procedente de otras fuentes fósiles (E1-5_13)	MWh	0	0	0
5) Consumo de electricidad, calor, vapor y refrigeración comprados o adquiridos procedentes de fuentes fósiles (E1-5_14)	MWh	0	0	0
6) Consumo total de energía fósil (E1-5_02)	MWh	36.267	38.153	36.563
Proporción de fuentes fósiles en el consumo total de energía (E1-5_15)	%	7,73%	7,92%	7,37%
7) Consumo de combustible procedente de fuentes nucleares (E1-5_03)	MWh	0	0	0
Proporción de fuentes nucleares en el consumo total de energía (E1-5_04)	%	0	0	0
8) Consumo de combustible por fuente renovable, como la biomasa (E1-5_06)	MWh	0	0	0
9) Consumo de electricidad, calor, vapor y refrigeración comprados o adquiridos procedentes de fuentes renovables (E1-5_07)	MWh	433.205	443.858	459.749
10) Consumo de energía renovable autogenerada que no se utilice como combustible (E1-5_08)	MWh	0	0	0
11) Consumo total de energía renovable (calculado como la suma de las líneas 8 a 10) (E1-5_05)	MWh	433.205	443.858	459.749
Proporción de fuentes renovables en el consumo total de energía (E1-5_09)	%	92,27%	92,08%	92,63%
Consumo total de energía (MWh) (calculado como la suma de las líneas 6 y 11) (E1-5_01)	MWh	469.472	482.011	496.312
Producción de energía no renovable (E1-5_18)	MWh	0	0	0
Producción de energía renovable (E1-5_19)	MWh	37.621	38.723	32.214

*Para el ejercicio 2025, dicho perímetro de reporte se ha mantenido de forma consistente. No obstante, Lidl España ha actualizado el periodo temporal considerado para la recopilación de los datos, de manera que la información reportada para 2025 comprende el periodo entre diciembre de 2024 y noviembre de 2025..

**Durante el ejercicio 2025, Lidl España ha actualizado su metodología de reporte; por consiguiente, el periodo actual de los datos comprende de diciembre de 2024 a noviembre de 2025.

Aunque el suministro de energía de red cuenta con garantías de origen 100% renovable (E1-6 19) (E1-6 23), Lidl España apuesta por el autoconsumo directo de energía fotovoltaica en sus inmuebles, como ya se ha comentado en el apartado anterior.

Emisiones de Gases de Efecto Invernadero.

Lidl España ha procedido a la cuantificación y reporte de sus emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) correspondientes al ejercicio actual. Este cálculo se ha realizado siguiendo estrictamente los principios de relevancia, integridad y precisión establecidos por el GHG Protocol. Para una comprensión detallada de la metodología de cálculo, se ha incluido una memoria metodológica exhaustiva en el Anexo I.II. *Metodología para el cálculo de las emisiones bajo GHG Protocol* de este informe. A continuación, se presentan de forma desglosada las emisiones de Alcance 1, 2 y 3, reflejando el desempeño climático:

	Retrospectiva				Hitos y años objetivo		
Alcance 1 y 2***	Año Base (2019) (tCO2eq)	Compa-rativo (tCO2eq)	2025 (tCO2eq)	% (2025/ 2019)	2030 (tCO2eq)	2050 (tCO2eq)	% 2030
Emisiones de GEI brutas de alcance 1 (E1-6_01)	15.351	-582,70	14.768,3	- 3.80%	-7.368,48	-13.815,90	-48%
Porcentaje de emisiones de GEI de alcance 1 procedentes de regímenes regulados de comercio de derechos de emisión (%) (E1-6_08)	-	-	-	-	-	-	-
Emisiones biogénicas de CO2 procedentes de la combustión o biodegradación de la biomasa no incluidas en las emisiones de GEI de alcance 1 (E1-6_17)	-	-	-	-	-	-	-
Emisiones de GEI brutas de alcance 2 basadas en la ubicación (E1-6_09)	-	-	-	-	-	-	-
Emisiones de GEI brutas de alcance 2 basadas en el mercado (E1-6_10)	-	-	-	-	-	-	-
Emisiones biogénicas de CO2 procedentes de la combustión o biodegradación de la biomasa no incluidas en las emisiones de GEI de alcance 2 (E1-6_24)	-	-	-	-	-	-	-
Alcance 3***	Año Base (2022)	Compa-rativo	2025	% (2025/ 2022)	2030/ 2022	2050	% 2030/ 34
Emisiones de GEI brutas de alcance 3- bienes y servicios adquiridos (cat 1: procured goods and services)	5.738.490,1	1.160.110,22	6.898.600,32	20,22%	-	-	-
Emisiones FLAG. Cat 1.	3.467.819,07	611.905,93	4.079.725	17,65%	-1.470.355,28	-2.496.829,73	-42,4%
Emisiones E&I. Cat 1.	2.270.670,92	548.204,58	2.818.875,5	24,14%	-794.734,82	-2.043.603,83	-35%
Emisiones de GEI brutas de alcance 3- bienes capitales (cat 2: capital goods)	105.476,61	-21.317,44	84.159,17	-20,21%	-	-	-
Emisiones FLAG. Cat 2.	-	-	-	-	-	-	-
Emisiones E&I. Cat 2.	105.476,61	-21.317,44	84.159,17	-20,21%	-36.916,81	-94.928,95	-35%
Emisiones de GEI brutas de alcance 3 – actividades relacionadas con los combustibles y la energía (cat 3: fuel and energy related activities)	22.954,92	1.270,11	24.225,03	5,53%	-	-	-
Emisiones FLAG. Cat 3.	-	-	-	-	-	-	-
Emisiones E&I. Cat 3.	22.954,92	1.270,11	24.225,03	5,53%	-8.034,22	-20.659,43	-35%
Emisiones de GEI brutas de alcance 3 – transporte (cat 4: transports)	301.622,77	57.951,14	359.573,9	19,21%	-	-	-
Emisiones FLAG. Cat 4.	-	-	-	-	-	-	-
Emisiones E&I. Cat 4.	301.622,77	57.951,14	359.573,9	19,21%	-105.567,97	-271.460,49	-35%
Emisiones de GEI brutas de alcance 3 - residuos generados en las operaciones (cat 5: waste generated in operations)	9.664,23	1.418,79	11.083,02	14,68%	-	-	-
Emisiones FLAG. Cat 5.	-	-	-	-	-	-	-
Emisiones E&I. Cat 5.	9.664,23	1.418,79	11.083,02	14,68%	-3.382,48	-8.697,81	-35%

	Retrospectiva				Hitos y años objetivo		
Emisiones de GEI brutas de alcance 3 - viajes de negocios (cat 6: business travel)	3.579,68	2.089,32	5.669,00	58,37%	-	-	-
Emisiones FLAG. Cat 6.	-	-	-	-	-	-	-
Emisiones E&I. Cat 6.	3.579,68	2.089,32	5.669,00	58,37%	-1.252,89	-3.221,71	-35%
Emisiones de GEI brutas de alcance 3 - desplazamientos de empleados (cat 7: employee commuting)	21.556,80	3.517,20	25.074,00	16,32%	-	-	-
Emisiones FLAG. Cat 7.	-	-	-	-	-	-	-
Emisiones E&I. Cat 7.	21.556,80	3.517,20	25.074,00	16,32%	-7.544,88	-19.401,12	-35%
Emisiones de GEI brutas de alcance 3 - transportes (cat 9: transports) **	-	-	2.485,87	-	-	-	-
Emisiones FLAG. Cat 9.	-	-	-	-	-	-	-
Emisiones E&I. Cat 9.	-	-	2.485,87	-	-	-	-35%
Emisiones de GEI brutas de alcance 3 - procesamiento de productos vendidos (cat 10: processing of sold products)	-	-	-	-	-	-	-
Emisiones FLAG. Cat 10.	-	-	-	-	-	-	-
Emisiones E&I. Cat 10.	-	-	-	-	-	-	-
Emisiones de GEI brutas de alcance - utilización de productos vendidos (cat 11: use of sold products)	374.277,71	860.441,29	1.234.719,00	229,89%	-	-	-
Emisiones FLAG. Cat 11.	-	-	-	-	-	-	-
Emisiones E&I. Cat 11.	374.277,71	860.441,29	1.234.719,00	229,89%	-130.997,20	-336.849,94	-35%
Emisiones de GEI brutas de alcance 3 - tratamiento al final de la vida útil de los productos vendidos (cat 12: end of life treatment of sold products)	282.986,58	18.484,00	301.470,58	6,53%	-	-	-
Emisiones FLAG. Cat 12.	-	-	-	-	-	-	-
Emisiones E&I. Cat 12.	282.986,58	18.484,00	301.470,58	6,53%	-99.045,30	-254.687,92	-35%
Emisiones brutas de GEI de alcance 3 (E1-6_01)	6.860.609,40	2.086.450,46	8.947.059,86	30,41%	-	-	-
Porcentaje de GEI de Alcance 3 calculado utilizando datos primarios	-	-	-	-	-	-	-
Emisiones de GEI totales (basadas en la ubicación) (E1-6_12)	0	-	0	0	-	-	-
Emisiones de GEI totales (basadas en el mercado) (E1-6_13)	0	-	0	0	-	-	-

*En cuanto a las emisiones bloqueadas (E1-1_07) han considerado, entre otros, activos operativos, sistemas energéticos, actividades logísticas y categorías relevantes de productos. Como resultado de dicho análisis, la compañía no identifica, a la fecha, emisiones bloqueadas que supongan un riesgo significativo para el cumplimiento de sus objetivos climáticos. No obstante, la compañía continúa impulsando medidas orientadas a la reducción progresiva de las emisiones asociadas a sus operaciones y cadena de valor, en línea con su plan de transición climática acumuladas de productos y activos, estas no aplican a Lidl España al no contar con productos clave que supongan una emisión no reducible o con activos que contribuyan a la emisión de GEI.

**La comparativa bruta total no es real ya que no se calcularon los datos de emisiones incluidos dentro de Cat.9 Transportes Aguas Abajo.

***Se incluyen las compras online en el cálculo de la huella de carbono de Lidl España.

****Los "otros costes" de las facturas de combustible del alcance 1 se consideran inmateriales. El dato de combustible reportado en el alcance 1 ha sido objeto de estimación, debido a que la información disponible incluye otros conceptos que han sido considerados inmateriales.

*****En el 2025 ha habido un cambio en el periodo de reporte alcance 1, para obtener un dato real en lugar de una estimación.

TOTALES	2024	Comparativo (2024/2025)	2025	% (2024/2025)
Emisiones de GEI totales (E1-6_01)	7.568.438,51	+ 1.393.389,66	8.961.828,16	18,41 %

En relación con la categoría de gases refrigerantes en el alcance 1, tanto las plataformas logísticas como las tiendas requieren equipos de refrigeración que aseguren la óptima conservación de los productos. Para reducir las emisiones de CO₂ generadas, Lidl España sigue con su proyecto de renovación de las instalaciones antiguas que usaban el gas fluorado R404a, reemplazándolas por equipos modernos que emplean tecnologías más eficientes y gases refrigerantes naturales, minimizando el impacto en el calentamiento global. Desde 2018, en el proceso de modernización de las tiendas, se instalan equipos más eficientes que mayoritariamente utilizan propano (R-290), un refrigerante natural con un menor impacto ambiental.

En el presente ejercicio, las emisiones reportadas en la Categoría 3.1 han experimentado un incremento significativo (aprox. 190%) respecto al año anterior. Es importante destacar que esta variación no responde exclusivamente a un aumento real del impacto ambiental, sino que se explica por la combinación de dos factores:

- Crecimiento operativo: Un aumento natural en el volumen de entrada de mercancías debido a la expansión del negocio, con especial incidencia en la familia de artículos Parkside.
- Mejora en la calidad del dato: Se ha llevado a cabo una mejora sistémica en el mantenimiento y registro de datos maestros. Esto ha permitido ajustar de forma mucho más precisa el peso medio por producto en las principales familias de artículos.

Gracias a esta actualización metodológica, el dato reportado este año refleja una imagen mucho más rigurosa, madura y fiel a la realidad operativa de la cadena de valor de Lidl España.

Como medida general para regular y controlar las emisiones que no dependen de la empresa, Grupo Schwarz exige a los proveedores responsables del 75% de sus emisiones de GEI contar con una estrategia climática propia y fijar objetivos para 2026. Este compromiso involucra actualmente a 63 proveedores del territorio español.

ECONOMÍA CIRCULAR

Políticas relacionadas con el uso de los recursos y la economía circular

(E5.MDR-P_01-06) (E5-1_01)

Las actividades de Lidl España están directamente relacionadas con la utilización de recursos, materias primas y otros materiales como plásticos y celulosa.

Es por ello, que Lidl España cuenta con las siguientes políticas relacionadas con el uso de los recursos y la economía circular:

- Nueva estrategia para la reducción en el uso de recursos (REset Resources)
- Política de compra responsable de materias primas
- Plan de acción para prevenir el desperdicio alimentario

El detalle de estas políticas se desarrolla en los capítulos de Gestión de residuos y economía circular; Compra de materias primas y Desperdicio alimentario de este informe.

Actuaciones, recursos y metas relacionadas con el uso de los recursos y la economía circular (E5.MDR-P_01-06) (E5-1_01) (E5.MDR-A_01-12) (E5-3_08),

Para la creación de estas políticas Lidl España incorpora sus propios objetivos estratégicos, participando activamente en grupos de trabajo sectoriales destinados a encontrar soluciones que impacten a toda la cadena de valor.

A raíz de las actuaciones y metas generales anteriormente descritas, Lidl España ha creado las siguientes políticas para llevar a cabo el proceso de implementación del programa, siendo el Consejo de Administración el nivel más alto de la empresa con responsabilidad de aplicación de todas ellas. (E1-1_15).

Compra de materias primas (E5-4_01)

Lidl España sigue una política de compras de materias primas bastante completa y estricta, en la que también se recogen compromisos explícitos para cada una de ellas. Las materias primas críticas para las cuales tiene un compromiso firme de extracción, producción y compra sostenible son las siguientes:

Cacao	Bienestar animal: huevos, carne fresca y leche	Aceite de palma y palmiste	Café
Soja	Flores y plantas (incluido algodón)	Frutos secos	Celulosa
Pescado, crustáceos y marisco	Arroz	Té	Fruta y verdura

La política fue diseñada sobre los tres pilares fundamentales de la sostenibilidad, siendo las partes interesadas partícipes en la definición de los objetivos al solicitar un enfoque sostenible a la hora de adquirir materias primas. En primer lugar, aseguran la protección de los recursos naturales, el clima y la biodiversidad. En segundo lugar, garantizan la seguridad en el abastecimiento para las generaciones presentes y futuras ([E5-3_05](#)). Finalmente, fomentan la creación de empleo estable, digno y de calidad (referido a la política de debida diligencia empresarial en defensa y salvaguarda de los derechos humanos en todas las cadenas de suministro).

Para poder garantizar los objetivos de la política gracias a un enfoque sostenible, a nivel internacional, en Lidl se han definido 13 materias primas como críticas, sumando en España dos más, carne y leche, siendo un total de 15, reflejadas en la Política de Compras de Materias Primas. Mediante esta política, se evalúan los posibles riesgos y se implementan acciones concretas, enfocándose principalmente aguas arriba de su cadena de valor. Para los próximos años Lidl España pretende establecer cadenas de suministro libres de deforestación y explotación, por lo que promueve certificaciones que persiguen un uso responsable del aceite de palma, cacao, café, carne de vacuno, soja, celulosa y caucho, estableciendo de esta manera una base científica para estas metas.

A lo largo de los años Lidl España ha conseguido una serie de logros destacables relacionados con la entrada de recursos. Además, la gran mayoría de estos forman parte de objetivos continuos en el tiempo, logrando un desempeño conforme a lo esperado.

El detalle del seguimiento de dichos objetivos se encuentra en la [Política de Materias Primas](#) de Lidl España. ([E5-3_01](#)) ([E5-3_04](#)) ([E5-3_05](#)) ([E5-3_08](#)) ([E5.MDR-T_01-13](#))

El uso responsable de estos recursos se articula mediante dos vías: compromisos de compra responsable de materias primas sostenibles y estrategias de packaging de bajo impacto ambiental. ([E5-3_05](#))

Para asegurar la correcta transmisión de estos estándares y mitigar los riesgos identificados, Lidl España incorpora cláusulas de sostenibilidad vinculantes en los contratos comerciales con sus proveedores. Adicionalmente, se les proporciona un paquete de integración (Welcome Pack) que detalla los requisitos medioambientales y las guías de buenas prácticas exigidas por la compañía. El seguimiento detallado y el grado de avance de estas metas específicas se monitoriza de forma continua y se encuentra publicado en la Política de Materias Primas de Lidl España. ([E5-3_01](#)) ([E5-3_04](#)) ([E5-3_08](#)) ([E5.MDR-T_01-13](#))

Nueva estrategia global para la gestión de los recursos y los residuos: REset Resources

Las principales metas [\(E5-3_01\)](#) [\(E5-3_07\)](#) [\(E5-3_09\)](#) en relación con la economía circular y la gestión de los residuos se basan en la estrategia holística de economía circular del Grupo Schwarz, denominada REset Resources, donde se define la gestión integral de los recursos en todas las empresas de la organización, entre la que se encuentra Lidl España.

REset Resources sustituye la anterior estrategia REset Plastic, centrada solo en reducir los envases de plástico, no continuando con la anterior estrategia. En su lugar, REset Resources une ahora todas las áreas centrales de la economía circular: desde envases y productos hasta construcción, desperdicio alimentario y gestión de materiales reciclables, hasta procesos de reciclaje.

El enfoque se centra en reducir el consumo de recursos, fomentar la reutilización, mejorar la circularidad y la reciclabilidad, y asegurar el acceso a materiales recuperables. Bajo la premisa de que el residuo de hoy es la materia prima del mañana, se prioriza el incremento del uso de materiales reciclados. La consecución de los objetivos se articulará en torno a cinco áreas de actuación a nivel de grupo: [\(E5.MDR-P_01-06\)](#):

Área	Definición	Objetivo Principal	Plazo
REdesign	Modelos de negocio alineados con la economía circular.	Envases de marca propia con la máxima reciclabilidad posible.	2030
REduce	Prevención de residuos y reducción de recursos.	Reducción del 15% de plástico virgen en envases de un solo uso y -50% en desperdicio alimentario.	2030
REuse	Enfoque prioritario en la reutilización.	Transición al 100% de palés multiuso en procesos de preparación internos.	2027
REcollect	Garantía de acceso a materiales reciclables.	Recolección y reciclaje del 100% del volumen de envases de marca propia y folletos introducidos en el mercado.	2030
REcycle	Optimización de procesos de recuperación e incremento del uso de reciclados.	Lograr un 95% de gestión circular de residuos totales; alcanzar un 65% de material reciclado en envases de marca propia y un 30% en envases primarios de plástico.	2030

Para la definición de estas metas en Lidl España, se va a garantizar la plena alineación con el marco legal vigente. Dichas metas se relacionan con los flujos de los recursos de la siguiente manera:

- **Entradas de recursos (inputs):**

Las metas dirigidas a la reducción del plástico virgen y el aumento del contenido reciclado en envases para 2030 están diseñadas para optimizar el origen de la cadena de valor. Estas acciones disminuyen directamente la dependencia de recursos fósiles y materias primas extractivas, fomentando un modelo de suministro basado en el aprovechamiento de materiales secundarios y la eficiencia desde la compra.

- **Salidas de recursos (outputs):**

Las iniciativas de rediseño de envases y modelos de negocio, junto con la transición al 100% de palés multiuso (REuse) y la recolección total de envases y folletos (REcollect), buscan garantizar la circularidad de los elementos puestos en el mercado. Este bloque se completa con el objetivo de reducir a la mitad el desperdicio alimentario y alcanzar la gestión circular de los residuos totales, asegurando que los flujos de salida se reintegren en el sistema y no terminen en el vertedero. Actualmente, la estrategia se encuentra en fase de seguimiento, por lo que resulta prematuro evaluar el grado de consecución de los objetivos. Será a partir del ejercicio 2026 cuando se disponga de la información necesaria para su reporte oficial.

(E5-3_09) (E5.MDR-T_01-13) (E5-3_06); (E5-4_04), (E5-4_05), (E5-3_02) (E5-3_03)(E5.MDR-T_01-13) (E5-3_06).

La reutilización también juega un rol crucial, ya que los productos que aún pueden ser aprovechados se venden en sus tiendas outlet o se donan en lugar de ser descartados. Esta acción contribuye a extender la vida útil de los productos y a reducir la cantidad de residuos generados.(E5-3_02)

Desde el 1 de enero del 2025 Lidl España incluye una imagen en sus envases indicando dónde se depositan, bajo el Real Decreto 1055/2022.

Lidl España gestiona su negocio garantizando un uso responsable de los recursos y materiales, así como un adecuado reciclaje de sus residuos. De este modo, logra una separación eficiente, lo que facilita su reutilización y reciclaje, reduciendo la cantidad de residuos generados, presentando anualmente los planes de la empresa para la minimización de los residuos generados.

Algunas de las buenas prácticas desarrolladas en la gestión de residuos y economía circular se detallan a continuación:

Área	Definición
Capacitación y sensibilización para la separación y recogida de residuos (E5-3_08)	Tanto en almacén como en las tiendas se dispone de cartelería y señalética donde se indica cómo se deben segregar adecuadamente los residuos. Además, de manera anual, se capacita a los empleados sobre cómo se debe hacer una segregación adecuada y en qué consistirán los procesos posteriores de reciclaje. El responsable de almacén es también el responsable de la gestión y reciclaje de los residuos que se producen
Residuo Cero(E5-3_08) (E5-3_06)	La certificación Residuo Cero se enmarca en la línea de actuaciones recogidas por las estrategias de economía circular y avalada por programas marco como el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). En la misma, se certifican aquellas organizaciones que priorizan la buena gestión y valorizan las diferentes fracciones de residuos que generan, evitando su depósito en vertedero. Anualmente se renueva la certificación de Residuo Cero, siendo auditado por una tercera parte independiente como es AENOR y comprobando que se gestionan los residuos adecuadamente. Lidl España cuenta por ello con acciones pioneras en la valorización adecuada de los residuos, subproductos alimentarios y productos de bazar en sus plataformas logísticas. Desde 2018, el 100% (E5-3_08) (E5-3_06) de las plataformas logísticas de la península cuentan con la certificación Residuo 0, incluyendo aquellos residuos que provienen de las tiendas y son devueltos a las plataformas mediante logística inversa, son reciclados, estando su destino final certificado, lo que garantiza su trazabilidad. Lidl España presenta anualmente un Plan de Minimización de residuos para 12 de estas plataformas logísticas, sin incluir Tenerife, creando un estudio de minimización de residuos cada 4 años si se superan las 10 toneladas. Este plan se prepara y publica anualmente en el registro público con la declaración anual de residuos. Desde el 2018 el 100% de las plataformas logísticas en península de Lidl España cuentan con certificación Residuo Cero de AENOR
Ecodiseño de productos (E5-3_08)	Se está trabajando de manera intensiva en el ecodiseño de los productos que se ofrecen, como detergentes y jabones, con el objetivo de reducir el impacto ambiental. Además, planea incorporar en su línea de productos artículos fabricados a partir de materiales reciclados, obtenidos de residuos generados por la propia empresa, aumentando de esta manera la circularidad. Un ejemplo son sus bolsas de basura de marca propia: la empresa ha aprovechado los residuos generados en sus almacenes y tiendas para la elaboración de este producto, llegando a alcanzar el 50% de material reciclado en parte de las referencias. (E5-5_02)
Digitalización de registros de retorno (E5-3_08)	Con el objetivo de comprender mejor los flujos de materiales generados por el negocio, en 2023 se digitalizó el registro de retorno de tienda. Esta herramienta, integrada en todas las plataformas de península en 2024, facilita el seguimiento y análisis de los procesos de retorno por logística inversa, permitiendo a los almacenes la identificación e implementación de medidas para mejorar y optimizar el proceso de retorno de tienda.

De manera adicional, Lidl España está implementando un pictograma con instrucciones de reciclaje en sus productos de marca propia, con el objetivo de fomentar la gestión responsable de residuos entre sus clientes (E5-3_02).



Entrada de recursos. Materias primas

La empresa, como parte de la gestión de riesgos asociados a las materias primas, trabaja con productos certificados internacionalmente con sellos como los siguientes, entre otros:

- Fairtrade
- Marine Stewardship Council (MSC),
- Aquaculture Stewardship Council (ASC)
- Rainforest Alliance, RoundTABLE on Sustainable Palm Oil (RSPO)
- Forest Stewardship Council (FSC)
- Bienestar animal (Welfair).
- Global GAP
- Global GAP Spring
- PEFC

Lidl España está obligada a reportar los envases comerciales, domésticos que importa de terceros países al ser el productor, de acuerdo con la ley de residuos 7/2022 y el RD 1055/2022 de Envases y residuos de envases.

Salida de Recursos

Para el cálculo de los datos [\(E5-4_06\)](#) [\(E5-5_17\)](#), Lidl España cuenta con la herramienta GreenCycle Management (GCM), donde se realizan las solicitudes de gestión de residuos desde las plataformas logísticas.

GCM es una herramienta en línea a nivel grupo, dónde se emiten directamente las solicitudes de recogida a las empresas de gestión contratadas y se registra el seguimiento de todos los residuos que salen de los almacenes. Una vez que los residuos son retirados de las instalaciones, los gestores autorizados confirman su recepción en las plantas de tratamiento, subiendo la información y documentación necesaria para cerrar la solicitud, lo que permite completar el archivo cronológico de la gestión de residuos.

En la siguiente tabla aparecen los residuos generados en la actividad del año 2025, agrupados en **residuos peligrosos** y no peligrosos:

Residuos Peligrosos	Toneladas	Tratamiento*
Material Informático	0,4	R04
Baterías	46,7	R04
Pilas	161,6	R12/R04
RAEE Peligroso	333,3	R04/R05
Luminarias	1,0	R04/R06
Otros residuos peligrosos **	246,5	R12
Total residuos peligrosos (E5-5_07)	789,0 t	

Residuos Peligrosos	Toneladas	Tratamiento*
Cartón	90.045,9	R03
Plástico	3.989,0	R03
Orgánico	18.859,0	R03
Chatarra	1.768,3	R04
Madera	5.552,2	R03
Inerte / Resto	2.851,4	R01
Textil	317,2	R03
Vidrio	51,4	R03
RAEE No Peligroso	326,5	R04/R05
Otros Residuos No Peligrosos***	2.000,9	R12/R13
Total residuos no peligrosos (E5-5_07); (E5-6335_15)	125.711,3 t	

* Tratamiento de residuos según la Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular, Anexo II. Lidl España no destina ninguno de sus residuos a eliminación (E5-5_09), todos los residuos se someten a un proceso de valorización o reciclado.

**Productos químicos fuera de especificaciones (residuos de mantenimiento de las instalaciones, como aceites y lubricantes, y residuos de productos de uso doméstico como aerosoles, pinturas, artículos de bricolaje, droguería y cosmética.

***Se compone de la basura generada en las actuaciones de la tienda y artículos de bazar retirados de la venta para su posterior reacondicionamiento. Se incluyen en esta categoría las luminarias identificadas como no peligrosas.

DESPERDICIO ALIMENTARIO

(E5-3_08)

La sociedad se enfrenta a una situación preocupante: más de la mitad de los alimentos producidos a nivel global se desperdician o son descartados antes de llegar a los puntos de venta. Este desperdicio conlleva la pérdida de valiosos recursos utilizados en la producción, como agua, materias primas y otros materiales. En el ámbito logístico, el transporte de mercancías, que en muchos casos se convierte en residuo, genera GEI.

Para Lidl España es un tema de trascendencia fundamental, ya que ofrece alimentos frescos de primera calidad. Por ello la empresa cuenta con el *Plan de Prevención y reducción del Desperdicio Alimentario*, el cual se basa en la Ley 1/2025 de 1 de abril de prevención de las pérdidas y el desperdicio alimentario y la Ley 3/2020, 11 de marzo, de prevención de las pérdidas y despilfarro alimentarios de la Comunidad Autónoma de Cataluña.

Lidl España, en su plan, ha fijado el objetivo de reducir su desperdicio de alimentos en un 30% frente al año 2025 y un 50% para 2030 (estableciendo el año comparativo en 2018). Es una meta ambiciosa que, para alcanzarse con garantías, se realizan una serie de acciones un año más. Estas se estructuran en dos ejes fundamentales de acción: las medidas reactivas y las preventivas.

Medidas preventivas

- **Pedidos optimizados y ajustados.** Mediante el uso de aplicaciones informáticas (autodispo), Lidl España realiza un seguimiento continuo del stock en sus tiendas, permitiendo ajustar los pedidos al máximo y prevenir posibles pérdidas.
- **Control diario de frescura y fechas.** Cuando un producto no cumple con las expectativas de venta, se le aplica un descuento cuando está cerca de su fecha de retirada*.
- **Venta de pan del día anterior a 1€.** Una selección de productos de pan no vendidos se ofrece al día siguiente a este precio, que es inferior al 50% del valor original.
- **Bolsa anti-desperdicio.** Por tres euros**, los clientes pueden adquirir un pack que contiene frutas y verduras que no cumplen con los estándares estéticos convencionales, pero que son completamente aptas para su consumo, o productos en envases dañados sin afectar la calidad del contenido.
- **Capacitación.** Lidl España promueve la sensibilización y formación de todo el personal involucrado en la cadena de valor para lograr objetivos de reducción del desperdicio alimentario. Esto incluye a empleados y empleadas permanentes, temporales, interinos y contratistas. Esta formación en el sistema de gestión de Desperdicio Alimentario (SGDA) se lleva a cabo mediante capacitaciones iniciales y formación anual y continua.

Medidas reactivas

- **Gestión de la reutilización.** Las mermas de productos de alimentación seca (como pan, harina, pastas, cereales, etc.) que se generan en las plataformas logísticas son entregadas a gestores autorizados, quienes las transforman en harina para pienso animal. De manera similar, los restos de productos cárnicos se destinan a la producción de harinas para alimentos para mascotas o biogás. E5-5_01
- **Donación y colaboración con bancos de alimentos y ONGs locales.** De manera constante durante todo el año, Lidl España dona productos desde sus tiendas a diferentes ONG locales y Bancos de Alimentos.

*Solo aplicable a determinadas familias en función de la regulación aplicable.

**El mínimo peso que contiene esta bolsa es de 3,5 kg.

En la siguiente tabla se encuentran recogidos los datos relacionados con desperdicio alimentario reportados por Lidl España:

Cantidades totales de desperdicio alimentario según categorías		
Categoría a reportar	Cantidades totales (kg)	%
Producto donado desde tiendas	2.672.862	13,23
Cantidad total de residuo vendido o reaprovechado (cedido a un gestor autorizado)	16.128.096	79,81
Resto	1.406.755	6,96
Producto recepcionado que no llega a ser comercializado y se acaba reciclando	N/A	N/A
Producto comercializado	4.886.220.734	99,59
Producto no comercializado	20.207.713	0,41

Social

SOCIAL

Temas materiales, impactos, riesgos y oportunidades

(S1.SBM-3_01) (S1.SBM-3_03) (S1.SBM-3_04) (S1.SBM-3_05) (S1.SBM-3_06) (S1.SBM-3_07) (S4.SBM-3_06)

En el apartado social, Lidl España asegura la transparencia y el cumplimiento normativo, presentando a continuación el desglose de los aspectos materiales, junto con una descripción de cada uno de ellos.

En la tabla del Anexo I.I se recogen todos aquellos IROs relacionados con cada uno de los asuntos materiales.

En los siguientes puntos se incluirán las estrategias de mitigación para los impactos negativos identificados dentro de los siguientes temas materiales correspondientes al apartado social en Lidl España (GOV-5):

- Empleo
- Consumidores y consumidoras

Empleo

(SBM-03_01) (SBM-03_03) (SBM-03_04) (SBM-03_05) (SBM-03_06) (SBM-03_07) (SBM-03_08) (SBM-03_09) (SBM-03_10), (SBM-03_11) (SBM-03_12)

La gestión diligente de los impactos y riesgos vinculados al equipo humano es un pilar fundamental para la resiliencia del modelo de negocio de Lidl España. Las políticas, métricas y objetivos específicos de este ámbito se detallan de forma consolidada en el capítulo "*Actuaciones, recursos y metas relacionadas con el personal propio*".

Para asegurar una operativa eficiente, mitigar los riesgos laborales y potenciar los impactos positivos sobre su plantilla, la compañía estructura su estrategia de Recursos Humanos en cuatro áreas clave:

- **Atracción y fidelización del talento:** Frente al riesgo sectorial de rotación o falta de cobertura en picos de demanda —que podría derivar en sobrecarga de trabajo o afección a la calidad del servicio—, la compañía implementa sistemas avanzados de planificación de plantillas y herramientas de automatización de turnos para asegurar la correcta dotación de sus centros.
- **Condiciones laborales y bienestar:** Fomento de la estabilidad mediante políticas de remuneración competitiva, equidad salarial y beneficios sociales. Estas medidas se complementan con programas de salud y conciliación orientados a consolidar el compromiso del equipo.
- **Salud, seguridad y privacidad:** Mantenimiento de un entorno de trabajo seguro a través de rigurosos protocolos de Prevención de Riesgos Laborales (PRL) y formación continua. En paralelo, se protege la intimidad de la plantilla mediante estrictas políticas de protección de datos y canales de comunicación confidenciales.
- **Desarrollo y diversidad:** Impulso de la capacitación técnica y la promoción interna a través de programas de formación continua. Asimismo, Lidl España promueve una cultura corporativa inclusiva que pone en valor la diversidad, garantizando la igualdad de trato y oportunidades.

Consumidores y consumidoras

(SBM-03_01) (SBM-03_03) (SBM-03_04) (SBM-03_05) (SBM-03_06) (SBM-03_07) (SBM-03_08) (SBM-03_09) (SBM-03_10), (SBM-03_11) (SBM-03_12).

Lidl España tiene como objetivo potenciar los impactos sociales positivos y minimizar aquellos negativos que se derivan de su actividad, tanto en el ámbito interno como en el externo. Estos impactos, de carácter continuo y relevantes a medio y largo plazo, se gestionan a través de las medidas recogidas en el apartado Actuaciones, recursos y metas relacionadas con el personal propio. Su origen se encuentra en las operaciones internas de la compañía, en los procesos logísticos y en la colaboración con las empresas proveedoras.

Para garantizar la protección de la seguridad y salud de las personas consumidoras, Lidl España aplica controles estrictos de calidad y seguridad alimentaria a lo largo de toda su cadena de suministro. Estas medidas aseguran que los productos cumplan la normativa vigente y sean seguros para el consumo. Asimismo, la empresa contribuye al bienestar social impulsando hábitos alimentarios saludables desde la infancia, mediante campañas y productos adaptados a las necesidades nutricionales de los niños.

Estos impactos se originan tanto en las actividades propias de la compañía como en su colaboración con proveedores, dentro de su cadena de valor ascendente. Se manifiestan en el presente y se prevé que continúen siendo relevantes en el tiempo, reforzando la resiliencia del modelo de negocio ante la creciente demanda de productos seguros y saludables.

Lidl España también facilita un acceso transparente, asequible y continuo a sus productos y servicios. Esto incluye un etiquetado claro, información nutricional accesible y canales de atención eficaces que permiten a las personas consumidoras comprender con precisión lo que adquieren. La empresa complementa este compromiso mediante la aplicación de precios justos, esenciales para favorecer la asequibilidad y el consumo responsable en contextos económicos complejos.

Además, la compañía trabaja para asegurar la disponibilidad de productos manteniendo una cadena de suministro resiliente, incluso en situaciones de crisis, lo que fortalece su operatividad y su percepción como una empresa accesible, justa y fiable. El respeto al derecho a la privacidad de las personas consumidoras constituye otro pilar fundamental para Lidl España. La empresa garantiza un tratamiento seguro y confidencial de los datos personales, conforme al Reglamento General de Protección de Datos (RGPD), mediante sistemas tecnológicos robustos y políticas internas diseñadas para prevenir vulneraciones y mantener la confianza digital de sus usuarios.

De forma transversal, la protección y fortalecimiento de la reputación corporativa adquiere especial relevancia, ya que una buena reputación refuerza la relación con las personas consumidoras, fomenta la fidelidad y protege a la marca frente a crisis o controversias. Este impacto positivo depende no sólo del cumplimiento legal, sino también del comportamiento ético de la empresa, su transparencia, la sostenibilidad de sus productos y la experiencia global del cliente.

PERSONAL PROPIO

La empresa ha identificado a todas las personas trabajadoras que puedan verse afectadas por los impactos, tanto positivos como negativos, por las operaciones de Lidl España, incluyendo a todo el personal asalariado ([S1.SBM-3_02](#)) ([S1.SBM-3_04](#)). A través de auditorías de seguridad laboral, se ha evaluado el impacto en la plantilla, asegurando que todas las personas, independientemente de su tipo de contrato, estén cubiertas por las políticas de bienestar, seguridad y derechos laborales.

Políticas relacionadas con el personal propio

En Lidl España, el equipo humano es el pilar fundamental detrás del éxito y crecimiento de la empresa. Por eso, tiene el firme compromiso de garantizar no sólo el cumplimiento de los derechos laborales fundamentales, sino de ir más allá, fomentando un ambiente laboral que estimule el desarrollo personal y profesional de su plantilla.

Lidl España cuenta con un equipo humano de 20.895 personas trabajadoras (asalariados y personal en prácticas), de las cuales el 93.78% cuenta con un contrato indefinido.

La empresa dispone de un Plan de Igualdad, siendo descrito en el capítulo *Igualdad y no discriminación* ([S1-1_09](#)). Además, dispone de una *Política de Igualdad de Trato y No Violencia en el Ámbito Laboral*, teniendo como objetivo ofrecer a todas las personas trabajadoras un entorno de trabajo que fomente el respeto mutuo, la confianza y la inclusión de la diversidad de las personas. Lidl España persigue el principio de igualdad de trato para todas las personas y prohíbe todas las formas de discriminación y violencia existentes en el empleo, en el lugar de trabajo y en el entorno laboral, todo ello de conformidad con la normativa aplicable. ([S1-1_08](#))

Con respecto a la diversidad, Lidl España dispone de una *Política en Diversidad*, la cual se describe en el capítulo *Diversidad e inclusión*.

Otra política importante que destacar es el *Protocolo de Acoso de Lidl España*, el cual tiene como objetivo la prevención y solución de conflictos en materia de acoso, salvaguardando los derechos de las personas afectadas dentro de un contexto de prudencia, objetividad, imparcialidad y confidencialidad. Esta política es de aplicación para toda la plantilla y está relacionada con los valores de empresa. Todo el equipo humano, inclusive el Consejo de Administración, vela por la implementación de los valores de la empresa y por el cumplimiento de los procesos internos en esta materia.

Actuaciones, recursos y metas relacionadas con el personal propio

Uno de los objetivos prioritarios de la empresa es cubrir de manera eficaz las vacantes necesarias para garantizar la continuidad en la prestación de sus servicios. Para ello, Lidl España debe afrontar los desafíos derivados de la constante fluctuación del mercado laboral y mitigar la falta de recursos humanos que pueden afectar a la oferta de servicio, como la alta rotación o el absentismo [\(S1-4_01\)](#). Este objetivo se extiende a todas las áreas operativas que requieren personal para la prestación directa o indirecta de servicios y constituye una actuación continua, sostenida en el tiempo y sin un horizonte temporal definido, con seguimiento permanente. [\(S1-4_01\)](#) [\(S1-5_01\)](#) [\(S1-5_02\)](#) [\(S1-5_03\)](#) [\(S1-4_03\)](#) [\(S1-4_04\)](#)

Para gestionar este impacto, Lidl España ha dispuesto diversos recursos [\(S1-4_09\)](#), entre ellos la aplicación del III Convenio Colectivo, desarrollado en el apartado *Cobertura de la negociación colectiva y diálogo social* [\(S1-4_02\)](#) [\(S1-4_06\)](#). Estas medidas contribuyen a mejorar la estabilidad laboral, elevar la calidad de la contratación a tiempo parcial mediante incrementos anuales de horas y reforzar los derechos sociales de las personas trabajadoras.

En materia de seguridad laboral, Lidl España ha incorporado un software específico de prevención de riesgos, que permite centralizar y conectar las medidas correctivas, evitando el uso de herramientas alternativas como hojas de cálculo u otros formatos dispersos. Esta iniciativa, entre otras, busca promover el bienestar del personal, garantizar su seguridad y salud y avanzar hacia un modelo de trabajo estandarizado y eficiente.

En el siguiente gráfico se describe el proceso mediante el cual Lidl España identifica qué acción es necesaria [\(S1-4_05\)](#) y apropiada en respuesta a un impacto negativo particular, ya sea real o potencial, en la propia plantilla, consiguiendo de esta manera un enfoque integral que abarca la prevención como la mitigación del riesgo mediante acciones:



Características de la plantilla

(S1-6_01) (S1-6_07)

	Total	
Número de personas trabajadoras Lidl España (S1-6_04) (S1-6_05)	2024	2025
Hombre	6.336	6.637
Mujer	13.345	14.258
Otro	0	0
No notificado	0	0
Total (S1-6_02)	19.681	20.895

	Mujer		Hombre		Otro		No notificado		Totales	
	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025
Personal asalariado indefinido	12.531	13.322	5.957	6.236	0	0	0	0	18.488	19.558
Personal asalariado temporal	795	921	348	377	0	0	0	0	1.143	1.298
Personal en prácticas	19	15	31	24	0	0	0	0	50	39
Personal asalariado con horas no garantizadas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Personal asalariado a tiempo completo (S1-6_09)	4.152	4.891	3.736	4.075	0	0	0	0	7.888	8.966
Personal asalariado a tiempo parcial	9.174	9.352	2.569	2.538	0	0	0	0	11.743	11.890
Personal en prácticas a tiempo completo	2	4	9	9	0	0	0	0	11	13
Personal en prácticas a tiempo parcial	17	11	22	15	0	0	0	0	39	26

La clasificación profesional de Lidl España se realiza en base a los siguientes Grupos:

 GRUPO I	 GRUPO II	 GRUPO III	 Personal en prácticas
• Directores/as nacionales y regionales, • Gerentes nacionales y regionales • Jefes/as de equipo y de departamento	• Responsables departamento • Gerentes de tienda • Personal adjunto y asistentes	• Personal administrativo • Cajero/a • Reponedor/as • Mozo/a • Torero/a	• Estudiantes con un convenio de prácticas

Porcentaje total de plantilla (personal asalariado y personal en prácticas)				
Rango de edad	2024	%	2025	%
Menor de 30 años (S1-9_03)	3.795	19,3	4.192	20,06
Entre 30 y 50 años (S1-9_04)	13.524	68,7	13.865	66,36
Mayor de 50 años (S1-9_05)	2.362	12,0	2.838	13,58
Total	19.681		20.895	

Porcentaje total de plantilla (personal asalariado y personal en prácticas)		
Grupo profesional	2024	2025
Grupo I	1.105	1.139
Grupo II	4.938	5.327
Grupo II	13.588	14.390
Personal en prácticas	50	39

Diversidad e inclusión

La diversidad, equidad e inclusión son fundamentales en la cultura corporativa de Lidl España, por ello se implementan todas las medidas necesarias para prevenir y mantener espacios libres de discriminación, en línea con la declaración *Together at Lidl España*. Esta declaración tiene un objetivo claro:

- **Abogar por la igualdad de trato y la no discriminación**, esto significa que no se tolera el trato discriminatorio por motivos de sexo o identidad/expresión de género, color de piel, etnia, u origen étnico, religión o creencias, opinión política o de otro tipo, procedencia o nacionalidad, origen/condición social, pertenencia a una minoría nacional, situación socioeconómica, nacimiento, estado de salud e información genética, capacidad física o mental, edad, orientación sexual o cualquier otra condición susceptible de discriminación.
- **No tolerar comportamientos que impliquen violencia física o psicológica**, en particular la coacción, el acoso sexual o por razón de género, el mobbing o acoso psicológico y la incitación al odio.
- **Practicar y exigir la igualdad de trato y no discriminación en toda la cadena de valor.**
- **Valorar la diversidad** de los equipos y promover el entorno laboral en el que todas y cada una de las personas se sientan integradas y respetadas.

Lidl España apoya su compromiso con la diversidad, la equidad, la inclusión y la no discriminación en 7 ejes:



Cada año, la compañía impulsa iniciativas que ponen en valor nuestra diversidad. Con motivo del Día Mundial de la Diversidad Cultural (21 de mayo), lanzamos un concurso para celebrar las raíces de nuestro equipo. Las personas que participaron compartieron fotos, platos típicos y costumbres de sus lugares de origen, acercándonos más a la riqueza cultural de cada uno. Las tres personas ganadoras disfrutaron de un viaje a Puy du Fou como reconocimiento.

Además, desde hace varios años Lidl está comprometida con organizaciones y asociaciones que promueven la diversidad y la igualdad de oportunidades, como es el caso de LEAD Network, Women Empowerment Principles o el Charter de la Diversidad, participando además en acciones, charlas y eventos que ayuden a la promoción e impulso de la diversidad.

También, se promueven las mismas oportunidades de crecimiento tanto personal como profesional para todo el equipo, y se rechaza cualquier forma de discriminación. Esto se refleja, por ejemplo, en la implementación de un sistema de remuneración equitativo que garantiza el principio de igualdad de retribución entre las personas trabajadoras aplicando el principio de igual remuneración por trabajo de igual valor.

A finales del año pasado, el número de personas en el nivel de alta dirección se situó en 7 (2 mujeres y 5 hombres), [\(S1-9_01\)](#) lo que representa un 0,033% de la plantilla (0,01% mujeres y 0,024% hombres) [\(S1-9_02\)](#) (se define lo que considera alta dirección en el capítulo *Gestión Empresarial* del presente informe). Este equipo de liderazgo está compuesto por profesionales con una amplia variedad de experiencias y perspectivas, lo que enriquece la toma de decisiones y nos permite responder de manera efectiva a los desafíos del mercado. [\(S1-9_06\)](#)

Siguiendo este compromiso, Lidl España cuenta con un Sistema de Gestión de cumplimiento específico en el área de recursos humanos (*CMS HR Compliance*), el cual asegura la pronta identificación de posibles riesgos en materia de discriminación y aplicando medidas, tanto preventivas como correctoras, para minimizar estos riesgos. La empresa investiga todas las denuncias relacionadas con la discriminación o el acoso y aplicar las medidas oportunas.

Capacidades diversas

Para Lidl España la diversidad es un valor y una responsabilidad, siendo la inclusión de personas con discapacidad una prioridad fundamental que aporta un gran valor a sus equipos.

Lidl España considera como persona trabajadora sensible a aquella que por causas de salud requiere de una atención especial en cuanto a seguridad (trabajadoras embarazadas, personas con discapacidad, etc.). Su condición hace que el departamento de prevención active una vigilancia especial en cuanto a sus condiciones de seguridad laboral y mantenga un seguimiento sobre éste. [\(S1-12_03\)](#)

Cada vez que se incorpora una persona trabajadora especialmente sensible, la empresa le ofrece la posibilidad de someterse a un reconocimiento médico específico, garantizando en todo momento la confidencialidad de los datos conforme a la normativa aplicable. Este reconocimiento permite identificar si es necesario adaptar su puesto de trabajo para evitar que sus tareas puedan perjudicar o comprometer su salud.

Tras un análisis individualizado, se realizan las adaptaciones que procedan para asegurar condiciones de trabajo plenamente seguras. Posteriormente, y con la periodicidad que determine el personal médico especializado en medicina del trabajo, se vuelve a ofrecer un reconocimiento médico con el fin de reevaluar posibles limitaciones y valorar nuevas necesidades de readaptación

Lidl España también considera la accesibilidad en el interior y en el exterior de sus tiendas, implementando acciones como:

- Garantizar la accesibilidad de personas con movilidad reducida en sus tiendas desde el punto de vista constructivo.
- Plazas de uso reservadas para personas con movilidad reducida en todas las tiendas y se ubican lo más cerca posible a los accesos a tienda.
- Las nuevas aperturas disponen de carros de compra para uso con silla de ruedas.
- En la zona de cajas, se adapta el primer pasillo para poder salir con silla de ruedas.
- Los aseos de clientes y clientas son completamente accesibles, en relación con sus dimensiones y equipamiento.

La apuesta por la igualdad de oportunidades de Lidl España se refleja en su firme voluntad y compromiso por la integración de personas con discapacidad consiguiendo anualmente, entre contratación directa (170 personas trabajadoras en plantilla, de las cuales 169 tienen contrato indefinido y 1 temporal) [\(S1-12_01\)](#) e indirecta (subcontratados/as con Centros Especiales de Empleo), un 22% de cumplimiento por encima del requerido por la Ley General de Discapacidad.

Salud y bienestar

Políticas y programas e iniciativas de salud y bienestar

Bajo el lema *Tú salud nos importa*, Lidl España garantiza entornos de trabajo seguros y saludables a nivel físico, mental y social al 100% de su plantilla. [\(S1-14_01\)](#)

En los últimos años, Lidl España ha promovido distintos programas y campañas de sensibilización de temas como la gestión del estrés, la ergonomía y la promoción de la actividad física, así como temas relacionados con la alimentación saludable en línea con la apuesta de Lidl España por la promoción de hábitos saludables y el bienestar de las personas. Como novedad este 2025, Lidl ha puesto a disposición de las personas trabajadoras fruta fresca de forma gratuita, fomentando hábitos de vida saludables y promoviendo el bienestar en el entorno laboral. En esta línea, Lidl España también pone a disposición de su plantilla y familiares convivientes un gabinete psicológico de atención telefónica disponible los 7 días de la semana, las 24 horas.

La empresa sigue con la iniciativa sobre salud psicosocial de las personas que trabajan en Lidl España, un ambicioso proyecto de ámbito nacional que ayudará a mejorar las condiciones laborales y de salud. En esta línea, se ofrece a los empleados y empleadas realizar un reconocimiento médico anual de manera adicional para las delegaciones y bianual para las oficinas centrales.

Asimismo, Lidl también ofrece un servicio de fisioterapia en sus almacenes y oficinas centrales.

Por otro lado, se realizan formaciones sobre actuación en caso de emergencias e incendios, primeros auxilios y utilización de desfibriladores.

En el marco de las acciones para mejorar la seguridad y salud del personal de Lidl España, en 2025 se han realizado evaluaciones ergonómicas a nivel nacional. Los resultados indican riesgos mayoritariamente bajos o medios. Las medidas propuestas se centran principalmente en mejorar la higiene postural.

En esta misma línea de avance, se ha incorporado la perspectiva de género en los riesgos laborales, logrando una gestión más justa y eficaz para toda la plantilla y consolidando a Lidl España como referente en prevención y equidad en el sector de la distribución (ver otras medidas en el Plan de Igualdad en el apartado de igualdad y no discriminación).

Salud y seguridad en el trabajo

Lidl España tiene como objetivo la reducción de los accidentes de trabajo, apoyándose en la integración total de la prevención a todos los niveles. El total de accidentes en 2025 ha sido de 1.151. (S1-14_04)

A continuación, se presentan datos referentes a esta accidentabilidad:

	2024		2025	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Índice de frecuencia*	31,08	33,76	34,15	31,28
Índice de gravedad**	0,87	0,76	0,92	0,69

*Índice de frecuencia = (número de accidentes con baja sin contar in itinere/horas trabajadas) *106

**Índice de gravedad = (número de días perdidos / horas trabajadas) *103

	2024		2025	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
N.º de accidentes de trabajo para plantilla propia S1-14_04	652	372	769	382
Índice de incidencia*	38,66	46,52	53,99	57,77
N.º de casos registrables de enfermedades de la plantilla relacionados con el trabajo (S1-14_06)**	19	2	13	1

*Índice de incidencia = (Nº de accidentes / Nº trabajadores/as asalariados) *103

**La mayoría de los casos de enfermedades profesionales están relacionados con problemas musculoesqueléticos.

Lidl España registra y monitoriza el número de horas de absentismo, siendo estas causadas por enfermedad común y bajas por accidente.

	Total	
	2024	2025
Número de horas de absentismo*	1.595.545	1.942.426
Número de muertes en la propia fuerza laboral como resultado de lesiones y enfermedades relacionadas con el trabajo (S1-14_02)	0	0
Número de muertes como resultado de lesiones relacionadas con el trabajo y enfermedades relacionadas con el trabajo de otras personas trabajadoras subcontratadas que trabajan en las obras de la empresa (S1-14_03)	0	0
Número de días perdidos por lesiones laborales y muertes por accidentes laborales, enfermedades relacionadas con el trabajo y muertes por mala salud relacionadas con los empleados** (S1-14_07)	28.584****	30.630
N.º de accidentes de trabajo registrables	1.042	1.151
Tasa de accidentes laborales registrables para plantilla propia (S1-14_05) ***	39,80 accidentes con baja por cada 1.000.000 de horas trabajadas	33,14 accidentes con baja por cada 1.000.000 de horas trabajadas

*El indicador se calcula, conforme a la metodología aplicada a nivel de Grupo Schwarz, excluyendo las bajas de larga duración y centrando su definición en la determinación de la tasa de enfermedad del propio empleado, y no en la cuantificación del tiempo improductivo ni en su proporción.

**N.º de días perdidos por lesiones laborales y muertes por accidente= días perdidos por accidentes

*** N. horas trabajadas / 1.000.000

****Se ha detectado un error en el reporte correspondiente al AF²⁴ derivado de una incorrecta extracción de los datos. En la versión de 2024, se informó el número de casos en lugar de la suma de los días perdidos. Este error ha sido identificado y corregido, presentándose en el presente informe los datos ajustados en términos de días perdidos

Organización del trabajo y conciliación

Facilitar la armonía entre la vida personal, familiar y laboral del equipo humano es una prioridad estratégica para Lidl España. La compañía mantiene un firme compromiso con la creación de un entorno de trabajo que favorezca el bienestar y el desarrollo integral de su plantilla.

La organización del tiempo de trabajo se adapta a las realidades de cada área de la empresa:

- **Tiendas y plataformas logísticas:** Para el personal operativo (que constituye el mayor volumen de la plantilla), la compañía establece dos (2) días de descanso semanal de promedio (para perfiles con 5 días de trabajo a la semana en cómputo anual). Asimismo, para fomentar la conciliación en los centros de venta con apertura comercial, se asegura el disfrute de un mínimo de seis (6) fines de semana libres al año (sábado y domingo).
- **Oficinas centrales:** Para este colectivo, la compañía fomenta la flexibilidad organizativa. Durante la temporada estival, se ofrece la posibilidad de adaptar y distribuir la jornada (jornada intensiva), permitiendo la recuperación de horas en otros periodos, siempre que se asegure la correcta cobertura del servicio.
- **Planificación transversal:** A nivel global, todo el personal cuenta con una planificación anual anticipada de sus vacaciones, facilitando así una óptima organización profesional y personal.

Para mejorar la vida personal y familiar con la laboral, existen las siguientes medidas:

Excedencia. Se ofrecen excedencias por el cuidado de hijos/as que tengan menos de 12 años además del cuidado familiar. También se contempla una excedencia por adopción internacional.
Reducciones de jornadas y concreciones horarias. Se amplía el derecho de las personas trabajadoras que se encuentren en situación de reducción de jornada por guarda legal, por el cuidado de un/a menor a cargo, de mantener el horario que venían disfrutando por su situación de reducción legal de jornada, hasta que el menor alcance la edad de 14 años (12 y 13 años). Esta medida se implementará mediante una novación contractual. Las personas trabajadoras tendrán derecho a retornar a su jornada inicial una vez que el menor cumpla los 14 años de edad.
Cambios de turno. Intentar facilitar el cambio de turno para acompañar a la pareja a las clases de preparación al parto y exámenes prenatales.
Derecho al sábado Lidl España, cuyo procedimiento permite coger una excedencia de 1 a 3 meses, con reincorporación en el mismo puesto de trabajo.
Permisos retribuidos. Lidl España permite disfrutar de permisos retribuidos para exámenes prenatales y técnicas de preparación al parto, lactancia, o para trabajadoras que se encuentren en tratamiento de técnicas de reproducción asistida.
Permisos no retribuidos. Se contemplan 2 días recuperables de asuntos propios al año.
Fallecimiento de un familiar. Se otorgan 4 días naturales desde el hecho causante o en su caso, desde el primer día laborable.
Acompañamiento hijo/a menor de 12 años al médico. Existe un permiso no retribuido de carácter recuperable para acompañar a un hijo o hija hasta los 12 años que precise asistencia médica de cualquier tipo por el tiempo imprescindible.
Descuentos corporativos para ocio. Lidl España ofrece descuentos corporativos para empleados y empleadas, así como para sus familias en diversos centros de ocio.
Espacios comunes de libre disfrute para los empleados y empleadas. En 2023 la empresa renovó las instalaciones de sus oficinas centrales poniendo a disposición de la plantilla espacios que facilitan su conciliación como una nueva sala de lactancia, una cantina, un gimnasio, así como pistas de pádel y pista multifuncional de fútbol/basket.

Teletrabajo. Modelo híbrido de hasta 3 días semanales de teletrabajo para aquellas posiciones compatibles.
Acompañamiento a visitas médicas ascendientes: permiso no retribuido, de hasta 20 horas anuales, para acompañar al médico a ascendientes de primer grado o segundo grado de consanguinidad si es conviviente.
Excedencia por fallecimiento de familiar en el extranjero: excedencia con reserva del puesto de trabajo de 30 días continuada, con posible disfrute en un plazo de 2 meses, desde el fallecimiento de familiar de primer grado de consanguinidad.
Ampliación permiso retribuido de maternidad y paternidad: Inmediatamente a continuación de la finalización del disfrute de la prestación de maternidad/paternidad, Lidl amplía con una semana más de permiso retribuido.

Los aspectos referidos a la desconexión digital se regulan en el art. 21.7 del III Convenio Colectivo de Lidl España.

A continuación, se muestran las principales cifras relativas a los permisos maternales y paternales del personal de Lidl España a fin de año fiscal:

Permisos maternales y paternales*	2024		2025	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Nº de empleados/as acogidos a permiso	471	316	448	344

* El porcentaje de empleados y empleadas que pueden acogerse a permisos y licencias familiares es de un 100% (S¹⁻¹⁵_01) (S¹⁻¹⁵_02), quedando la metodología a nivel cualitativo explicada en el apartado.

Condiciones laborales y derechos humanos

Lidl España basa sus políticas en principios fundamentales como el respeto a los derechos humanos de su personal trabajador, así como la garantía de un servicio seguro y de calidad, el cumplimiento de la ley y una conducta ética, garantizando de esta manera el compromiso continuo con las personas trabajadoras [\(S1-1_04\)](#). [\(S1-1_05\)](#).

Las actividades empresariales pueden dar lugar a vulneraciones de los derechos humanos, no sólo en su equipo humano, sino que también los de todas las personas implicadas en las actividades empresariales. A continuación, se exponen las medidas preventivas adoptadas por la compañía para mitigar los riesgos y garantizar el estricto respeto a los derechos humanos. [\(S1-1_06\)](#).

Cobertura de la negociación colectiva y diálogo social

Todos los empleados y empleadas de Lidl España cuentan con una figura propia, neutral y de confianza, que actúa como mediadora en situaciones de conflicto, ayudando a resolver cualquier tipo de incidencia en el puesto de trabajo, y es la figura del Jefe o Jefa de Relaciones Sociales. Esta se encuentra presente en todas las delegaciones, así como en oficinas centrales, y cuya función es ser un interlocutor neutral y de confianza para la plantilla y servir de herramienta tanto a Lidl España como al equipo humano para establecer una relación de colaboración transparente y duradera.

El 100% de la plantilla está sujeto al Convenio Colectivo*. [\(S1-8_01\)](#)

**No se incluye en este porcentaje al personal en prácticas*



El Capítulo IX del Convenio Colectivo regula los derechos sindicales en los artículos 38 (representantes unitarios), 39 (delegados y delegadas sindicales), 42 (Información), 43 (Garantías) y 44 (sistema de acumulación de horas). Asimismo, el artículo 53 del Convenio Colectivo de Lidl España regula el funcionamiento de la comisión de interpretación y aplicación del Convenio.

El 92,28% [\(S1-8_06\)](#) de la plantilla está representado por comités de seguridad y salud y delegados/as de prevención. Los asuntos principales que se han tratado en estos Comités quedan reflejados en los artículos 45 y 46 del Convenio Colectivo. Estos muestran las negociaciones principales acordadas a través de los comités en cuestiones de seguridad y salud, como, por ejemplo, los reconocimientos médicos y la evaluación de riesgos laborales.

La Representación Legal de los Trabajadores (RLT) desempeña un papel crucial en la promoción del bienestar laboral y en el fomento de un entorno de trabajo justo y participativo. En el año 2025, Lidl España cuenta con un total de 65 comités de empresa repartidos por toda España, y con más de 600 RLT [\(GOV1_03\)](#)

El proceso de elección de la representación legal de las personas trabajadoras Lidl España conforme a los principios legales, asegurando un procedimiento transparente, equitativo y participativo, estando orientado a garantizar la inclusión y diversidad de las voces de todos las empleadas y empleados. Además, la empresa se compromete a proporcionar un entorno seguro y libre de represalias para que la plantilla pueda ejercer su derecho a la representación sin temor a discriminación.

Para fomentar una cultura de diálogo social y participación activa, Lidl España mantiene canales abiertos de comunicación con los representantes legales elegidos y elegidas, facilitando reuniones periódicas para discutir temas relevantes como la seguridad laboral, la igualdad de oportunidades y la mejora de las condiciones laborales.

Igualdad y no discriminación

La igualdad es un principio jurídico universal reconocido. Lidl España vela por el cumplimiento del principio de igualdad de trato y de oportunidades en todos los departamentos y acciones de la empresa. A través de la Cultura y Valores Lidl España pone a las personas en el centro, tratando de una forma justa, con franqueza y reconociendo el compromiso y la diversidad de las personas.

Lidl España cuenta con un Plan de Igualdad Lidl España, negociado y publicado en 2024 y vigente hasta 2026. Algunas de las medidas más novedosas y relevantes son las siguientes:

Proceso de selección

En nuevas aperturas, se dará cobertura de las vacantes impulsando la equidad de mujeres y hombres en la contratación.

Contratación profesional

Adoptar la medida de acción positiva para que, en los casos en los que haya una vacante a tiempo completo, o de necesidad de contratación a tiempo parcial de mayor jornada, cumpliendo con el principio de idoneidad y competencia, tendrán preferencia las mujeres con contrato a tiempo parcial.

Formación

Se ofrecerá formación y sensibilización en materia de igualdad.

Se seguirá garantizando el acceso equilibrado de mujeres y hombres a acciones formativas.

Se promoverá el acceso de mujeres a acciones formativas para favorecer su desarrollo profesional en aquellos puestos en los que estén menos representadas.

Igualdad retributiva y condiciones de trabajo

Se mantendrá una política retributiva objetiva que tenga en cuenta la perspectiva de género.

Se mantendrán las medidas activas que impiden que exista brecha salarial entre hombres y mujeres, promoviendo la equidad salarial.

Infrarrepresentación femenina

Se seguirán adoptando medidas de acción positiva a favor de las mujeres, como programas de liderazgo femenino, para promover el desarrollo y el incremento de mujeres en puestos donde estén menos representadas.

En plataformas logísticas con dificultad para la cobertura de mujeres, se incluirán imágenes y materiales para fomentar su participación en los procesos de selección.

Violencia de género

La empresa elaborará una guía informativa de los derechos y ayudas para las víctimas. Apoyarán a las víctimas de violencia de género con 1.000€ brutos, en los casos de cambio de residencia y centro de trabajo.

Las víctimas de violencia de género tendrán la posibilidad de cambiar de centro de trabajo durante 12 meses con reserva del puesto.

Salarios adecuados y retribución

A continuación, se muestra la remuneración media de la plantilla desglosada por sexo, edad y grupo profesional, confirmando así que a todas las personas trabajadoras se les paga un salario adecuado, de acuerdo con los puntos de referencia aplicables. Los datos de 2025 reflejan un progreso anual en la reducción de la brecha salarial, reforzando el compromiso con una retribución equitativa. Lidl España calcula los promedios sin contar con consejeros/as ni el grupo de personal en prácticas, siendo la plantilla representativa de 20.749 asalariados: [\(S1-16_03\)](#)

Remuneración media por sexo	2024	2025
Mujer	21.656	22.050
Hombre	25.372	25.493
Otro	0	0
Sin especificar	0	0

Remuneración media por rango de edad (€)	2024	2025
Menor de 30 años	18.944	19.114
Entre 30 y 50 años	23.437	23.752
Mayor de 50 años	25.702	26.082

Remuneración media por grupo profesional (€) *	2024	2025
Grupo I	68.607	69.277
Grupo II	26.214	27.037
Grupo III	18.645	18.702

*Se excluye la información relativa a consejeros/as (Grupo I) así como empleados/as, expatriados/as y empleados/as con jornadas inferiores al 1%.

Durante el ejercicio fiscal 2025, Lidl España consolidó su compromiso con la equidad y la transparencia mediante un análisis exhaustivo de su estructura salarial basado en un proceso de **job grading transversal**. Esta iniciativa no se limitó a una comparativa de mercado, sino que permitió auditar la equidad interna y la competitividad externa de la Propuesta de Valor al Empleado (EVP) en todas sus dimensiones.

El objetivo estratégico ha sido doble: por un lado, garantizar una estructura de salarios base fundamentada en la transparencia e igualdad efectiva; actuando de forma proactiva ante las exigencias de la **Directiva Europea de Transparencia Retributiva**, y por otro, evolucionar hacia un modelo de compensación holístico alineado con las nuevas normativas y las expectativas de un mercado laboral dinámico.

Como pilar fundamental de esta **estrategia de bienestar integral** para dar respuesta a las expectativas del equipo, a finales de 2024 se lanzó una nueva plataforma de **Retribución Flexible** accesible para el 100% de la plantilla. Esta herramienta no solo optimiza la gestión de beneficios tradicionales, sino que actúa como motor de eficiencia fiscal y ahorro directo para el empleado. A través de soluciones como el cheque guardería, la tarjeta transporte y el servicio de salario bajo demanda (adelanto de nómina), Lidl España refuerza su compromiso con la conciliación y la autonomía financiera de sus equipos, consolidando un paquete de beneficios que se adapta a las diversas etapas vitales de colaboradores y colaboradoras.

Protección social

La protección social se recoge según la legislación española y los requisitos de la Seguridad Social para todos los asalariados y asalariadas. [\(S1-11_06\)](#) [\(S1-11_07\)](#)

Como complemento, Lidl España establece las siguientes medidas en el caso de enfermedades [\(S1-11_01\)](#) [\(S1-11_02\)](#) [\(S1-11_03\)](#) [\(S1-11_04\)](#) [\(S1-11_05\)](#):

- En la primera baja del año natural, Lidl España se hará cargo del abono del 100% del salario real fijo durante los tres primeros días.
- Lidl España complementa las prestaciones económicas de la Seguridad Social hasta el 100% del salario real fijo, durante un máximo de doce meses desde el inicio del devengo de la prestación económica correspondiente a la baja de IT.

Formación y desarrollo profesional

La empresa dispone de una serie de programas específicos, que abarcan desde la posición de consultor/a hasta la de director/a, diseñados para cada posición. Estos programas forman parte del plan de formación inicial, que se lleva a cabo durante el primer año de incorporación a Lidl España (para nuevos empleados y empleadas) o en el primer año tras la promoción a una nueva posición. Las siguientes son las posiciones y programas correspondientes:



Gerentes



Jefes y jefas de ventas



Jefe y jefas de equipo



Jefes y jefas de departamento



Consultores y consultoras senior



Consultores y consultoras

Políticas y programas de formación

Lidl España tiene como objetivo acompañar y respaldar tanto a las personas que se incorporan por primera vez al mercado laboral como a quienes ya cuentan con una amplia experiencia en la organización, promoviendo su formación y desarrollo continuo. Esta política, cuya implantación y supervisión corresponde al Consejo Administrativo como máximo órgano de gobierno, busca impulsar el crecimiento profesional de los equipos y asegurar un aprendizaje constante.

En coherencia con este compromiso, Lidl España desarrolla programas formativos específicos para cada puesto de trabajo dirigidos a su personal propio. Estos programas fortalecen las competencias técnicas necesarias para cada función e incorporan, además, habilidades transversales esenciales, como el liderazgo y la gestión de equipos y proyectos.

Desde su incorporación, cada persona recibe un plan de formación detallado y personalizado, complementado con el acompañamiento de su responsable y de su equipo. A ello se suma un sistema de tutoría mediante el cual se asigna un tutor o tutora desde el primer día, facilitando la integración en la empresa, el departamento y el equipo de referencia.

La compañía utiliza la plataforma digital *Success Factors Learning (SFL)* para gestionar toda la formación interna. A través de esta herramienta se garantiza el cumplimiento de las formaciones legales y obligatorias desde el inicio de la relación laboral y durante todo el ciclo profesional. La plataforma sirve también como soporte para la formación eLearning y permite monitorizar el grado de cumplimiento de los Planes de Formación Inicial y de las formaciones legales y obligatorias.

A continuación, se muestra el número de horas de formación por clasificación profesional y sexo en 2025:

Número medio de horas de formación* (S1-13_03)		
Género	2024	2025**
Hombre	19,22	21,61
Mujer	14,86	15,99
Otros	0	0
Sin especificar	0	0

*Las horas de formación se han calculado frente al total de trabajadores/as de Lidl España (20.895) incluyendo al personal en prácticas.

**No se han tenido en cuenta 10.043h para el total de horas debido a que los formados/as causaron baja antes del cierre del ejercicio del año 2025.

Número total de horas de formación por género* (S1-13_03)		
Género	2024	2025**
Hombre	121.761	143.429
Mujer	198.359	227.991
Otros	0	0
Sin especificar	0	0
Total	320.120	371.420

*Las horas de formación se han calculado frente al total de trabajadores/as de Lidl España (20.895) incluyendo al personal en prácticas.

**No se han tenido en cuenta 10.043h para el total de horas debido a que los formados/as causaron baja antes del cierre del ejercicio del año 2025.

Número de horas de formación en sala y acompañamiento de prácticas en tienda*		
Grupo profesional	2024	2025**
Grupo I	92.179	71.669
Grupo II	87.512	142.481
Grupo II	140.429	157.269
Total	320.120	371.420

*Las horas de formación se han calculado frente al total de trabajadores/as de Lidl España (20.895) incluyendo al personal en prácticas.

**No se han tenido en cuenta 10.043h para el total debido a que los formados/as causaron baja antes del cierre del ejercicio del año 2025.

En materia a la prevención y detección de la corrupción y el soborno, se realiza una formación específica, descrita ésta en el apartado *formación en Compliance*.

Gestión del talento

La política de formación incluye también la gestión del talento individual y colectivo, considerada una herramienta fundamental para promover un entorno de trabajo motivador y de alto rendimiento. El objetivo principal es identificar fortalezas y áreas de mejora, proporcionando retroalimentación constructiva y personalizada.

Cada año, Lidl España lleva a cabo el Ciclo de Talento, un seguimiento colectivo del desempeño y del potencial del equipo dentro de cada departamento. Tras esta evaluación grupal, cada responsable mantiene una reunión individual con cada persona a su cargo para compartir el feedback, establecer un plan de desarrollo individual y orientar futuras decisiones profesionales, como promociones o movimientos horizontales. A través de este proceso se identifican perfiles con potencial para asumir nuevas responsabilidades.

Para el año 2025, los datos de participación para ambas acciones han sido los siguientes (*S1-13_02*):

Género	Ciclo de talento	Representatividad plantilla*
Hombre	5.209	26,47 %
Mujer	10.426	52,97 %
Otros	0	0,00
Sin especificar	0	0,00
Total	15.635	79,44 %

*El porcentaje de representatividad de la plantilla se calcula sobre los asalariados de la empresa a fecha de marzo 2025 (19681 asalariados), no incluyendo al personal en prácticas. En general los datos se refieren al periodo en el que se realiza el Ciclo de Talento anualmente (01/12 - 31/03) y cuentan para el siguiente año en curso.

Además, se realiza periódicamente la encuesta Leadership Feedback, una iniciativa clave para el desarrollo del liderazgo que combina la autovaloración con la valoración del equipo, permitiendo detectar oportunidades de mejora y reforzar estilos de liderazgo efectivos.

Programas de desarrollo

Lidl España impulsa diversos programas diseñados para fomentar el crecimiento profesional en distintas posiciones y para promover el aprendizaje continuo.

Destacan los siguientes:

- **Programas Duales:** para el grupo empresarial, de origen alemán, la formación dual cuenta con una larga tradición y es un modelo de referencia. La empresa es pionera en la implantación de Programas Duales y tienen una experiencia de más de 20 años en el desarrollo de Estudios Universitarios Duales.
- **Acreditaciones profesionales:** la empresa lanzó este proyecto en 2020 para acreditar las competencias profesionales de Gerentes de Tienda que llevan un mínimo de 3 años de antigüedad en su puesto de trabajo, con el fin de reconocer el talento interno, poner en valor y acreditar oficialmente la formación y experiencia adquirida y además contribuir a la profesionalización del sector.
- **Programas de Desarrollo Internacional:** implementados en Lidl España desde el 2010, tienen como objetivo desarrollar las competencias personales, sociales y directivas de sus empleados y empleadas mediante la inmersión en el negocio de otros países Lidl España, con la intención de adquirir experiencia laboral internacional, crear una red de contactos internacionales, mejorar conocimientos técnicos, aprender otros idiomas y ampliar horizontes culturales.

CONSUMIDORES Y CONSUMIDORAS

En Lidl España, las personas consumidoras son el eje sobre el que se construye toda la estrategia empresarial. Su experiencia, necesidades y expectativas son elementos clave en el diseño y evolución del modelo de negocio, enmarcado en un firme compromiso con la sostenibilidad, el fomento de la salud, la accesibilidad y el respeto por los Derechos Humanos. En este apartado se incluirá tanto a las personas consumidoras directas (responsables de realizar la compra) como indirectas (personas que consumen el producto sin realizar la compra) (S4.SBM-3_01).

Lidl España integra de forma transversal criterios de sostenibilidad en su actividad, alineando sus prácticas con los principales estándares internacionales. Esta visión se materializa en planes estratégicos que buscan generar un impacto positivo tanto en la sociedad como en el entorno, adaptando constantemente la oferta y los servicios a las nuevas demandas de los consumidores y consumidoras.

En definitiva, Lidl España impulsa un modelo de negocio orientado a ofrecer productos responsables con la mejor calidad y al mejor precio, con el objetivo de evolucionar continuamente hacia una oferta más saludable y respetuosa con el entorno.

Políticas relacionadas con los consumidores y consumidoras

Lidl España desarrolla una serie de políticas destinadas a sus usuarios y usuarias finales, siendo el Consejo de Administración el nivel más alto de la organización responsable de la aplicación de estas políticas. Las siguientes políticas son de aplicación constante, realizando un seguimiento continuo y aplicando acciones siempre que se considere necesario, principalmente en respuesta a reclamaciones de consumidores, pero sin objetivos cuantificables, ya que el propósito principal es lograr la satisfacción final del consumidor: (S4-1_01) (S4.MDR-P_01-06)

Política de atención al cliente

El departamento de Atención al Cliente es responsable de recopilar y reportar los datos de los contactos recibidos a través de todos los canales disponibles. Los contactos se clasifican en las siguientes categorías: consulta, queja o elogio, y se especifica el tipo de consulta relacionada con cada uno de los casos, incluyendo un resumen de los contactos registrados hasta el momento del reporte, con ejemplos visuales (principalmente de comentarios en redes sociales), para analizar la magnitud del asunto tratado. (S4-3_04).

Esta política tiene como objetivo poner a consumidores y consumidoras en el centro de la estrategia de Lidl España, por eso se pone a su disposición diferentes canales mediante los cuales poder dirigirse directamente a la empresa. De esta manera se asegura la protección de la seguridad y salud de los consumidores y protege la reputación de la empresa, siendo dos impactos positivos materiales para Lidl España, dando un seguimiento de manera continuada al ser un canal abierto y revisado diariamente.

Además, mantienen canales de retroalimentación accesibles, a través de los cuales las consumidoras y consumidores pueden expresar sus preocupaciones.

Alimentación Consciente

El objetivo principal de esta política es promover un consumo de productos saludables y sostenibles, ofreciendo una amplia variedad a precios competitivos. La estrategia de alimentación consciente de Lidl España se apoya en tres grandes pilares: alimentación saludable, alimentación sostenible, transparencia y capacitación. La seguridad alimentaria y el control de calidad es otra parte importante dentro de la Alimentación Consciente, trabajando únicamente con proveedores certificados con algunos de los estándares más exigentes en este aspecto. De esta manera se asegura la protección de la seguridad y salud de los consumidores y consumidoras, se da accesibilidad a información de calidad, se fomentan hábitos saludables en la infancia, se asegura la disponibilidad de productos y aplicación de precios justos, además de proteger la reputación de la empresa, siendo estos impactos materiales para Lidl España, llevando un seguimiento continuado de la eficacia de la política.

(S4.MDR-T_01-13) (S4-5_01) (S4-5_02): (S4-5_03).

Lidl España está firmemente comprometido con la promoción de hábitos de vida saludables entre sus consumidores y consumidoras. Esta política se encuentra en la [página web de Lidl España](#) para cualquier parte interesada.

Para cumplir con su objetivo de promover un consumo de productos saludables, la empresa está adherida a la Estrategia NAOS (Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad) de la AECOSAN, convirtiéndose en octubre de 2020 en el primer supermercado de España en alcanzar este objetivo gracias a la colaboración de sus proveedores, reformulando el 10% de su surtido de alimentación de marca propia, y continúa exigiendo el cumplimiento de los límites establecidos en esta estrategia. Además, Lidl España se ha marcado un objetivo más ambicioso desde 2015: reducir hasta un 20% el contenido de azúcar y sal en su surtido hasta 2025. No obstante, el dato relativo a esta reducción no estará disponible hasta junio de 2026. Desde 2013, la empresa también es firmante del Código PAOS, que regula la publicidad de alimentos y bebidas dirigida a menores con el fin de prevenir la obesidad y promover la salud. Este código establece principios éticos que guían a las empresas adheridas en la creación, ejecución y difusión de sus mensajes publicitarios dirigidos a niños, con el objetivo de evitar la presión publicitaria excesiva y fomentar un entorno más saludable.

(S4.SBM-3_07)

En línea con su compromiso con la alimentación consciente y frente al reto global de la obesidad infantil, la empresa cuenta con políticas específicas y objetivos propios en torno al marketing dirigido a menores. Desde 2023, ha eliminado la publicidad de alimentos infantiles de marcas propias que no se ajustan a un perfil nutricional saludable en televisión, radio, redes sociales y folletos, exceptuando únicamente campañas estacionales puntuales (Navidad, Pascua o Halloween).

En cuanto al envasado, la compañía está eliminando progresivamente los diseños infantiles (como personajes animados o colores llamativos) en los productos que no cumplen los criterios de alimentación saludable. Durante 2025, esta medida ya se ha hecho efectiva en más de 50 artículos de marca propia, estableciendo el compromiso de superar los 60 artículos adaptados para enero de 2026. Con esta iniciativa, que evalúa su desempeño de manera continuada, la empresa promueve elecciones de consumo más saludables y se anticipa voluntariamente a futuras regulaciones nacionales en la materia.

(S4.MDR-P_01-06) (S4.MDR-P_01-07) (S4-4_04) (S4.SBM-3_05) (S4.SBM-3_07)

Compromisos con la calidad de fruta y verdura

Como nueva medida, Lidl España es el primer supermercado en España, certificado por AENOR desde mayo 2025, con el sello *Compromiso con la calidad de fruta y verdura* en sus 140 referencias. Este certificado garantiza sostenibilidad (cultivo certificado en más del 90% de proveedores), frescura, apoyo al origen nacional y la eliminación del transporte aéreo.

Lidl España ha consolidado su firme compromiso durante el 2025, con una cadena de suministro agrícola responsable, alcanzando la práctica totalidad de la certificación GLOBAL G.A.P. (99,37%) entre sus proveedores de fruta y verdura. Dando un paso más en esta exigencia, la compañía impulsa la aplicación del módulo adicional GRASP para garantizar de forma estricta el respeto a los derechos humanos y laborales en el campo. A cierre de 2025, el 93,42% de estos proveedores ya operan bajo este exigente estándar social, avanzando con paso firme hacia el objetivo irrenunciable de cobertura total.

Los principales compromisos certificados de fruta y verdura en Lidl:

- **Origen y producción sostenible:** Garantía de que más del 90% de sus proveedores utilizan sistemas de cultivo certificado, con el objetivo de llegar al 100%.
- **Global G.A.P.** en fruta de verano: Todo el conjunto de proveedores nacionales de fruta de verano cuenta con certificación Global G.A.P. y Good Agricultural Practices para la biodiversidad.
- **Sostenibilidad Logística:** Compromiso firme de no utilizar transporte aéreo para el suministro de frutas y verduras.
- **Oferta Bio y calidad:** Presencia diaria de referencias BIO (ecológicas) y altos estándares de frescura.
- **Reducción de desperdicio:** Iniciativas como la "bolsa antidesperdicio" han evitado más de 1.500 toneladas de desperdicio de frutas y verduras

Estos compromisos se aplican en el marco de una fuerte apuesta por la huerta española, siendo Lidl uno de los principales compradores de frutas y verduras nacionales.

Actuaciones, recursos y metas relacionadas con consumidores y consumidoras

Desde el área legal de Lidl España, se implementan diversas medidas para prevenir, mitigar o reparar las incidencias negativas en relación con los consumidores y consumidoras, asegurando a su vez de la mano de los departamentos responsables el cumplimiento de la normativa vigente (S4-4_05) (S4-4_06) (S4-4_07) (S4-4_08) (S4-4_09):

- Asesoramiento y apoyo jurídico continuo a las áreas de ventas, compras, atención al cliente, publicidad y marketing, entre otras.
- Seguimiento normativo relacionado con las consumidoras y consumidores se lleva a cabo mediante la elaboración de un boletín legal y la confección de informes sobre los impactos de las normas que afectan a los consumidores. Este documento recopila la legislación más relevante y analiza su potencial impacto en la empresa, con el fin de que se adopten las medidas oportunas. Adicionalmente, Lidl España colabora activamente en el grupo de trabajo legal de la asociación a la que pertenece y participa en diferentes foros formativos centrados en áreas de interés clave, donde se abordan aspectos interpretativos de la ley y donde se defiende la transparencia y la seguridad jurídica.

- Gestión de incidentes en colaboración con otras áreas para prevenir repercusiones negativas para los consumidores, minimizando el impacto en un público más amplio, especialmente en ámbitos como la publicidad. Con carácter general, la comunicación de estos aspectos a los responsables de las áreas se realiza a través de correos electrónicos, informes y reuniones, según sea necesario.
- Comunicación con la administración pública y con las áreas como Atención al Cliente, calidad, marketing para informar sobre las medidas adoptadas en caso de incidentes, prevenir incumplimientos y evitar sanciones. El área legal de Lidl España pone su enfoque en minimizar los riesgos y el impacto negativo sobre los consumidores y consumidoras.
- Evaluación de la eficacia de las medidas mediante el control de los requerimientos derivados de actas de inspección y/o incoación de expedientes, lo cual permite evaluar el riesgo preventivo, planificar la estrategia de defensa y aplicar medidas destinadas a evitar situaciones análogas.

La empresa cuenta con las siguientes evidencias para garantizar los cumplimientos y asegurar que las prácticas propias no causan ni contribuyen a impactos negativos materiales en consumidores y consumidoras (S4-4_10).

Boletín legal.

Archivos con actas y sanciones, utilizados para evaluar riesgos.

Informes detallados de cada expediente, con indicación de las medidas adoptadas.

Comunicaciones a la dirección y responsables de áreas cuando es necesario.

Asesoramiento legal continuo.

Participación en grupos de interés (Grupo de Trabajo Legal de ASEDAS).

Procesos para colaborar con los consumidores y consumidoras en materia de incidencias

(S4-2_01) (S4-2_06) (S4-2_07) (S4.MDR-P_01-06)

Lidl España pone a todos sus clientes y clientas en el centro de su estrategia, por ello, el servicio de atención al cliente realiza cada año grandes esfuerzos por ofrecer las mejores soluciones a todas aquellas personas que se ponen en contacto con la empresa.

El departamento de Atención al Cliente recibe comunicaciones relacionadas con quejas y reclamaciones, pero también con dudas y comentarios positivos hacia la empresa, sus productos y sus profesionales.

Para fomentar la colaboración directa, Lidl España dispone de los siguientes canales (S4-2_02):



WhatsApp



LiA Asistente Virtual

Permite al consumidor chatear 24/7 con el asistente virtual.



Formulario Web



Instagram



Facebook Messenger



Twitter



Teléfono

Servicio de Atención al Cliente disponible de lunes a sábado de 9 a 20 horas, teléfono 900 958 311. Llamadas gratuitas dentro del estado español.

Además, tal y como se describe en el capítulo de Análisis de Doble Materialidad, Lidl España consulta anualmente a sus consumidores y consumidoras para integrar sus expectativas en la estrategia de sostenibilidad. Los resultados de estas consultas se elevan a los órganos de dirección, sirviendo de base para actualizar el enfoque de la empresa y evaluar la eficacia de los canales de participación establecidos (S4-2_01) (S4-2_02) (S4-2_04) (S4-2_05).

Para dar respuesta a las necesidades de personas que puedan encontrarse en situación de especial vulnerabilidad (como aquellas afectadas por la brecha digital), Lidl España cuenta con una diversidad de canales de comunicación gratuitos. La combinación de la línea de atención telefónica directa con el portal de ayuda digital permite a la compañía asegurar una asistencia inclusiva y sin barreras para todos los perfiles de consumidores (S4-2_07).

El compromiso de Lidl España es el de intentar ofrecer una solución satisfactoria lo antes posible, ofreciendo una respuesta automática en los primeros minutos de la consulta , dejando así ésta registrada, y asegurando un máximo de 48 horas donde se comunicará el estado en el que se encuentra la gestión de la consulta.

En el año 2025 se registraron un total de 783.933 comunicaciones (incluyendo casos de clientes y clientas, consultas, sugerencias y reclamaciones), de las cuales 360.764 son reclamaciones globales. Del total de reclamaciones globales, un 99,5% se consideran no graves, es decir, no están relacionadas con daños para la salud o bien no existe una reincidencia de reclamaciones por parte de un/a mismo/a cliente/a en un punto de venta concreto.

Es importante mencionar que, en 2025, Lidl España ha sido galardonado de nuevo como Servicio de Atención al Cliente del año en la categoría de Gran Distribución. (S4-3_05)



Protección de datos

(S4.MDR-P_01-06)

Para garantizar el cumplimiento de la normativa de protección de datos, Lidl España cuenta con un Departamento de Protección de Datos y un Delegado de Protección de Datos interno que apoyan a las diferentes áreas en todo lo relativo al cumplimiento de la protección de datos. Además, Lidl España tiene implementado un programa de cumplimiento que tiene como objetivo evitar los riesgos a través de la implementación de medidas:

- Documentar y asegurar las transferencias de datos
- Realizar auditorías en materia de protección de datos internas y a sus proveedores encargados de tratamiento
- Definir medidas técnicas y organizativas apropiadas para garantizar un nivel adecuado de protección del tratamiento de datos personales
- Cumplir con la obligación de documentar todos los tratamientos de datos personales en un Registro de actividades de tratamiento de datos de carácter personal
- Asegurar los derechos de protección de datos de los interesados
- Gestionar brechas de seguridad
- Realizar análisis de riesgos en materia de protección de datos

Para mitigar posibles riesgos para los derechos y libertades de las personas, se llevan a cabo evaluaciones de impacto sobre la privacidad cuando es necesario. Lidl España tiene diferentes políticas de privacidad.

- Consumidores y consumidoras. En la página web de Lidl España, se encuentra la Política de Privacidad que aplica a las personas consumidoras. Esta tiene como objetivo informarles de forma transparente sobre el tratamiento de sus datos personales.
- Personas trabajadoras, se informa de todos los tratamientos personales a través de la política de privacidad para la plantilla que, entre otras, se encuentra disponible en la intranet de Lidl España.
- Empresas proveedoras. Como medida principal Lidl España incluye en los contratos una cláusula sobre el tratamiento de los datos personales, pudiendo solicitarse la firma de contrato de encargo de tratamiento de datos. En dicho contrato se incluye un anexo que hace referencia a las medidas técnicas y organizativas que tiene que implementar el proveedor para realizar el servicio.

COMPROMISO CON LA COMUNIDAD Y DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Desde hace años, Lidl España colabora con diferentes entidades que ayudan a los colectivos más vulnerables y a la preservación del medio ambiente.

La empresa participa desde hace años en el proyecto de la Gran Recogida de Alimentos promovida por FESBAL (Federación Española de los Bancos de Alimentos) en la que han conseguido recaudar miles de kilos de alimentos para los colectivos más desfavorecidos del país, haciendo a su vez contribuciones económicas a distintas fundaciones y entidades sin ánimo de lucro por valor de 103.828,86€.

Como parte de estas contribuciones, cabe destacar la iniciativa 'Pan 100% solidario', en la que pusieron a la venta un set de panecillos rústicos y donaron el precio íntegro del producto a los Bancos de Alimentos.

Por otra parte, Lidl España forma parte de varias asociaciones que defienden los intereses del sector comercio, su sector específico y, por ende, de la empresa. Estas son las siguientes:

	ASEDAS (Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados). Se encargan de mejorar día a día la forma en que sirven a sus clientes y clientas, ofreciendo un surtido completo, variado, de calidad, seguro y a precios competitivos en un modelo de proximidad equilibrada, accesible, circular y digital al servicio de las personas consumidoras. Todo ello respetando los valores del comercio como actividad al servicio de la sociedad, al tiempo que abordan los grandes retos medioambientales, económicos y sociales del futuro.
	ASUICAN (Asociación Supermercados Islas Canarias). Trabaja las prioridades en materia de sostenibilidad de la producción de los alimentos, la seguridad alimentaria, competitividad del sector y gestión de crisis.
	ASODIB (Asociación de Distribuidores de las Islas Baleares). Su función fundamental es la de trabajar prioridades en materia de sostenibilidad, horarios comerciales y la competitividad del sector
	ASUPEX (Asociación de Supermercados en Extremadura). Se encarga del trabajo con prioridades en materia de horarios comerciales, Zonas de Gran Afluencia Turística y Gestión de Crisis.
	AHK. Su función principal es la de fomentar las relaciones económicas hispano-alemanas, así como representar los intereses de sus empresas asociadas.

	AECOC (Asociación de Fabricantes y Distribuidores). Reúne a todos los agentes de la cadena de valor, desde productores y fabricantes, a operadores logísticos y distribuidores. Una asociación multisectorial que abarca empresas de Gran Consumo, HORECA, Salud, Ferretería y Bricolaje y Electrónica de consumo, entre otros sectores, y que trabajan en colaboración para aportar mayor valor a los consumidores y consumidoras. Tienen vocales en 12 comités de sus 18 (durante el 2024 no han estado representados en su Junta Directiva)
	CEOE (Confederación Española de Organizaciones Empresariales). Es la principal representante de las empresas en España ante la Administración, los organismos del Estado, las organizaciones sindicales, los partidos políticos y las instituciones internacionales. En Europa, CEOE es miembro activo de Business Europe, que agrupa a las asociaciones empresariales de todo el continente. Están representados en 1 de sus 25 comisiones: la Comisión de Competitividad, Comercio y Consumo – C4: Elaboración y presentación de propuestas a los órganos de gobierno de CEOE en el ámbito del comercio interior, para su posterior defensa ante las Administraciones Públicas y otras instituciones.
	CEIM (Confederación Empresarial de Madrid) es la confederación de los empresarios madrileños. Está constituida por más de 150 organizaciones empresariales, tanto sectoriales como territoriales. Los propósitos de CEIM son principalmente fomentar y defender el sistema de la libre iniciativa privada en el marco de la economía libre de mercado, considerando la empresa privada como núcleo básico de creación de riqueza y de prestación de servicios a la sociedad, así como promover el desarrollo empresarial en beneficio del interés general y específicamente contribuir al desarrollo y bienestar de la Comunidad de Madrid.
	Foment del Treball Nacional es la confederación que representa desde 1771 a los empresarios y a la potente industria catalana. Como organización independiente, privada, sin ánimo de lucro, acogida al derecho constitucional y legal de asociación de los empresarios, se rige con criterios democráticos por representantes libremente elegidos.

Como parte de su membresía y colaboración con las mismas, la empresa ha abonado las siguientes contribuciones económicas:

- AECOC: 1.777€.
- AHK: 450€.
- ASEDAS: 172.984€.
- ASODIB: 5.145€.
- ASUICAN: 8.528€.
- ASUPEX: 700€.
- CAEA: 12.000€.
- CEOE: 14.520€.
- CEIM: 13.163,34€.
- FOMENT: 6.556,36€.
- APRI: 1.200€.
- WIR: 3.050€.

Governanza

GOBERNANZA

En este último apartado, en el que se comentarán los principales asuntos materiales relacionados con la Gobernanza de Lidl España y sus políticas, se recogen como en los anteriores una breve definición de estos, pudiendo profundizar en la tabla del Anexo I.I, donde se recogen todos aquellos IROS relacionados con cada uno de los asuntos materiales.

En los siguientes puntos se incluirán las estrategias de mitigación para los impactos negativos identificados dentro de los siguientes temas materiales correspondientes al apartado de gobernanza en Lidl España (GOV-5):

- Cumplimiento normativo
- Diálogo con los Grupos de Interés
- Seguridad alimentaria

Cumplimiento normativo

(SBM-03_01) (SBM-03_03) (SBM-03_04) (SBM-03_05) (SBM-03_06) (SBM-03_07) (SBM-03_8) (SBM-03_09) (SBM-03_10), (SBM-03_11) (SBM-03_12).

Lidl España ha identificado varios impactos materiales clave relacionados con el cumplimiento normativo, contando estos con una actuación continua y sostenida en el tiempo para asegurar siempre el cumplimiento de las legislaciones vigentes. De esta manera se pretende potenciar los impactos positivos relacionados con el asunto material y reducir los negativos, ya sean de carácter interno o externo, siendo continuados debido a la actividad de la empresa y considerándose relevantes a medio o largo plazo.

A través de su compromiso con la sostenibilidad y el cumplimiento ético, Lidl España se centra en mejorar su imagen en el mercado, lo que se traduce en una mayor lealtad de los clientes y una posición más sólida frente a la competencia, lo cual refuerza la preferencia de las personas consumidoras por la empresa consiguiendo el fortalecimiento de la reputación y la marca corporativa. Lidl España también ha trabajado en el refuerzo de la cultura ética y el cumplimiento dentro de la organización. La empresa ha implementado políticas para asegurar que sus empleados y empleadas, socios y empresas proveedoras cumplan con los más altos estándares éticos, fomentando una cultura de integridad y responsabilidad.

Otro de los temas que afecta a la empresa es asegurar la detección temprana de irregularidades y problemas internos. Lidl España ha implementado mecanismos internos robustos que permiten identificar posibles problemas antes de que escalen, lo cual ayuda a reducir riesgos operativos y legales. De esta manera se asegura la transparencia dentro de la organización y el cumplimiento de las normativas aplicables, estableciendo programas de formación para prevenir estas prácticas indebidas. Actualmente, Lidl España ya cuenta con sistemas avanzados de monitoreo y control, y continuará fortaleciendo estos mecanismos en los próximos años.

Dentro de la preocupación que tiene Lidl España por el cumplimiento normativo, el bienestar animal es otro de sus focos de trabajo. La empresa ha implementado medidas rigurosas para asegurar que los animales sean tratados de manera ética y respetuosa durante todas las fases de su cadena de suministro.

La empresa también ha seguido trabajando en la reducción de los riesgos asociados a proveedores no conformes, asegurándose de que estos cumplan con los estándares éticos, medioambientales y de calidad establecidos. Actualmente, Lidl España realiza auditorías periódicas y gestiona de forma proactiva los riesgos asociados a sus proveedores. Junto a ello, y en relación con las interrupciones en la cadena de suministro, se ha identificado que la dependencia de proveedores específicos, junto con otros factores externos como fenómenos climáticos o crisis en el suministro de materias primas, podría generar vulnerabilidades que afecten a la continuidad de las operaciones, comprometiendo así la resiliencia de la cadena de suministro. La empresa trabaja de la mano con su red de proveedores extendiendo sus compromisos en materia de sostenibilidad y estableciendo medidas preventivas que contribuyen a la continuidad del negocio y a la estabilidad operativa.

La corrupción es otro de los temas en los que Lidl España ha tomado medidas para evitar casos relacionados. La empresa recoge en el apartado *Prevención y detección de la corrupción y el soborno*, las políticas y medidas preventivas para evitar cualquier tipo de conducta corrupta dentro de la organización o en sus relaciones comerciales. Lidl España ha establecido procesos internos, formación continua sobre ética empresarial y un canal de denuncias para detectar y prevenir cualquier irregularidad. La empresa continuará vigilando y reforzando sus políticas, con el objetivo de asegurar que sus operaciones se desarrollen de manera ética y en cumplimiento con las normativas locales, europeas e internacionales.

Diálogo con los Grupos de Interés

(SBM-03_01) (SBM-03_03) (SBM-03_04) (SBM-03_05) (SBM-03_06) (SBM-03_07) (SBM-03_8) (SBM-03_09) (SBM-03_10), (SBM-03_11) (SBM-03_12)

El compromiso de Lidl España con el diálogo con los grupos de interés se describe en el capítulo del apartado Social '*Compromiso con la comunidad y diálogo con los grupos de interés*'.

Bajo este contexto, Lidl España ha trabajado en la mejora de la integridad y la transparencia, creando un ambiente de trabajo ético y confiable, que aumentará la confianza de la plantilla en la gestión y a su vez, podrá reducir riesgos legales y reputacionales. La empresa se compromete a fomentar una cultura organizacional basada en la ética, la transparencia y la responsabilidad, lo que contribuye no solo a un ambiente de trabajo más positivo, sino también a la reducción de riesgos legales y reputacionales. La empresa continuará invirtiendo en la formación y el bienestar de su personal en los próximos años.

Finalmente, Lidl España ha puesto énfasis en asegurar una comunicación bidireccional y transparente con los grupos de interés, incluyendo empleados, empleadas, clientes, clientas, empresas proveedoras, medios de comunicación, asociaciones y ONG. Este enfoque de transparencia fortalece la confianza en los grupos de interés, lo que se traduce en una mayor lealtad y una mejor imagen pública. La empresa ha trabajado para establecer canales de comunicación efectivos y ha implementado diversas iniciativas que promueven la retroalimentación constante de los grupos de interés. A futuro, Lidl España continuará promoviendo un diálogo abierto y transparente, lo cual fortalecerá la relación con sus grupos de interés y consolidará su imagen como una empresa comprometida con la sostenibilidad.

Seguridad alimentaria

(SBM-03_01) (SBM-03_03) (SBM-03_04) (SBM-03_05) (SBM-03_06) (SBM-03_07) (SBM-03_8) (SBM-03_09) (SBM-03_10), (SBM-03_11) (SBM-03_12).

En el apartado *Seguridad Alimentaria*, se dará especial énfasis a tratar todos los puntos sobre este tema.

CONDUCTA EMPRESARIAL

Políticas relacionadas con la conducta empresarial

Órganos de gobierno

Para garantizar el cumplimiento de los objetivos en materia de conducta empresarial, Lidl España cuenta con un modelo de gobernanza transversal. Este modelo integra los criterios éticos y de conducta en el trabajo diario y en la toma de decisiones de todas las áreas funcionales de la empresa, lo que permite implementar medidas efectivas y gestionar los riesgos de forma integral.

La máxima responsabilidad sobre la supervisión de la conducta empresarial recae en la Dirección General y el Consejo de Administración de Lidl España. Son estos Órganos de Gobierno quienes supervisan y actúan sobre las principales cuestiones de conducta (*G1.GOV-1_01*), cuya gestión operativa recae en las áreas especializadas correspondientes (como *Compliance*, Administración y Finanzas, Legal o Compras). Estas cuestiones incluyen:

- Ética y cultura corporativa, integrando entre muchos otros, la lucha contra la corrupción y el soborno, la protección de los denunciantes y el bienestar animal.
- Gestión de las relaciones con los proveedores, incluidas las prácticas de pago y la prevención de la morosidad, especialmente con pequeñas y medianas empresas.
- Actividades y compromisos de la empresa relacionados con la influencia política, incluidas las actividades de los grupos de presión.

Por su parte, la dirección estratégica transversal de la sostenibilidad (ASG) y la coordinación de la información no financiera recaen sobre el departamento de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), integrado en el área de *Corporate Affairs*. El equipo de RSC orquesta el reporte de estos indicadores y su integración en la estrategia global, reportando a la Dirección General, quien revisa y aprueba finalmente los informes.

Para asegurar esta transversalidad, Lidl España cuenta con el Gremio de Responsabilidad Social Corporativa (Gremio RSC), formado por representantes de todas las áreas funcionales. Este gremio colabora estrechamente con el departamento de RSC para alinear las iniciativas de sostenibilidad, mientras que el Comité Ejecutivo es el encargado de dirigir y validar su aplicación. A continuación, se recoge el organigrama general de Lidl España:



Órganos de gobierno. Consejo de Administración.

En línea con las políticas corporativas de la compañía, los procesos de designación para los puestos de alta dirección y del Consejo de Administración promueven la diversidad en términos de trayectoria profesional, edad y género. En el ejercicio de sus responsabilidades, el Consejo vela por el interés general de Lidl España, impulsando la estrategia hacia un modelo de negocio rentable y sostenible a largo plazo.

La solidez directiva de la compañía se apoya en la amplia trayectoria de los miembros de su Consejo. La mayoría de ellos cuenta con más de 15 años de experiencia en sectores industriales y en la gestión integral de negocio. Esto garantiza una visión estratégica global y una alta capacitación para la evaluación de todo tipo de riesgos empresariales.

En relación con la conducta empresarial y las cuestiones de sostenibilidad, el perfil de los consejeros destaca por su consolidada competencia en estrategia corporativa, gestión de riesgos, integridad y cumplimiento normativo.

Para la supervisión específica de los impactos, riesgos y oportunidades (IROs) en materia ASG (Ambiental, Social y de Gobernanza), el Consejo no actúa solo, sino que se apoya en el conocimiento técnico de las áreas especializadas. Esta estructura de reporte directo, complementada con actualizaciones y programas de formación continua cuando es necesario, asegura que el Consejo cuente con el criterio adecuado y actualizado para integrar la sostenibilidad de manera responsable en la toma de decisiones a largo plazo. [\(G1.GOV-1_02\)](#) [\(GOV-1_16\)](#) [\(GOV-1_17\)](#)

La composición actual del Consejo de Administración es la siguiente [\(GOV-1\)](#).

(GOV-1_05); (GOV-1_06); (GOV-1_07)	Hombres	%	Mujeres	%	Otros	%	Sin especificar	%
Miembros ejecutivos	4	37%	2	18%	0	0	0	0
Miembros no ejecutivos*	3	27%	2	18%	0	0	0	0
Total	7	64%	4	36%	0	0	0	0

* Lidl no cuenta con miembros no ejecutivos independientes.

Es importante destacar que el Consejo de Administración es el nivel más alto de la organización responsable de la aplicación de todas las políticas que forman parte de los siguientes apartados.

Política de Compliance (G1-1 10)

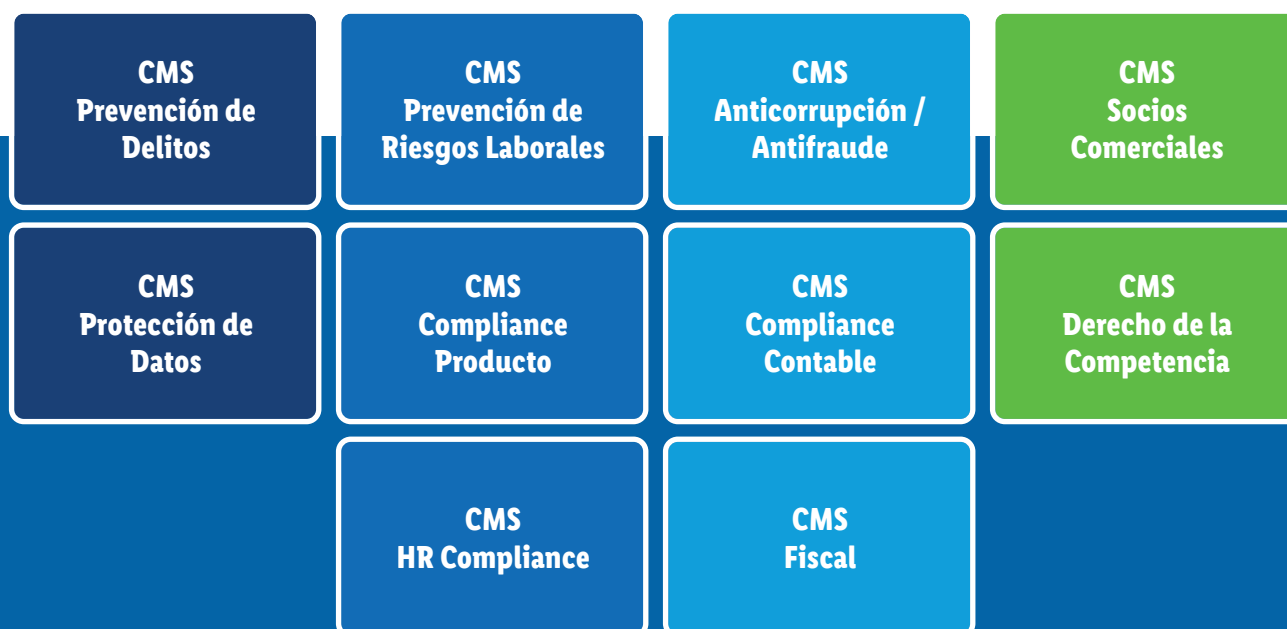
Con el fin de establecer, desarrollar, promover y evaluar su cultura corporativa, Lidl España cuenta con un departamento de Cumplimiento (*Compliance*). Este cuenta con una política que tiene como objetivo identificar y prevenir posibles riesgos para minimizar su impacto, además de detectar y advertir sobre el incumplimiento de normativas, promoviendo al mismo tiempo el buen gobierno.

Este enfoque se basa en el principio empresarial de Lidl España: *cumplimos con las leyes vigentes y la normativa interna*.

Este principio es una máxima obligatoria para todos sus empleados y empleadas, cuyo cumplimiento se debe asegurar desde la propia Dirección. En este sentido, y respecto a la normativa interna y procesos transversales, destacan principalmente el Código de conducta para empleados y empleadas, la Política de actuación ante regalos, invitaciones y otras gratificaciones; la Directriz de gestión de conflicto de intereses; y los procesos de actuación ante subvenciones y registros domiciliarios. Todo ello, se complementa mediante formaciones en materia de *Compliance* que fomentan una concienciación sobre el cumplimiento de la normativa y afianzan una cultura de cumplimiento en la organización.

De este modo, Lidl España cuenta con un Sistema de Gestión de Cumplimiento (*Compliance Management System, CMS*) adecuado y eficaz, que abarca los aspectos clave y los estándares mínimos necesarios para la organización con el fin de garantizar un nivel adecuado de cumplimiento.

En la actualidad, Lidl España establece y desarrolla los siguientes CMS específicos:



Lidl España ha establecido mecanismos robustos para identificar, prevenir y mitigar riesgos de *Compliance*, así como conductas ilícitas o contrarias a la ley y normativa interna (G1-1_01);(G1-1_02). El delegado de *Compliance*, encargado de la implementación y gestión del programa marco de *Compliance*, y los responsables de *Compliance* encargados de implementar y gestionar los distintos programas CMS arriba mencionados, brindan apoyo a los diferentes departamentos de la organización en la identificación de riesgos y la implementación de medidas. Además, estos responsables realizan formaciones periódicas, ofrecen asesoramiento a todos los empleados y establecen medidas de vigilancia y control respecto a sus correspondientes CMS, con el fin de asegurar su cumplimiento. Los valores de la empresa se reflejan tanto en las responsabilidades asumidas como en las normas de comportamiento que guían la actuación diaria de todos los miembros de la organización. Además, Lidl España incorpora en los contratos con sus socios comerciales una cláusula de *Compliance* y un *Código de Conducta para Socios Comerciales* (COCSC), donde estos se comprometen a respetar la normativa vigente y donde se describen los valores y principios fundamentales que se esperan de los socios comerciales en relación con el respeto a los derechos humanos y el medio ambiente.

Adicionalmente, la empresa somete a sus proveedores de marca propia a una auditoría regida por *EcoVadis*, que evalúa su desempeño en aspectos relacionados con la sostenibilidad, la ética empresarial y el cumplimiento de normativas sociales y ambientales. En 2025 ya cuenta con el 93% de sus proveedores auditados.

Lidl España incorpora como parte del contrato con los proveedores de marca propia una Política de Compras Sostenibles (*Sustainability Purchasing Policy*) en la que se detallan todos los objetivos ambientales y sociales que persigue la empresa. Este proceso refuerza el compromiso de Lidl España con la sostenibilidad y la responsabilidad corporativa a lo largo de su cadena de suministro, asegurando que todos los actores involucrados sigan los mismos estándares éticos y legales que guían a la empresa.

Comentar que, debido al compromiso de la empresa con las compras sostenibles, se ha actualizado la política en el ejercicio de 2025, incluyendo nuevos requisitos que se comunicaron a los proveedores en el SPP.

Código de Conducta para los empleados y empleadas

El objetivo de este Código de Conducta es que cada persona que trabaja en Lidl España sea responsable de garantizar el cumplimiento de las leyes, normativas y estándares éticos aplicables en su ámbito de actuación. Para facilitar este cumplimiento, la compañía apoya a las distintas áreas mediante asesoramiento legal especializado, planes de formación continua y la monitorización de las novedades normativas.

En 2025, se ha confirmado 1 incumplimiento de las reglas de conducta recogidas en el Código de Conducta de empleados y empleadas, tomando medidas en consecuencia.



Es un pilar fundamental para Lidl España que toda la plantilla conozca las normativas que aplican a su área de responsabilidad. En este sentido, el equipo directivo y los líderes de equipo tienen la responsabilidad de asegurar que sus colaboradores participen activamente en las acciones formativas asignadas.

Para garantizar su máxima difusión y transparencia, **Lidl España asegura que el Código de Conducta está permanentemente accesible para la totalidad de la plantilla a través de sus canales internos de comunicación corporativa**, incluyendo la Intranet, los manuales operativos de consulta y la aplicación móvil para empleados (*App We are Lidl*).

Adicionalmente, durante el proceso de incorporación (*onboarding*), los nuevos empleados reciben una comunicación específica a través de las plataformas corporativas de Recursos Humanos, mediante la cual revisan y aceptan formalmente el contenido y cumplimiento de este Código.

Existe un Código de Conducta para los socios comerciales, el cual se tratará en el apartado *Gestión de la relación con proveedores*.

Política de Bienestar Animal

(G1-1_09) (G1-1_10)

Dentro de las políticas de compras responsables, el bienestar animal es otra de las prioridades de Lidl España. El objetivo de esta política es el de exigir a sus empresas proveedoras el cumplimiento de buenas prácticas para el cuidado de los animales. En este sentido, la empresa apoya la producción de género de origen animal sin causar dolor, angustia o daño duradero. Esta política se encuentra disponible en la página web de Lidl España.

De esta manera, Lidl España establece las siguientes iniciativas relacionadas con el impacto significativo “garantizar el bienestar animal durante su manipulación en el desarrollo de las actividades”:



Huevos

- La empresa solo distribuye huevos frescos de gallinas libres de jaula. Además, los huevos como ingredientes en los productos de marca propia también cumplen con este criterio (incluyendo los huevos como ingrediente de sus productos).
- Todos los huevos frescos también están certificados con el sello de bienestar animal Welfair.



Leche

- Toda su leche UHT de marca propia cuenta con el sello de bienestar animal Welfair.
- La leche fresca cuenta con la certificación Welfair.



Carne fresca

- Su carne fresca de origen nacional cuenta con el certificado de bienestar animal Welfair.



Pescado, crustáceos y marisco

- Los productos de mar de marca propia cuentan con certificaciones de pesca sostenible siempre y cuando la especie sea certificable. Estas son MSC, ASC, GLOBAL G.A.P Aquiculture, FAD free o el producto se encuentra en un Fishery Improvement Project (FIP).

Lidl España incluye en los contratos con sus empresas proveedoras de marca propia un anexo con su política de compras responsable en la que detalla todos los objetivos que persigue la empresa en materia de sostenibilidad.

Denuncia sobre incumplimientos normativos

(G1-1_02)

Lidl España, gracias a su principio de Tolerancia Cero, se compromete a evitar, reconocer y sancionar de manera sistemática las violaciones de las leyes vigentes y de la normativa interna.

Para ello, la empresa dispone de un sistema para la comunicación de incumplimientos normativos, el Canal de *Compliance*, (S4.3_03) que permite a los empleados y empleadas, así como a cualquier externo (clientes, clientas, socios/as comerciales, etc.) informar sobre posibles infracciones relacionadas con *Compliance*, incluso de manera anónima. Esta comunicación puede realizarse a través del Canal de *Compliance*, que dispone de tres posibles vías de comunicación distintas: (G1-1_13) ;(S4-3_02) (S4.3_04)

Departamento de Compliance:
compliance@Lidl España.es
646 05 17 70*

El Sistema online
BKMS

Abogado/a de
confianza

Toda la información relativa al Canal de *Compliance* se encuentra disponible tanto en la página web de Lidl España (para externos) como en la Intranet, para todos los empleados y empleadas de la organización. Independientemente de la vía de comunicación elegida, el Canal de *Compliance* vela por el respeto a todos los derechos y garantías de los y las denunciantes, siendo estos:



Confidencialidad



Posibilidad de
denuncia anónima



Prohibición de
represalias y protección
al denunciante



Derecho a usar los
distintos medios de
denuncia



Derecho a obtener
respuesta y completar
la denuncia



Derecho a usar otros
canales públicos de
comunicación

Se deberá garantizar el deber de confidencialidad de los instructores, así como la protección del denunciante, especialmente frente a posibles represalias (S4-3_06). Además, se reconocerá el derecho a presentar denuncias de forma anónima (a través de plataformas como BKMS), a utilizar diversos medios para realizar la denuncia (por escrito, telefónica o presencialmente), a corregir o complementar la denuncia, y a recibir una respuesta al concluir la investigación, además de permitir el uso de otros medios públicos de denuncia. (G1-1_05).

Cuando se realiza una denuncia sobre incumplimientos normativos, el departamento de *Compliance* actúa de forma independiente, estando separado de la cadena de gestión implicada en el asunto. El Responsable del Sistema de Información es el Delegado de Compliance, quien se encarga de garantizar la eficacia del sistema interno de información y el cumplimiento de las obligaciones establecidas en la Ley 2/2023. (G1-3_02).

Asimismo, las personas investigadas gozarán de los derechos previstos por la ley en los procedimientos de investigación públicos, destacando el derecho a la defensa, el derecho a la contradicción con respecto a los hechos denunciados, el derecho a presentar las pruebas que consideren pertinentes y el derecho a ser informadas sobre el inicio y los resultados de la investigación, siempre que dicha información no comprometa el éxito de esta.

En la *Directriz Interna para la Gestión de Denuncias sobre Incumplimientos* de la Normativa (Ley 2/2023) se puede encontrar más información sobre los procesos llevados a cabo a la hora de la gestión de las denuncias.

Prevención y detección de la corrupción y el soborno (G1-1_03); (G1-1_10)

Además de su Código de Conducta para empleados y empleadas, Lidl España ha implementado un conjunto de políticas clave que forman parte integral de su enfoque anticorrupción, desarrollando estas en los siguientes apartados. Entre estas se incluye la política de gestión de conflictos de intereses, que busca prevenir cualquier situación que pueda comprometer la objetividad de los empleados y empleadas, y la política de regalos, diseñada para evitar la recepción de obsequios que puedan influir en decisiones empresariales, actualizada en el año 2025. Estas políticas se aplican de manera estricta a todo el personal, garantizando que se mantengan altos estándares de transparencia y ética en todas las interacciones.

Además, como parte de su compromiso con la prevención de estas prácticas, la empresa ha desarrollado un programa CMS de Anticorrupción y Antifraude, el cual incluye un sistema detallado para la identificación, evaluación y mitigación de riesgos asociados (G1_3_01). Este programa no solo documenta los riesgos potenciales de corrupción y fraude dentro de la organización, sino que también implementa medidas preventivas y correctivas, así como procedimientos claros para la denuncia de conductas inapropiadas. Este conjunto de políticas y el programa CMS Anticorrupción y Antifraude constituyen una sólida estrategia anticorrupción, asegurando un entorno de trabajo ético y conforme a las normativas legales vigentes. Las políticas arriba referenciadas están a disposición de toda la plantilla en el portal interno para empleados y empleadas. (G1-3_05)

En 2025, no se ha comunicado ninguna condena por violación de las leyes de anticorrupción y antisoborno. (G1-4_01);(G1-4_02)(G1-3_03).

Política de conflicto de intereses

(G1-1 10)

La directriz complementa lo establecido en el Código de Conducta para los empleados y empleadas de Lidl España, específicamente en lo relacionado con la identificación y gestión de conflictos de interés, relacionado con la detección temprana de irregularidades y problemas internos.

El objetivo de esta política es brindar a los empleados y empleadas las herramientas necesarias para que puedan identificar de manera autónoma cualquier posible conflicto de intereses y saber cómo comunicarlo a la empresa. Además, se ofrece a los responsables del empleado o empleada, que esté ante un potencial conflicto de interés, diversas opciones de actuación para proteger tanto los intereses de la empresa como, en la medida de lo posible, los del propio trabajador o trabajadora.

En aquellos casos en que pudiera surgir un conflicto de intereses por la aceptación u ofrecimiento de gratificaciones deberán aplicarse las disposiciones previstas en la *Política de actuación ante regalos, invitaciones y otras gratificaciones*.

Política de actuación ante regalos, invitaciones y otras gratificaciones (G1-1 10)

Lidl España dispone de una directriz de actuación ante regalos, invitaciones y otras gratificaciones, la cual fue actualizada en 2025 para reforzar la transparencia y las buenas prácticas. El objetivo de esta política es la de informar a empleadas y empleados sobre cómo proceder ante regalos, invitaciones y otras gratificaciones, ampliando el principio de *No aceptamos regalos ni gratificaciones de los colaboradores o colaboradoras externas*.

Las gratificaciones ofrecidas con la intención de influir en decisiones profesionales pueden representar riesgos significativos tanto para la empresa como para los empleados o empleadas en particular.

Para proteger a la organización y a su personal de posibles implicaciones legales, se especifican en este documento las disposiciones generales de cumplimiento obligatorio (*Compliance*), que incluyen directrices claras y ejemplos prácticos. Es responsabilidad de cada empleado y empleada familiarizarse con estas disposiciones y cumplirlas estrictamente, abordando varios aspectos clave para garantizar su cumplimiento, como las gratificaciones permitidas y cómo asegurar la transparencia en estos casos.

Formación en Compliance (G1-1 10)

Lidl España utiliza la plataforma digital *Success Factors Learning* (SFL) para la gestión integral de la formación en *Compliance*, recogiendo la metodología en el apartado *Formación y desarrollo profesional*. Entre los empleados y empleadas sujetos a esta formación, también se encuentran los Órganos de Administración y Dirección en materia de lucha contra la corrupción y el soborno (G1-3 08).

La frecuencia de estas formaciones aparece recogida en la plataforma, pero es importante destacar que el departamento de *Compliance* participa en las formaciones de bienvenida de los empleados y en otras sesiones formativas periodificadas a los largo del año.

Código de Conducta para empleados y empleadas*	Formación básica de Compliance	Formación básica de protección de Datos
Formación en Derecho de la Competencia **	Formación en Fraude Contable	Formación básica de Compliance y Protección de datos para tienda y almacén
Formación de Auditoría de Socios Comerciales	Formación de riesgos de Compliance en el área de inmuebles / expansión	Formación en HR Compliance

*Definida como mensaje de la Dirección General en el que se recuerda la importancia de Compliance y la necesidad de cumplir con la normativa interna.

**Como parte del CMS de Derecho de la Competencia. Esta formación se divide en 4 sub-formaciones destinadas a las siguientes áreas de mayor exposición al riesgo: (G1-1_11) Compras, Asociaciones, bienes muebles, Inmuebles/Expansión. (G1-3_05)

De las formaciones anteriormente mencionadas, se hace especial mención a la corrupción y al soborno en la formación básica de *Compliance*, la formación de fraude contable y la formación de riesgos de *Compliance* en el área de inmuebles/expansión.

En la siguiente tabla se recogen el total de horas impartidas para las formaciones que cuentan con información sobre corrupción y soborno para el ejercicio del año 2025:

	Número de horas de formación impartidas	Número de horas de formación ofrecidas
Formación presencial	275,75	275,75
Formación online	6.374,80	6.374,80
Total	6.650,55	6.650,55

En cuanto a contenido en la formación básica de *Compliance*, además de remarcar las normas de conducta, se habla de los distintos CMS de anticorrupción/antifraude indicando cuál es el objetivo: (G1-3_06).

Temas	Evitar la corrupción (soborno, corrupción privada, etc.)
	Evitar el fraude (estafa, robo, etc.)
	Evitar el fraude contable (falsificación de documentos contables)
	Información útil sobre la política interna <i>Política de actuación ante regalos, invitaciones y otras gratificaciones</i>

Lidl España cuenta específicamente con una formación de riesgos de *Compliance* para el área de inmuebles. Los ámbitos de riesgos abordados son el soborno y corrupción con los siguientes temas:

Temas específicos área de inmuebles	Regalos, invitaciones y gratificaciones
	Gestiones de donaciones y patrocinios
	Soborno y corrupción de socios comerciales
	Sobornos relacionados con funcionarios
	Normas para evitar el soborno y la corrupción
	Fraude fiscal, blanqueo de capitales y fraude/deslealtad a la empresa

El porcentaje de cargos en situación de riesgo que se encuentran cubiertos por los programas de formación es del 100% (G1-3_07).

Gestión de la relación con los proveedores

A la hora de establecer una nueva relación con un socio comercial, Lidl España también cuenta con un *Código de Conducta de Socios Comerciales* propio específico para proveedores. El objetivo principal es establecer un marco ético y normativo que guíe las relaciones de la empresa con sus proveedores y colaboradores externos. Los principios implícitos en el Código de Conducta de Socios Comerciales representan los estándares mínimos a la hora de establecer relaciones comerciales. Este se basa en los valores y principios internacionales que se enumeran a continuación, basados en los riesgos de la cadena de suministros:

- ✓ **Declaración Universal de los Derechos Humanos.**
- ✓ **Pacto Mundial de las Naciones Unidas (PMNU).**
- ✓ **Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de las Naciones Unidas.**
- ✓ **Convención sobre los Derechos del Niño de las Naciones Unidas.**
- ✓ **Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer de las Naciones Unidas.**
- ✓ **Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales.**
- ✓ **Organización Internacional del Trabajo (OIT) Declaración Fundamental de Principios y Derechos en el Trabajo.**
- ✓ **Acuerdo climático de París.**

En este Código de Conducta, Lidl España rechaza cualquier forma de trabajo infantil o forzado, así como las violaciones de los derechos humanos y de la legislación laboral en el proceso de producción y entrega de mercancías. Además, regula aspectos como la seguridad laboral, la libertad de reunión, la remuneración justa y la igualdad de trato.

Lidl España ha consolidado su firme compromiso con una cadena de suministro agrícola responsable, alcanzando la práctica totalidad de la certificación GLOBAL G.A.P. (99,9%) entre sus proveedores de fruta y verdura. Dando un paso más en esta exigencia, la compañía impulsa la aplicación del módulo adicional GRASP para garantizar de forma estricta el respeto a los derechos humanos y laborales en el campo. A cierre de 2025, el 98,5%* de estos proveedores ya operan bajo este exigente estándar social, avanzando con paso firme hacia el objetivo irrenunciable de cobertura total.

Lidl España se asoció en 2023 al Foro de Comercio Ético con el propósito de fomentar mejores condiciones laborales dentro del sector agroalimentario en España. Para más información, se puede consultar la política de derechos humanos en la página web de la empresa.

*Quedan excluidos los siguientes productos con origen Canarias: plátano, mango, aguacate y piña.

Influencia política y actividades de los grupos de presión (G1-5_09)

Como principio corporativo fundamental, Lidl España mantiene una posición de estricta neutralidad y no realiza donaciones ni aportaciones, financieras o en especie, a partidos políticos, representantes públicos o campañas políticas.

Para garantizar esta neutralidad y evitar que las donaciones sociales o los patrocinios se utilicen como una vía indirecta de influencia política o como medio para eludir las normativas de Compliance (corrupción o soborno), la compañía aplica directrices muy estrictas:

- **Patrocinios:** Tienen como único fin la promoción de proyectos en áreas como la formación, la cultura, la ciencia, la salud, lo social o lo ecológico. Siempre deben formalizarse mediante un acuerdo escrito que especifique el destinatario, el propósito y garantice una relación justa y transparente entre la aportación de Lidl y la contraprestación recibida.
- **Donaciones:** Solo se otorgan a entidades cuya actividad comprobable esté orientada a fines sociales, medioambientales, científicos o culturales. Se priorizan siempre aquellas organizaciones que cuentan con sellos de calidad y transparencia reconocidos a nivel nacional o internacional.

En este sentido, para asegurar el máximo rigor, Lidl España colabora con la Fundación Lealtad, institución independiente dedicada a analizar y avalar la transparencia y buenas prácticas de las ONG e instituciones sin ánimo de lucro con las que la compañía coopera. (G1-5_09)

Prácticas de pago (G1-6_05)

Con respecto a la prevención del blanqueo de capitales, vinculada a las prácticas de pago, y dentro del CMS Socios/as Comerciales, Lidl España cuenta con un proceso específico en materia de blanqueo de capitales para la prevención de las infracciones en este ámbito de obligado cumplimiento para todos/as los/las empleados/as de la empresa.

En el 2025, Lidl España no tiene ningún procedimiento judicial pendiente por morosidad. (G1-6_04).

Lidl España también cuenta con diversas iniciativas:

Principio de cuatro ojos (doble revisión)

No se realizan pagos en metálico. Existe una caja en las oficinas centrales y las oficinas regionales para pagos en efectivo, pero su uso es excepcional/muy limitado y está procedimentado

En tienda no se aceptan pagos en efectivo iguales o superiores a 1.000 € (cajas limitadas y formaciones)

En todas las áreas de administración y finanzas, se sientan en formato workshop y revisan los flujos, las peticiones de anticipo de pagos, etc., para ver dónde puede haber un fraude

Se controlan las personas que realizan las entregas de efectivo

Existe una plataforma de registro de proveedores/as, donde figuran, entre otros datos, el certificado de titularidad bancaria

De manera puntual, se ha controlado, en función de la lista de países sancionados, si Lidl España colabora con alguna empresa procedente de estos países

El pago a proveedores se realiza a través de plataformas internas y por medio de comunicados de pago firmados. Lidl España dispone de una política de prevención de la morosidad. El objetivo de esta política es establecer una metodología clara para prevenir, gestionar y controlar el incumplimiento en los pagos por parte de clientes, proveedores, PYMES, u otras partes relacionadas, protegiendo así la salud financiera de la organización. En caso de que se produzca un litigio en materia de morosidad, tanto el departamento de legal como el Consejo de Administración son responsables de la aplicación de esta política. En caso de que se identifique algún riesgo o una situación potencialmente controvertida, se colabora de inmediato con el área responsable para que ésta adopte las medidas correctivas o de mejora necesarias desde el punto de vista operativo. Si no se encuentran evidencias de irregularidades, y la situación deriva en un proceso judicial, la defensa se realiza a través de un abogado externo, siempre bajo la coordinación del Asesor Legal interno, quien gestiona el caso. (G1-2_01)

SEGURIDAD ALIMENTARIA

Los requisitos de calidad y seguridad alimentaria que Lidl España exige a sus proveedores son sumamente rigurosos. Para poder suministrar productos a Lidl España, es necesario que los proveedores cuenten con certificaciones de los estándares más estrictos en calidad y seguridad alimentaria, como el *International Feature Standards Food* (IFS Food) o los estándares del *British Retail Consortium* (BRC), y que hayan superado una auditoría que confirme el cumplimiento de altos estándares de calidad y seguridad del producto.

Los elementos fundamentales para lograr un adecuado seguimiento son los siguientes:

- Auditoría a los proveedores, evaluando detalladamente que se cumplan los estándares de calidad comentados.
- Validación de la información del embalaje, asegurando que cumpla con las normativas legales y los requisitos internos.
- Aseguramiento de la producción, mediante análisis sensoriales (sabor, textura, aroma, entre otros) y pruebas químicas realizadas en laboratorio.
- Atención al cliente, recogiendo información valiosa directamente de los consumidores para mejorar continuamente.

Actualmente, el 98% de los centros de producción están certificados según estos estándares internacionales de gestión de calidad y seguridad alimentaria, como *IFS Food* o *BRC*.

Lidl España también demuestra su compromiso con la salud de los consumidores a través de su política de *Alimentación consciente*, disponible en su página web y como mencionado anteriormente. Este documento aborda temas como la seguridad alimentaria y la selección cuidadosa de los ingredientes en sus productos de marca propia, entre otros aspectos. Además, desde 2018, el departamento de calidad de la empresa ha implementado un sistema de gestión de calidad conforme a la norma ISO 9001:2015.

Anexo

TAXONOMÍA

(E1-01_03); (E1-01_04); (E1-01_05); (E1-03_08); (E1-03_06); (E1-03_07); (E1-03_08)

1. Contexto de la Taxonomía

En el marco del Pacto Verde Europeo, cuyo propósito es lograr que Europa se convierta en la primera región climáticamente neutra en 2050, la Unión Europea ha impulsado desde 2019 un amplio conjunto de reformas regulatorias orientadas a integrar plenamente la sostenibilidad en el sistema económico y financiero. Este esfuerzo se articula a través del Marco de Finanzas Sostenibles, que incluye instrumentos clave como la Taxonomía Verde (Reglamento 2020/852), la Directiva de Información Corporativa en Materia de Sostenibilidad (CSRD) y el Reglamento de Divulgación de Finanzas Sostenibles (SFDR).

El punto de partida de este marco fue el “Plan de Acción: Financiar el Crecimiento Sostenible”, publicado por la Comisión Europea en 2018, cuyo objetivo era reorientar capital hacia actividades económicas sostenibles y reforzar la transparencia en los mercados. La adopción de la Taxonomía Verde estableció criterios técnicos comunes para identificar actividades económicas ambientalmente sostenibles, desarrollados posteriormente mediante Reglamentos Delegados que concretan los requisitos ambientales, así como los indicadores clave (ingresos, CapEx y OpEx) que las empresas obligadas deben divulgar en relación con actividades alineadas con la Taxonomía.

La Taxonomía Europea se estructura en torno a los seis objetivos ambientales definidos en su Artículo 9. Para que una actividad sea considerada sostenible, debe contribuir de manera sustancial a al menos uno de estos objetivos, no causar un perjuicio significativo a los demás (Do No Significant Harm) y cumplir garantías mínimas en materia de derechos humanos y laborales.



2. Metodología y Alcance

La metodología aplicada en este informe se basa en el Reglamento de Taxonomía (Reglamento (UE) 2020/852) y en el conjunto de Reglamentos Delegados que lo desarrollan. Este cuerpo normativo establece los criterios comunes para identificar actividades económicas ambientalmente sostenibles y define la forma en que las empresas deben evaluar y reportar su alineación con la Taxonomía.

- Reglamento (UE) 2020/852: Reglamento de Taxonomía que establece el marco para facilitar las inversiones sostenibles.
- Reglamento Delegado (UE) 2021/2139: establece los criterios técnicos de selección para determinar cuándo una actividad económica contribuye sustancialmente a la mitigación o adaptación del cambio climático.
- Reglamento Delegado (UE) 2021/2178: especifica el contenido y la presentación de la información a divulgar sobre actividades sostenibles, así como la metodología a cumplir.
- Reglamento Delegado “Nuclear y Gas” (UE) 2022/1215: complementa la Taxonomía con criterios técnicos específicos para determinadas actividades en el sector del gas natural y la energía nuclear.
- Reglamento Delegado (UE) 2022/1214: modifica dos Reglamentos (2021/2139 y 2021/2178) respecto a las actividades económicas en determinados sectores energéticos y la información pública sobre estas actividades.
- Reglamento Delegado (UE) 2023/2485: introduce criterios técnicos de selección adicionales para determinar cuándo una actividad contribuye sustancialmente a la mitigación o adaptación del cambio climático.
- Reglamento Delegado (UE) 2023/2486: establece los criterios técnicos de selección que determinar cuándo una actividad económica contribuye al uso sostenible y protección de recursos hídricos y marinos, economía circular, prevención y control de la contaminación, y protección de la biodiversidad.

La metodología tiene por objeto identificar, clasificar y cuantificar las actividades económicas de la empresa según los criterios establecidos por la Taxonomía Europea, permitiendo evaluar en qué medida la actividad contribuye a los objetivos ambientales de la UE y garantizando la comparabilidad y transparencia con otros agentes del mercado.

La evaluación se estructura en tres fases principales, siguiendo los criterios regulatorios y las mejores prácticas del sector.

Fase 1: Identificación de actividades elegibles que se clasifican en:

- Actividades de contribución sustancial: contribuyen directamente a uno de los objetivos ambientales.
- Actividades facilitadoras: permiten que otras actividades realicen una contribución sustancial.
- Actividades transitorias: no disponen actualmente de alternativas de bajas emisiones, pero representan la mejor opción disponible.

Fase 2: Evaluación del alineamiento de las actividades elegibles con los requisitos técnicos de la taxonomía:

- Contribución sustancial a un objetivo ambiental: La actividad debe demostrar que cumple los criterios técnicos de contribución sustancial establecidos en los Reglamentos Delegados aplicables, acreditando que aporta de manera significativa al logro de uno de los objetivos ambientales de la Taxonomía.
- No causar un perjuicio significativo (DNSH): La actividad debe evidenciar que no afecta negativamente al resto de los objetivos ambientales, cumpliendo los criterios DNSH definidos en los actos delegados.
- Cumplimiento de garantías mínimas sociales: La actividad debe respetar las garantías mínimas en materia social, lo que incluye el alineamiento con las Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, los Principios Rectores de Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos, la Declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo y la Carta Internacional de Derechos Humanos.

Fase 3: Cálculo de KPIs económicos (Volumen de negocio, CapEx y OpEx) asociado a las actividades sostenibles.

El alcance del análisis se basa en el perímetro de consolidación de las cuentas anuales de Lidl, que abarca todas las actividades económicas de la sociedad Lidl Supermercado, S.A.U. (en adelante Lidl), durante el periodo comprendido entre el 1 de marzo de 2025 y el 28 de febrero de 2026.

Para determinar la elegibilidad de las actividades económicas de Lidl, se ha utilizado la herramienta EU Taxonomy Compass y revisado los actos delegados de la taxonomía. De esta manera, se han propuesto una serie de actividades taxonómicas como posibles actividades elegibles y se ha completado una ficha de requisitos de elegibilidad para cada una de estas actividades identificadas.

3. Elegibilidad de las actividades de Lidl España

La actividad principal de Lidl es el comercio minorista, una actividad que no se considera elegible según los objetivos establecidos en los Reglamentos Delegados de la Taxonomía. No obstante, la compañía desarrolla diversas actividades de apoyo destinadas a reducir el impacto ambiental de su operación y a reforzar la resiliencia de sus activos frente al cambio climático. Estas actividades, aunque secundarias respecto al negocio principal, sí son elegibles y permiten avanzar hacia una operación más sostenible.

En este marco, se han analizado las actuaciones relacionadas con la construcción, renovación, mantenimiento y mejora de la eficiencia energética de tiendas, almacenes y edificios corporativos. El análisis ha permitido identificar un conjunto de actividades elegibles que contribuyen al objetivo de Adaptación al Cambio Climático, recogidas en la tabla siguiente.

Aunque estas actividades no generan ingresos directos, se consideran relevantes para la Taxonomía porque apoyan la adaptación climática de la actividad principal del comercio minorista alimentario y contribuyen a reducir su impacto ambiental. Para su implementación, Lidl incurre en CapEx y OpEx específicos, destinados a modernizar instalaciones, incorporar tecnologías más eficientes y reforzar la resiliencia de sus infraestructuras operativas.

Actividades de contribución sustancial al objetivo de Adaptación al Cambio Climático		Actividades de Lidl
7.2	Renovación de edificios existentes	Durante 2025, LIDL realizó obras de modernización y ampliación en varias tiendas, centradas en mejorar la experiencia del cliente y optimizar el rendimiento energético de los edificios mediante mejoras en aislamiento, iluminación eficiente y climatización.
7.6	Instalación, mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable	LIDL instala y mantiene sistemas de energías renovables, especialmente instalaciones fotovoltaicas y tecnologías eficientes para la generación térmica. En las nuevas aperturas se integran sistemas renovables que superan los mínimos normativos, contribuyendo a reducir el consumo energético de fuentes convencionales.

Como novedad, este año ha resultado significativa una nueva actividad elegible por la taxonomía: 7.2 Renovación de edificios existentes, habiendo invertido LIDL en modernizar y ampliar sus tiendas con criterios enfocados a la eficiencia energética.

Ha vuelto a resultar significativa la actividad de LIDL de instalar y mantener sus sistemas de energías renovables (actividad 7.6).

4. Alineamiento de las actividades de Lidl España

El análisis de alineamiento de las actividades identificadas como elegibles se ha llevado a cabo aplicando los tres requisitos establecidos por la Taxonomía Europea:

- **Evaluación de la contribución sustancial al objetivo de Adaptación al Cambio Climático**, verificando si las actividades cumplen los criterios técnicos definidos en los Reglamentos Delegados.
- **Revisión del principio de “No causar un perjuicio significativo” (DNSH)**, analizando el impacto de las actividades sobre el resto de objetivos ambientales y comprobando el cumplimiento de los criterios DNSH aplicables.
- **Comprobación del cumplimiento de las garantías mínimas sociales**, en línea con las directrices internacionales en materia de derechos humanos y laborales.

Tras aplicar estos tres pasos, se concluye que las actividades elegibles no pueden considerarse alineadas con el objetivo de Adaptación al Cambio Climático. El motivo principal es que Lidl aún no dispone de un análisis de riesgos climáticos físicos de alcance corporativo, que identifique escenarios relevantes y determine las medidas de adaptación necesarias para dar cumplimiento a los criterios de contribución sustancial establecidos por la Taxonomía.

A pesar de que las actividades evaluadas no alcanzan el alineamiento con el objetivo de Adaptación al Cambio Climático, en este ejercicio sí ha sido posible **evidenciar el cumplimiento del principio DNSH**, gracias a la elaboración y validación de fichas de requisitos técnicos por parte de los responsables de las actividades. Asimismo, se ha verificado el **cumplimiento de las garantías mínimas sociales**, respaldado por las políticas y procedimientos corporativos de LIDL en materia de respeto a los derechos humanos y laborales.

A continuación, se presenta un resumen de los resultados más relevantes del análisis.

Resumen de los Requisitos DNSH por objetivo de la taxonomía		Evaluación del cumplimiento de Lidl
Mitigación del cambio climático	El edificio no está destinado a la extracción, el almacenamiento, el transporte o la fabricación de combustibles fósiles.	Ningún edificio de LIDL está destinado a la extracción, almacenamiento, transporte o fabricación de combustibles fósiles.
Uso sostenible y protección de los recursos hídricos y marinos	El consumo de agua para instalaciones sanitarias en obras de renovación debe cumplir con los caudales y volúmenes máximos especificados en el Reglamento de taxonomía, y ser certificado mediante hojas de datos de producto, certificación de edificios o etiquetas de producto existentes en la Unión Europea.	Se ha evidenciado el cumplimiento de los criterios en todas las instalaciones de Lidl mediante los certificados de producto correspondientes.

Resumen de los Requisitos DNSH por objetivo de la taxonomía		Evaluación del cumplimiento de Lidl
Transición hacia una economía circular	Al menos el 70 % de los residuos no peligrosos de construcción y demolición deben prepararse para la reutilización, reciclado y valorización, siguiendo la jerarquía de residuos y el Protocolo de gestión de residuos de construcción y demolición de la UE. Los proyectos deben demostrar eficiencia en el uso de recursos y facilitar la reutilización y el reciclado, conforme a la norma ISO 20887 u otras normas similares.	En las obras, se realiza demolición selectiva y se clasifican los residuos para su posterior reutilización, cumpliendo con el porcentaje requerido.
Prevención y control de la contaminación	Los componentes y materiales de construcción deben cumplir con los criterios del Reglamento de taxonomía y emitir menos de 0,06 mg de formaldehído y menos de 0,001 mg de otros compuestos orgánicos volátiles cancerígenos por m ³ , según los ensayos especificados. Además, se deben tomar medidas para reducir el ruido, el polvo y las emisiones contaminantes durante la construcción o mantenimiento.	Todos los materiales utilizados en las actividades de Lidl cuentan con autorización REACH y/o RoHS. Los proyectos de obras y/o mantenimiento de instalaciones incluyen medidas para la reducción de ruido, polvo y emisiones.
	Si se añade aislamiento térmico a un edificio existente, un especialista en amianto debe realizar un estudio conforme a la legislación nacional. La remoción de materiales que contengan amianto debe ser realizada por personal formado, con vigilancia sanitaria antes, durante y después de las obras.	Lidl cuenta con especialistas en estudio de amianto para la verificación de conformidad con la legislación nacional.
Protección y recuperación de la biodiversidad y los ecosistemas	No se establecen requisitos en este objetivo para las actividades analizadas.	-

Lidl ha llevado a cabo el análisis de las salvaguardas mínimas sociales definidas en el Artículo 18 del Reglamento (UE) 2020/852, requisito indispensable para el alineamiento de cualquier actividad económica con la Taxonomía Europea. Este análisis tiene como objetivo verificar que la empresa actúa conforme a los principios internacionales en materia de derechos humanos, trabajo digno, integridad empresarial, fiscalidad responsable y defensa de la competencia.

Para asegurar el cumplimiento de estas salvaguardas, Lidl dispone de un Sistema de Compliance (CMS) que integra políticas, procedimientos y mecanismos de control orientados a prevenir, detectar y corregir posibles incumplimientos. Este sistema se apoya en un Código de Conducta actualizado en 2023, cuyo contenido se alinea con los principales marcos internacionales:

- Carta Internacional de Derechos Humanos.
- Principios Rectores de Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos.
- Convención de Naciones Unidas para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer.
- Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales.
- Declaración de la OIT sobre los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo.

El Código incorpora, además, requisitos específicos para socios comerciales, estableciendo obligaciones claras en materia de debida diligencia social y ambiental a lo largo de la cadena de suministro.

Los compromisos de Lidl en materia de derechos humanos se traducen en políticas, protocolos y herramientas de control que abordan específicamente:



Derechos laborales y condiciones de trabajo.



Igualdad y no discriminación.



Prevención de la corrupción y el fraude.



Fiscalidad responsable.



Competencia leal en el mercado.

Asimismo, Lidl complementa estos compromisos con iniciativas adicionales de verificación y mejora continua, entre ellas:

- Certificación GRASP de Global G.A.P. como estándar mínimo en la fruta y verdura.
- Auditoría EcoVadis para verificar el cumplimiento de los estándares de sostenibilidad en la cadena de valor.
- Participación en el Foro de Comercio ético, promoviendo mejoras en las condiciones laborales del sector agroalimentario.

Para más información sobre las actuaciones de Lidl en materia de Derechos Humanos y Derechos Laborales, ver Capítulo de PERSONAL PROPIO y CONDUCTA EMPRESARIAL del Informe de sostenibilidad 2025 de Lidl Supermercados S.A.U.

Durante 2025, Lidl no ha recibido ninguna denuncia relacionada con vulneraciones de derechos humanos o derechos laborales dentro de su plantilla.

Como resultado del análisis, se concluye que Lidl dispone de políticas, procedimientos y controles suficientes para asegurar el respeto de los derechos humanos y laborales, así como para prevenir prácticas irregulares relacionadas con la corrupción, la fiscalidad y la competencia.

En conjunto, el análisis realizado muestra que Lidl cumple la mayoría de los requisitos establecidos por la Taxonomía para avanzar hacia el alineamiento, ya que la compañía acredita el cumplimiento del principio DNSH y dispone de políticas y procedimientos robustos que garantizan las salvaguardas mínimas sociales, incluyendo derechos humanos, integridad empresarial, fiscalidad responsable y competencia leal. Aunque aún no se ha alcanzado el alineamiento técnico completo, principalmente debido a la necesidad de completar un análisis integral de riesgos climáticos físicos y sus correspondientes medidas de adaptación, Lidl se encuentra en una posición favorable para lograrlo, dado que se conocen los pasos necesarios para asegurar la plena alineación en futuros periodos de reporte.

5. Indicadores Económicos

Con el fin de facilitar las inversiones sostenibles, el Reglamento de Taxonomía exige a las empresas reportar tres indicadores económicos sobre sus actividades económicas alineadas con los objetivos medio ambientales de la Unión Europea.

Volumen de negocio	El volumen de negocio se refiere a los ingresos totales generados por una empresa a través de sus actividades comerciales durante un período específico. Este indicador es crucial para evaluar la capacidad de la empresa para generar ingresos y su posición en el mercado. En el contexto de la sostenibilidad, el volumen de negocio puede incluir ingresos provenientes de productos y servicios sostenibles, reflejando el compromiso de la empresa con prácticas responsables.
CapEx	El CapEx (Capital Expenditure) representa las inversiones realizadas por una empresa en la adquisición, mejora o mantenimiento de activos fijos que tienen una vida útil prolongada. Estos activos pueden incluir propiedades, plantas, maquinaria, tecnología, y otros bienes tangibles o intangibles esenciales para las operaciones y el crecimiento a largo plazo de la organización. En sostenibilidad, el CAPEX puede incluir inversiones en tecnologías verdes y mejoras en eficiencia energética.
OpEx	El OpEx (Operational Expenditure) se refiere a los costes recurrentes necesarios para mantener las operaciones diarias de la empresa. Estos gastos incluyen salarios, alquileres, servicios públicos, mantenimiento, y otros costes operativos. Una gestión eficiente del OPEX es fundamental para la competitividad y la salud financiera de la empresa, especialmente en un entorno de sostenibilidad donde se busca optimizar recursos y reducir impactos ambientales.

Lidl ha calculado los indicadores económicos correspondientes con sus actividades elegibles en el periodo 2025, destacando que:

- El negocio principal de Lidl, el comercio minorista, no está cubierto por los seis objetivos medioambientales, por lo que no se dispone de volumen de negocio elegible por la taxonomía.
- El **2,8%** del CapEx es **ELEGIBLE** por el objetivo de Adaptación al Cambio Climático. Cabe destacar que este año se ha prácticamente triplicado la inversión en actividades elegibles, respecto al 2024.
- Los gastos operativos asociados a actividades económicas identificadas como taxonómicas no se consideran materiales financieramente, puesto que suponen menos del 10% del gasto operativo total de la compañía. Por este motivo, la empresa reporta únicamente el dato de OpEx total, ya que las actividades elegibles del OpEx que han resultado no significativas tras el análisis de materialidad se han considerado con numerador 0.



Ejercicio financiero 2025			Criterios de contribución sustancial							Criterios de ausencia de perjuicio significativo									
"Actividades económicas (Inversión; Opex)"	Código	OpEx	Proporción del OpEx, año 2025	Mitigación cambio climático	Adaptación al cambio climático	Recursos hídricos marinos	Economía circular	Contaminación	Biodiversidad	Mitigación cambio climático	Adaptación al cambio climático	Recursos hídricos marinos	Economía circular	Contaminación	Biodiversidad	Garantías mínimas	Proporción del Opex que se ajusta a la taxonomía (A.1) o elegible según la taxonomía (A.2), año 2024	Categoría (Actividad facilitadora)	Categoría (Actividad de transición)
	CCA	€	%	S;N;N/EL	S;N;N/EL;EL	S;N;N/EL	S;N;N/EL	S;N;N/EL	S;N;N/EL	S;N	S;N	S;N	S;N	S;N	S;N	S;N	%	F	T
A. ACTIVIDADES ELEGIBLES SEGÚN LA TAXONOMÍA																			
A.1 Actividades medioambientales sostenibles (se ajustan a la taxonomía)																			
Actividad 7.2 Renovación de edificios existentes	CCA 7.2	0,00	0,00%	N/EL	N	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	S	N	N	N	N	N	S	0,00%	-	-
Actividad 7.6 Instalación mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable	CCA 7.6	0,00	0,00%	N/EL	N	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	S	N	N	N	N	N	S	0,00%	-	-
OpEx de actividades medioambientalmente sostenibles (que se ajustan a la taxonomía) (A.1)		0,00	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	S	N	N	N	N	N	S	0,00%		
De la cuales: facilitadoras		0,00	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	S	N	N	N	N	N	S	0,00%	-	
De la cuales: transición		0,00	0,00%	0,00%						S	N	N	N	N	N	S	0,00%		-
A.2 Actividades elegibles según la taxonomía pero no medioambientalmente sostenibles (actividades que no se ajustan a la taxonomía)																			
Actividad 7.2 Renovación de edificios existentes	CCA 7.2	5.679.183	1,71%	N/EL	E	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								*		
Actividad 7.6 Instalación mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable	CCA 7.6	3.616.980	1,09%	N/EL	N	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								1,09%		
OpEx de actividades elegibles según la taxonomía, pero no medioambientalmente sostenibles (actividades que no se ajustan a la taxonomía) (A.2)		9.296.163	2,80%	0%	2,80%	0%	0%	0%	0%								1,09%		
A. OpEx de actividades sostenibles según la taxonomía (A.1. + A.2.)		9.296.163	2,80%	0%	2,80%	0%	0%	0%	0%								1,09%		
B. ACTIVIDADES NO ELEGIBLES SEGÚN LA TAXONOMÍA																			
CapEx de actividades no elegibles según la taxonomía		322.792.700	97,20%																
TOTAL negocio (A + B)		322.088.863	100%																

* No se reportó el dato en años anteriores.
** Solo se han considerado como actividades significativas aquellas cuyo porcentaje de CapEx es superior al 1%.

Estudio de Taxonomía 2025 Lidl España Supermercados S.A.U.

Resumen CapEx por objetivo de la taxonomía		
Objetivos de la taxonomía	Que se ajusta a la taxonomía por objetivo (%)	Elegible según la taxonomía por objetivo (%)
Mitigación del cambio climático	0%	0%
Adaptación al cambio climático	0%	2,80%
Uso sostenible y protección de los recursos hídricos y marinos	0%	0%
Transición hacia una economía circular	0%	0%
Prevención y control de la contaminación	0%	0%
Protección y recuperación de la biodiversidad y los ecosistemas	0%	0%



Ejercicio financiero 2025			Criterios de contribución sustancial							Criterios de ausencia de perjuicio significativo									
"Actividades económicas (Inversión; Opex)"	Código	OpEx	Proporción del OpEx, año 2025	Mitigación cambio climático	Adaptación al cambio climático	Recursos hídricos marinos	Economía circular	Contaminación	Biodiversidad	Mitigación cambio climático	Adaptación al cambio climático	Recursos hídricos marinos	Economía circular	Contaminación	Biodiversidad	Garantías mínimas	Proporción del Opex que se ajusta a la taxonomía (A.1) o elegible según la taxonomía (A.2), año 2024	Categoría (Actividad facilitadora)	Categoría (Actividad de transición)
	CCA	€	%	S;N;N/EL	S;N;N/EL;EL	S;N;N/EL	S;N;N/EL	S;N;N/EL	S;N;N/EL	S;N	S;N	S;N	S;N	S;N	S;N	S;N	%	F	T
A. ACTIVIDADES ELEGIBLES SEGÚN LA TAXONOMÍA																			
A.1 Actividades medioambientales sostenibles (se ajustan a la taxonomía)																			
Actividad 7.2 Renovación de edificios existentes	CCA 7.2	0,00	0,00%	N/EL	N	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	S	N	N	N	N	N	S	0,00%	-	-
Actividad 7.6 Instalación mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable	CCA 7.6	0,00	0,00%	N/EL	N	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	S	N	N	N	N	N	S	0,00%	-	-
OpEx de actividades medioambientalmente sostenibles (que se ajustan a la taxonomía) (A.1)		0,00	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	S	N	N	N	N	N	S	0,00%		
De la cuales: facilitadoras		0,00	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	S	N	N	N	N	N	S	0,00%	-	
De la cuales: transición		0,00	0,00%	0,00%						S	N	N	N	N	N	S	0,00%		-
A.2 Actividades elegibles según la taxonomía pero no medioambientalmente sostenibles (actividades que no se ajustan a la taxonomía)																			
Actividad 7.2 Renovación de edificios existentes	CCA 7.2	0,00	0,00%	N/EL	E	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								*		
Actividad 7.6 Instalación mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable	CCA 7.6	0,00	0,00%	N/EL	N	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0%		
OpEx de actividades elegibles según la taxonomía, pero no medioambientalmente sostenibles (actividades que no se ajustan a la taxonomía) (A.2)		0,00	0,00%	0%	0%	0%	0%	0%	0%								0%		
A. OpEx de actividades sostenibles según la taxonomía (A.1. + A.2.)		0,00	0,00%	0%	0%	0%	0%	0%	0%								0%		
B. ACTIVIDADES NO ELEGIBLES SEGÚN LA TAXONOMÍA																			
Opex de actividades no elegibles según la taxonomía		114.437.137	100%																
TOTAL negocio		114.437.137	100%																

* No se reportó el dato en años anteriores.

Estudio de Taxonomía 2025 Lidl España Supermercados S.A.U.

Resumen OpEx por objetivo de la taxonomía		
Objetivos de la taxonomía	Que se ajusta a la taxonomía por objetivo (%)	Elegible según la taxonomía por objetivo (%)
Mitigación del cambio climático	0%	0%
Adaptación al cambio climático	0%	0%
Uso sostenible y protección de los recursos hídricos y marinos	0%	0%
Transición hacia una economía circular	0%	0%
Prevención y control de la contaminación	0%	0%
Protección y recuperación de la biodiversidad y los ecosistemas	0%	0%

Actividades relacionadas con la energía nuclear y con el gas fósil

Actividades relacionadas con la energía nuclear		
1.	La empresa lleva a cabo, financia o tiene exposiciones a la investigación, el desarrollo, la demostración y la implantación de instalaciones innovadoras de generación de electricidad que producen energía a partir de procesos nucleares con un mínimo de residuos del ciclo de combustible.	No
2.	La empresa lleva a cabo, financia o tiene exposiciones a la construcción y la explotación segura de nuevas instalaciones nucleares para producir electricidad o calor de proceso, incluido para fines de calefacción urbana o procesos industriales como la producción de hidrógeno, así como sus mejoras de seguridad, utilizando las mejores tecnologías disponibles.	No
3.	La empresa lleva a cabo, financia o tiene exposiciones a la explotación segura de instalaciones nucleares existentes que producen electricidad o calor de proceso, incluido para fines de calefacción urbana o procesos industriales como la producción de hidrógeno a partir de energía nuclear, así como sus mejoras de seguridad.	No
Actividades relacionadas con el gas fósil		
4.	La empresa lleva a cabo, financia o tiene exposiciones a la construcción o explotación de instalaciones de generación de electricidad que producen electricidad a partir de combustibles fósiles gaseosos.	No
5.	La empresa lleva a cabo, financia o tiene exposiciones a la construcción, la renovación y la explotación de instalaciones de generación combinada de calor/frío y electricidad que utilicen combustibles fósiles gaseosos.	No
6.	La empresa lleva a cabo, financia o tiene exposiciones a la construcción, la renovación y la explotación de instalaciones de generación de calor que producen calor/frío a partir de combustibles fósiles gaseosos.	No

ANEXO I. INFORMACIÓN CSRD

6. Conclusiones

La actividad principal de Lidl no se considera elegible, por no contribuir sustancialmente a la consecución de los objetivos medio ambientales de la Unión Europea y, por tanto, no figura entre las actividades recogidas en los Reglamentos Delegados de la Taxonomía. No obstante, la compañía desarrolla diversas actividades complementarias que contribuyen a mejorar la sostenibilidad de su operación principal y que sí son elegibles bajo el objetivo de Adaptación al Cambio Climático.



Renovación de tiendas y otras instalaciones de Lidl.



Instalación y mantenimiento de tecnologías de energía renovable.

En conjunto, **las actividades elegibles representan el 2,80% del CapEx de Lidl** durante el ejercicio analizado, casi triplicando la inversión del año anterior, reflejando el esfuerzo de la compañía por integrar mejoras en eficiencia energética, construcción sostenible y adaptación climática en tiendas, almacenes y edificios corporativos.

Tras aplicar la metodología de la Taxonomía Europea, se concluye que estas actividades todavía no pueden considerarse alineadas con el objetivo de Adaptación al Cambio Climático, debido a la necesidad de realizar un análisis más completo de riesgos climáticos físicos que abarque el conjunto de las operaciones de Lidl e identifique las medidas de adaptación necesarias para cumplir plenamente los criterios técnicos de contribución sustancial.

Aun así, Lidl se encuentra en una posición favorable para avanzar hacia el alineamiento, dado que:

- ha demostrado el cumplimiento del principio DNSH,
- y dispone de políticas y procedimientos sólidos que garantizan las salvaguardas mínimas sociales.

LIDL trabajará en la implementación de las acciones necesarias para completar los requisitos pendientes, con el fin de lograr el alineamiento completo en futuros ciclos de reporte.

Información a reportar	Referencias Neis	Capítulo Relacionado	Comentarios
Fuente de estimación e incertidumbre del resultado	BP-2_07; BP-2_08; BP-2_09	BASES PARA LA FORMULACIÓN DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA	Datos relativos a reciclaje: se han utilizado tres meses relativos al año fiscal 2023 y 9 meses relativos al año fiscal 2024. Consumos: se han utilizado datos estimados para el cálculo de los consumos basados en años anteriores y previsiones de apertura.
Cambios en la preparación de la información sobre sostenibilidad	BP-2_10	BASES PARA LA FORMULACIÓN DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA	Durante el presente ejercicio la información reportada se ha adaptado la información teniendo como referencia las Normas Europeas de Información sobre Sostenibilidad (NEIS) del Reglamento Delegado (UE) 2023/2772 por el que se completa la Directiva 2013/34/UE.
Información sobre errores de periodos anteriores	BP-2_12	BASES PARA LA FORMULACIÓN DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA	La información modificada respecto al informe anterior corresponde a la generación de emisiones de alcance 3 de la huella de carbono, con la ampliación del cálculo con las emisiones asociadas a las actividades de comercio electrónico, anteriormente no consideradas. Asimismo, se ha detectado y corregido un error en el reporte de Número de días perdidos por lesiones laborales y muertes por accidentes laborales, enfermedades relacionadas con el trabajo y muertes por mala salud relacionadas con los empleados, derivado de una incorrecta extracción de datos, donde se informó el número de casos en lugar de la suma de días perdidos, presentándose en este informe los valores ya ajustados.
Cadena de valor	-	Cadena de suministro	Lidl España tiene una responsabilidad directa en el cumplimiento de la sostenibilidad por parte de las empresas proveedoras con relación contractual (nivel 1), y una responsabilidad indirecta en el resto de las empresas proveedoras (sin relación contractual directa o nivel 2) y los recursos naturales utilizados para sus productos y servicios.
	-	Actividades operativas de Lidl España	Lidl España tiene una responsabilidad directa en los procesos de operaciones propias.
	-	Aguas abajo (Down-stream)	Distribución La empresa tiene una responsabilidad indirecta en los patrones de consumo de sus clientes y en el desarrollo social de la comunidad. Junto a ello, Lidl España tiene una responsabilidad directa en el diseño de la gama y etiquetado en relación con la sostenibilidad y los efectos sobre la salud de las personas consumidoras.

Información a reportar	Referencias Neis	Capítulo Relacionado	Comentarios
Cadena de valor	-	Aguas abajo (Downstream)	Infraestructura de la empresa Lidl España tiene una responsabilidad directa en el cumplimiento de la sostenibilidad en las infraestructuras que la empresa ha adquirido e indirecta en las arrendadas.
	-	Aguas abajo (Downstream)	Gestión de recursos humanos Lidl España tiene una responsabilidad directa en la gestión de los recursos humanos.
	S4.SBM-3_07	Actividades estratégicas de Lidl España	La gestión de marca de Lidl España es un motor estratégico para su cadena de valor. Al equilibrar calidad competitiva con un firme compromiso por la sostenibilidad y la responsabilidad social, la compañía ha consolidado la confianza del consumidor. Esta posición se ve reforzada por una innovación constante en sus canales físicos y digitales, cuya comunicación efectiva cataliza directamente el crecimiento y la reputación de la empresa en el mercado.
Análisis de Doble Materialidad	GOV-5_03; IRO-1	Análisis de Doble Materialidad	Lidl España cuenta con un sistema de control interno para asegurar la fiabilidad de la información de sostenibilidad. Los riesgos asociados a la recopilación y consolidación de datos se mitigan mediante la asignación de responsabilidades por áreas expertas, la revisión centralizada por parte de los departamentos de Controlling y RSC, la validación de los Órganos de Gobierno y la verificación de un auditor externo independiente. Para el ejercicio de 2025, Lidl España no ha identificado ningún riesgo significativo. El análisis de doble materialidad realizado en 2024 y mantenido durante 2025 se desarrolló siguiendo un enfoque estructurado que ha permitido identificar y priorizar los impactos, riesgos y oportunidades relevantes desde las perspectivas de materialidad de impacto y financiera. El proceso incluyó la comprensión del contexto y de la cadena de valor, la identificación de las partes interesadas afectadas, la evaluación de los impactos, riesgos y oportunidades, y la determinación de los asuntos materiales que se divulgan en el presente informe. La consulta a los grupos de interés prioritarios se llevó a cabo mediante un enfoque combinado que integró información existente y mecanismos de participación específicos. Este proceso incluyó el uso de información previa de clientes y clientas, proveedores y otros grupos externos, encuestas a la plantilla basadas en los IROs significativos, sesiones y focus groups con proveedores estratégicos, cuestionarios a expertos internos en materia de sostenibilidad y la participación del área de Administración y Finanzas para la evaluación de la materialidad financiera, considerando asimismo los resultados de materialidad a nivel de Grupo. Los resultados obtenidos de este proceso han servido de base para la validación, priorización y determinación de los asuntos materiales incluidos en el informe. (IRO-1)

Información a reportar	Referencias Neis	Capítulo Relacionado	Comentarios
Cambio climático	E1.GOV-3_01; E1.GOV-3_02; E1.GOV-3_03	Políticas relacionadas con la mitigación del cambio climático y la adaptación al mismo	Lidl España lleva a cabo sus operaciones con un enfoque responsable en la obtención, producción y distribución sostenible de sus productos. Por ello, las actividades que generan un impacto significativo en el entorno deben ir acompañadas de un compromiso firme y de una metodología adecuada para reducir su impacto negativo a lo largo de toda la cadena de valor. A la fecha de elaboración del presente informe, la compañía no ha incorporado indicadores climáticos específicos en los sistemas de remuneración de los órganos de administración, dirección y supervisión. Esta decisión responde al modelo actual de gobernanza retributiva, en el que los incentivos están principalmente vinculados a objetivos financieros y operativos. No obstante, la compañía está evaluando la posible integración progresiva de indicadores ESG, incluyendo aspectos climáticos, en línea con la evolución de su estrategia de sostenibilidad y las expectativas regulatorias.
	-	N/A	En este sentido, los recursos financieros destinados a cuestiones ambientales se distribuyen a lo largo de diversas partidas presupuestarias, ya que forman parte de los aspectos clave en el proceso de toma de decisiones.
	E1.SBM-3	Cambio Climático	Las incidencias materiales identificadas, principalmente relacionadas con el consumo energético y la generación de residuos, afectan al medio ambiente mediante la contribución al cambio climático y a la presión sobre los ecosistemas, se derivan directamente de las operaciones propias y de la cadena de suministro de la compañía, se manifiestan en horizontes temporales de corto, medio y largo plazo, y están vinculadas tanto a actividades internas como a relaciones de negocio con proveedores y gestores autorizados.
	E1.IRO-1_01	Cambio Climático	En el marco del análisis de doble materialidad, la organización evalúa las incidencias, riesgos y oportunidades relacionados con el cambio climático conforme a la metodología general definida para la identificación y valoración de IROs. Para la evaluación específica de las incidencias climáticas, la organización considera los resultados de su metodología interna de cálculo de huella de carbono, mediante la cual se identifican las principales fuentes de emisión y se cuantifican las emisiones de GEI correspondientes a los Alcances 1, 2 y, cuando aplica, Alcance 3.

Información a reportar	Referencias Neis	Capítulo Relacionado	Comentarios
Cambio climático	E1-4_01	Actuaciones, recursos y metas en relación con las políticas en materia de cambio climático	En Lidl España, todas las unidades de negocio integran este objetivo, aplicando soluciones locales desde todas las áreas funcionales de la empresa.
	E1.MDR-A_01-12; E1-1_04; E1-1_05; E1-1_06; E1-3_05; E1-3_06; E1-3_07; E1-3_08	Actuaciones, recursos y metas en relación con las políticas en materia de cambio climático	Recursos destinados a la mitigación del cambio climático: La correcta ejecución de las acciones de sostenibilidad por parte de Lidl España depende de contar con los recursos necesarios, tanto financieros como humanos, y de su adecuada asignación Para asegurar una implementación eficaz, los presupuestos se aprueban formalmente mediante actas y se reservan fondos específicos destinados a las iniciativas contempladas. Asimismo, todos los procesos de planificación son revisados y validados por el Consejo de Administración, garantizando así que los recursos se distribuyan de manera coherente y alineada con los objetivos de sostenibilidad de la compañía. Por último, la gestión de los proyectos se articula a través de planes multianuales, lo que permite una planificación y asignación de recursos estable y orientada al largo plazo. Se ha realizado el análisis de las actividades económicas de Lidl España según el Reglamento (UE) 2020/852 (Taxonomía Verde). La información se encuentra disponible en el Anexo Taxonomía en el que aparece reflejada la relación entre los gastos de capital (CapEx) y los gastos operativos (OpEx) significativos necesarios para implementar las acciones tomadas en relación con las políticas en materia de cambio climático, dando una explicación y cuantificación de las inversiones y la financiación de la empresa en apoyo de la ejecución de su plan de transición, con una referencia a los indicadores clave de rendimiento de las CapEx que se ajustan a la taxonomía y a los planes CapEx, que la empresa divulgue de conformidad con el Reglamento Delegado (UE) 2021/2178 de la Comisión.
	E1-1_08	Actuaciones, recursos y metas en relación con las políticas en materia de cambio climático	La compañía no identifica la aplicabilidad de este requerimiento, dado que no dispone de inversiones significativas en actividades relacionadas con combustibles fósiles y no cuenta con planes específicos adicionales de adaptación a los criterios de la Taxonomía más allá de las inversiones ya integradas en su planificación.

Información a reportar	Referencias Neis	Capítulo Relacionado	Comentarios	
Cambio climático	E1-1_12	Actuaciones, recursos y metas en relación con las políticas en materia de cambio climático	La compañía ha evaluado su posición respecto a los índices de referencia alineados con el Acuerdo de París, concluyendo que, en base a la naturaleza de sus actividades y su perfil de emisiones, no se encuentra sujeta a criterios de exclusión relevantes	
	E1-5_20; E1-5_21; E1-5_18; E1-5_19	Consumo y combinación energéticos	Para calcular la intensidad energética y el consumo total de energía de Lidl España en aquellos sectores de alto impacto (sectores incluidos en las secciones A - I del Anexo I del Reglamento (CE) n.º 1893/2006, relativo a la clasificación estadística de actividades económicas en la Comunidad Europea), se ha considerado como alcance su consumo total al no poder separar dichas actividades para el cálculo.	
			La intensidad energética se expresa como el cociente entre el consumo total de energía y los ingresos netos.	
			Indicador	2025
			Intensidad energética de actividades en sectores de alto impacto climático	6,144 x10-5 MWh/€
	Consumo total de energía de actividades en sectores de alto impacto climático	469.472 MWh		
Ingresos netos	7.641 millones €			
E1-6_09	Cambio Climático	Las emisiones totales de Alcance 2 (location-based) para el año 2025 ascienden a 118,6 tCO ₂ e.		
E1-6_14	Emisiones de gases de efecto invernadero	Durante el ejercicio 2025, Lidl España no ha experimentado cambios estructurales significativos en su perímetro de consolidación (empresa informante) ni en la configuración de su cadena de valor que afecten a la comparabilidad de su inventario de emisiones de gases de efecto invernadero respecto al ejercicio anterior. (E1-6_14) El cálculo de emisiones de gases de efecto invernadero se calcula bajo el enfoque location-based, de acuerdo con las recomendaciones del GHG Protocol, con el objetivo de complementar la información reportada y mejorar la comparabilidad del desempeño climático. En el ejercicio 2025, se han incluido por primera vez las emisiones asociadas a la actividad de e-commerce. Esta incorporación ha supuesto la revisión de la huella correspondiente al ejercicio 2024, con el objetivo de garantizar la consistencia y comparabilidad interanual. Asimismo, se han incorporado las aclaraciones necesarias relativas al perímetro de reporte, incluyendo los posibles cambios en las actividades o centros considerados, con el fin de asegurar la coherencia en la interpretación de los resultados.		

Información a reportar	Referencias Neis	Capítulo Relacionado	Comentarios
Cambio climático		Absorciones de GEI y proyectos de mitigación de GEI financiados mediante créditos de carbono	Lidl España no usa créditos de carbono para neutralizar los gases residuales de efecto invernadero ni sus proyectos de mitigación están financiados mediante créditos.
Economía circular	E5-3_13	Actuaciones, recursos y metas relacionadas con el uso de los recursos y la economía circular	Las metas que Lidl España divulga responden tanto a las exigencias de la legislación actual (como las normativas nacionales sobre residuos, envases y desperdicio alimentario) como a compromisos voluntarios adicionales adoptados por la compañía. De este modo, no solo se asegura el cumplimiento normativo, sino que se integra la máxima ambición circular en toda la cadena de valor.
	E5-4_01; E5-4_02; E5-4_03; E5-4_04; E5-4_05; E5-4_06.	Entrada de recursos. Materias primas	Por la amplitud del surtido comercial, no se dispone del volumen total de materias primas primarias. El reporte actual se ciñe a los materiales con trazabilidad legal garantizada. El impacto de las materias primas no se considera material para la actividad de la compañía.
	E5-5_02 E5-5_03	Uso de los recursos y economía circular	Dado que Lidl España comercializa principalmente alimentos perecederos, estos no son susceptibles de reparación. En consecuencia, la ausencia de datos detallados sobre este aspecto se considera razonable y se justifica por la naturaleza de los productos. Dado que la actividad principal de la compañía es la venta de productos alimenticios y que, en su mayoría, se trata de productos perecederos, el criterio de reparabilidad no resulta aplicable a gran parte del surtido. En consecuencia, la ausencia de métricas detalladas en este ámbito se considera justificada por la naturaleza de los productos.
	E5-5_16	Entrada de recursos. Materias primas	Además, Lidl España no genera residuos radiactivos derivados de sus actividades.
Desperdicio alimentario	E5.MDR-P_01-06	Medidas reactivas	El Consejo de Administración es el nivel más alto de la organización responsable de la aplicación de esta estrategia de desperdicio alimentario. El cumplimiento de estas medidas está relacionado con la Ley 1/2025, de 1 de abril, de prevención de las pérdidas y el desperdicio alimentario. En el desarrollo de esta estrategia política de prevención y reducción del desperdicio alimentario, se prestó especial atención a los intereses y aportaciones de las principales partes interesadas, tal y como se describe en las medidas anteriores.
	E5-3_08	Actuaciones, recursos y metas	No es posible actualizar el grado de cumplimiento de los indicadores de Food Waste en este momento debido a la transición al nuevo KPI global 'Food Waste Intensity' definido por internacional. Aunque el indicador ya ha sido desplegado, el proceso de recolección de datos aún no está automatizado. Para garantizar la fiabilidad de las cifras, esta métrica se integrará en el reporte del próximo año fiscal (2026).

Información a reportar	Referencias Neis	Capítulo Relacionado	Comentarios
Personal propio	S1.SBM-3_06	Personal propio	El plan de transición climática de Lidl España (centrado en reducir emisiones de Alcances 1 y 3) no prevé impactos negativos significativos sobre el empleo. Las principales medidas hacia el personal propio se centran en la capacitación y adaptación a nuevos procesos más sostenibles y eficientes, asegurando una transición justa que fomente el desarrollo de competencias verdes en la plantilla.
	S1.SBM-03_07; S1.SBM-03_08; S1.SBM-03_09; S1.SBM-03_10	N/A	Al operar exclusivamente en España, la compañía considera inmateriales los riesgos de vulneración de derechos laborales extremos (como el trabajo infantil o forzoso). Sin embargo, sí identifica y gestiona activamente los riesgos psicosociales y de convivencia laboral. Para mitigar y dar respuesta a estos impactos, Lidl España aplica estrictas políticas preventivas de salud laboral e igualdad, apoyándose en sus políticas, protocolos y canales de denuncia internos para la detección, investigación y resolución de incidencias.
	S1-1_09; S1-4_08	Actuaciones, recursos y metas relacionadas con el personal propio	Mediante procesos de debida diligencia y monitorización continua, la compañía aplica políticas preventivas para evitar que sus prácticas corporativas generen impactos negativos sobre la plantilla. Las medidas implementadas buscan asegurar un entorno de trabajo seguro y respetuoso, mitigando los riesgos sociolaborales y fomentando el bienestar del personal propio.
	S1-6_14; S1-6_15	Características de la plantilla	La información referente a este capítulo incluye los números de empleados y empleadas, calculados como el recuento a cierre de año fiscal
	S1-16_03	Personal propio	Es importante señalar que los datos correspondientes a empleados/empleadas incluyen al personal en prácticas, mientras que las cifras referidas a asalariados excluyen a este grupo. Todos los datos se han obtenido en el sistema de gestión SAP.
	S1-3_07; S1-4_05; S1-3_08; S1-3_09	Personal propio	Lidl España monitoriza anualmente la tasa de rotación para evaluar el clima laboral y la eficiencia operativa. Su análisis permite a la compañía anticipar tendencias e impulsar estrategias de retención de talento —como el desarrollo profesional y el fomento de un entorno inclusivo—, optimizando así los costes de reclutamiento y preservando el conocimiento interno.
	S1-6_12	Personal propio	La tasa de rotación en el año fiscal 2025 ha sido del 21%.
Salud y bienestar		Organización del trabajo y conciliación	El 100% de los empleados y empleadas pueden acogerse a permisos y licencias familiares.

Información a reportar	Referencias Neis	Capítulo Relacionado	Comentarios			
Condiciones laborales y derechos humanos	S1-1_03	Condiciones laborales y derechos humanos	La compañía se compromete a respetar los Derechos Humanos de su plantilla, en línea con la Carta Internacional de Derechos Humanos, los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos, las Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales y la Declaración de la OIT sobre los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo.			
	S1-1_07					
	S1-1_08					
	S1-8_02	Cobertura de la negociación colectiva y dialogo social	(S1-8_08)	Cobertura de la negociación colectiva		Diálogo social
			Tasa de cobertura	Asalariados – EEE	Asalariados – No EEE	Representación en el lugar de trabajo (solo EEE)
			0-19%	-	-	-
			20-39%	-	-	-
			40-59%	-	-	-
			60-79%	-	-	-
			80-100%	España	-	España
	S1-16_01	Salarios adecuados y retribución	Para el cálculo de la brecha salarial Lidl España ha utilizado la siguiente fórmula: ((RBM por hora hombres-RBM por hora mujeres) / RBM por hora hombres) *100			
	S1-16_02		RBM= remuneración Bruta Media			
	S1-16_03		Lidl España paga la misma retribución a hombres y mujeres por un mismo trabajo o trabajo de igual valor. No obstante, ha identificado algunas disparidades. Su brecha salarial (20,5%) y la empresa está firmemente comprometida en implementar acciones y medidas para abordarlas y reducirlas.			
Consumidores y consumidoras	S4.SBM-3_02 S4.SBM-3_03	Consumidores y consumidoras	Lidl España evalúa los impactos de su actividad sobre el conjunto de sus consumidores y usuarios finales. En este proceso, la compañía contempla de forma transversal a aquellos grupos de clientes que puedan considerarse en situación de vulnerabilidad (por motivos socioeconómicos o de salud). Las necesidades de estos grupos se abordan desde un enfoque colectivo, garantizando su anonimato y sin realizar identificaciones individuales.			

Información a reportar	Referencias Neis	Capítulo Relacionado	Comentarios
Consumidores y consumidoras	S4-1_06 S4-1_02 S4-1_03	Políticas relacionadas con los consumidores y consumidoras	Lidl España respeta los Derechos Humanos de los consumidores y usuarios finales, en línea con la Carta Internacional de Derechos Humanos, los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos, las Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales y la Declaración de la OIT sobre los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo. Asimismo, Lidl España se compromete a prevenir y, en su caso, reparar cualquier impacto adverso sobre los Derechos Humanos que pudiera afectar a consumidores o usuarios. Estos pueden consultar la Política de Derechos humanos en la cadena de suministro publicada en la web, así como hacer uso de los canales disponibles descritos en el apartado procesos para colaborar con los consumidores en materia de incidencias.
	S4-1_07	Políticas relacionadas con los consumidores y consumidoras	Durante 2025 Lidl España no ha detectado ningún incumplimiento de los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos, la Declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo o las Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales que involucren a consumidores y/o usuarios finales.
	S4-MDR-A_01-12	Actuaciones, recursos y metas relacionadas con consumidores y consumidoras	Lidl España cuenta con un protocolo de escalados para mitigar o reparar las incidencias negativas sobre los consumidores finales. La empresa cuenta con personal externo para la gestión y el programa CRM como herramienta de trabajo. Sin cambios desde el año anterior
	S4-1_05	Procesos para colaborar con los consumidores y consumidoras en materia de incidencias	Lidl España está comprometido con el respeto y la promoción de los derechos humanos a lo largo de toda su cadena de valor, previniendo, mitigando y reparando cualquier impacto negativo derivado de sus operaciones o relaciones con las personas consumidoras. Mediante la política de atención al cliente y el Canal de Compliance, definida en el apartado Denuncia sobre incumplimientos normativos, Lidl España detecta las medidas necesarias para reparar los impactos a los derechos humanos, en función de la gravedad de estos.
	-	N/A	Durante el año 2025, no se han recibido reclamaciones relativas a violaciones de privacidad ni a filtraciones, robos o pérdidas de datos de clientes y clientas.
	S4.4_11	Procesos para colaborar con los consumidores y consumidoras en materia de incidencias	No se han notificado problemas e incidentes graves de derechos humanos relacionados con consumidores y consumidoras.

Información a reportar	Referencias Neis	Capítulo Relacionado	Comentarios
Conducta Empresarial	G1-5_11	Órganos de gobierno. Consejo de Administración.	Durante el período de referencia actual, no se ha producido el nombramiento de ningún miembro de los órganos de administración, dirección o supervisión que haya ocupado un puesto comparable en la administración pública en los dos años anteriores a su designación.
Políticas relacionadas con la conducta empresarial	S4.3_05 S4.3_07 G1-1_14 G1-1_06 G1-1_08	Denuncia sobre incumplimientos normativos	Lidl España cuenta con un canal de denuncias cuyas investigaciones y tramitaciones se realizan en estricto cumplimiento de la Ley 2/2023 (transposición de la Directiva UE 2019/1937), garantizando la protección del informante, la lucha contra la corrupción y la máxima confidencialidad en todos los procesos.
	S4.3_01	Denuncia sobre incumplimientos normativos	Lidl España examina todas las informaciones relativas a posibles incumplimientos de Compliance de forma cuidadosa y confidencial y toma las medidas necesarias de forma consecuente y proporcional.
Gestión de la relación con los proveedores	G1-2_02	Gestión de la relación con los proveedores	Dada la dimensión global de la cadena de suministro de Lidl España, la compañía exige a todos sus proveedores independientes la adhesión a su Código de Conducta para Socios Comerciales. Este código, basado en los convenios de la OIT y la iniciativa amfori Iniciativa de Cumplimiento Social Empresarial (BSCI), tiene como objetivo garantizar el respeto a los Derechos Humanos y la mejora de las condiciones laborales de todos los trabajadores de la cadena de valor, independientemente de su ubicación geográfica.
	G1-2_03	Gestión de la relación con los proveedores	Lidl España, a la hora de la selección de proveedores, tiene en cuenta tanto criterios sociales, ambientales como de buen gobierno, cumpliendo con su compromiso por la sostenibilidad.
Influencia política y actividades de los grupos de presión	G1-5_02 G1-5_06 G1-5_07 G1-5_08 G1-5_10	Influencia política y actividades de los grupos de presión	La política corporativa de Lidl España prohíbe estrictamente destinar donaciones o patrocinios a partidos políticos, sindicatos, cargos públicos o entidades de carácter puramente religioso. Por otro lado, la compañía articula su representación de intereses (lobbying) a través de asociaciones sectoriales en el territorio nacional, no ejerciendo actividades de influencia directa en instituciones europeas que requieran su inscripción en el Registro de Transparencia de la UE.
Prácticas de pago	G1-6_02 G1-6_01 G1-6_03	Influencia política y actividades de los grupos de presión	Además, de acuerdo con la ley de morosidad, los plazos habituales de pago de facturas para proveedores de alimentación son de 30 días y para el resto de las facturas es de 60 días Después de este periodo, se analiza la razón del retraso. Para calcular el número promedio de días que transcurren hasta el pago de una factura, se toma como referencia la fecha en la que comienza el plazo de pago establecido por contrato o por ley

ANEXO I.I.

Temas materiales, impactos, riesgos y oportunidades (E1.SBM_3)

En la siguiente tabla se incluyen los principales impactos para los ámbitos de Medioambiente, Social y Gobernanza en Lidl España, así como los requisitos de divulgación de las NEIS relacionados a los que se responde en diferentes apartados de este informe.

MEDIOAMBIENTE

Temas materiales		Impactos, Riesgos y Oportunidades asociados		Divulgación
E1 - Cambio climático	Energía	I (+)	Reducción de emisiones CO2	<i>E1-2. Políticas relacionadas con la mitigación del cambio climático y la adaptación al mismo</i> <i>E1-3. Actuaciones y recursos en relación con las políticas en materia de cambio climático.</i> <i>E1-6. Emisiones de GEI</i>
		I (+)	Uso de energías renovables	<i>E1-2. Políticas relacionadas con la mitigación del cambio climático y la adaptación al mismo</i> <i>E1-3. Actuaciones y recursos en relación con las políticas en materia de cambio climático.</i>
		I (+)	Implantación de medidas de eficiencia energética	<i>E1-2. Políticas relacionadas con la mitigación del cambio climático y la adaptación al mismo</i> <i>E1-3. Actuaciones y recursos en relación con las políticas en materia de cambio climático.</i> <i>E1-4. Metas relacionadas con la mitigación del cambio climático y la adaptación al mismo</i>
		I (-)	Consumo electricidad	<i>E1-2. Políticas relacionadas con la mitigación del cambio climático y la adaptación al mismo</i> <i>E1-3. Actuaciones y recursos en relación con las políticas en materia de cambio climático.</i> <i>E1-5. Consumo y combinación energéticos</i>
E5 - Economía Circular	Economía circular	I (+)	Desarrollo de una red de proveedores más resilientes al cambio climático	<i>E5-2 Actuaciones y recursos relacionados con el uso de los recursos y la economía circular</i>
		I (-)	Consumo de materias primas en el desarrollo de las actividades	<i>E5-1. Políticas relacionadas con el uso de los recursos y la economía circular.</i>
		I (+)	Gestión de residuos con enfoque de circularidad	<i>E5-2 Actuaciones y recursos relacionados con el uso de los recursos y la economía circular</i> <i>E5-3 Metas relacionadas con el uso de los recursos y la economía circular</i>

Temas materiales		Impactos, Riesgos y Oportunidades asociados		Divulgación
E1 - Cambio climático	Energía	I (+)	Elección de materias con menor impacto ambiental	<i>E5-1. Políticas relacionadas con el uso de los recursos y la economía circular.</i> <i>E5-2 Actuaciones y recursos relacionados con el uso de los recursos y la economía circular</i> <i>E5-4 Entrada de recursos</i>
		I (-)	Generación de subproductos	<i>E5-1. Políticas relacionadas con el uso de los recursos y la economía circular.</i> <i>E5-2 Actuaciones y recursos relacionados con el uso de los recursos y la economía circular</i> <i>E5-5. Salida de recursos</i>
		I (+)	Reducción de residuos mediante el reciclaje y reutilización	
		I (-)	Generación de residuos peligrosos y no peligrosos derivados de las actividades de la empresa	
	Materias Primas	I (-)	Materias primas	<i>No existe requisito de divulgación</i>
	Desperdicio alimentario	I (-)	Desperdicio alimentario	<i>No existe punto de datos específico</i>

SOCIAL

Temas materiales		Impactos, Riesgos y Oportunidades asociados		Divulgación
S1-Personal propio	Empleo	I (-)	Disponibilidad de personal para dar respuesta a la oferta de servicio (, alta rotación, absentismos etc.) *	S1-1. Políticas relacionadas con el personal propio S1-6: Características de las personas asalariadas de la plantilla
		I (+)	Posibilidad de atracción y retención del talento mediante mejoras salariales	S1-1. Políticas relacionadas con el personal propio S1-10: Salarios adecuados
		I (+)	Promover el bienestar de la plantilla	S1-1. Políticas relacionadas con el personal propio S1-15: Parámetros de conciliación laboral
		I (+)	Asegurar la seguridad y salud de la plantilla	S1-1. Políticas relacionadas con el personal propio S1-14: Parámetros de salud y seguridad
		I (+)	Promover la igualdad retributiva	S1-1. Políticas relacionadas con el personal propio S1-16: Parámetros de retribución (brecha salarial y retribución total)
		I (+)	Fomentar el desarrollo profesional de los equipos	S1-1. Políticas relacionadas con el personal propio S1-13: Parámetros de formación y desarrollo de capacidades
		I (+)	Generar un ambiente de trabajo inclusivo, fomentando la diversidad	S1-1. Políticas relacionadas con el personal propio S1-9: Parámetros de diversidad
		I (+)	Respetar los derechos de privacidad de la plantilla	S4-1. Políticas relacionadas con los consumidores y usuarios finales S1-11: Protección social
S4-Consumidores	Consumidores	I (+)	Derecho de privacidad	S4-1. Políticas relacionadas con los consumidores y usuarios finales S4-3: Procesos para reparar las incidencias negativas y canales para que los consumidores y usuarios finales expresen sus inquietudes
		I (+)	Accesibilidad a información de calidad	
		I (+)	Protección de la seguridad y salud de los consumidores	
		I (+)	Fomentar hábitos saludables en la infancia	S4-1. Políticas relacionadas con los consumidores y usuarios finales S4-2. Procesos para colaborar con los consumidores y usuarios finales en materia de incidencias
		I (+)	Asegurar la disponibilidad de productos	S4-1. Políticas relacionadas con los consumidores y usuarios finales
		I (+)	Aplicación de precios justos	S4-4. Adopción de medidas relacionadas con las incidencias de importancia relativa sobre los consumidores y usuarios finales, enfoques para mitigar los riesgos de importancia relativa y aprovechar las oportunidades de importancia relativa relacionados con los consumidores y usuarios finales y la eficacia de dichas actuaciones
		I (+)	Proteger la reputación de la empresa	

S1.SBM-3_03 / 11): Los impactos y riesgos descritos presentan un alcance transversal para el conjunto de la operativa, no habiéndose identificado impactos materiales que afecten de forma desproporcionada o exclusiva a colectivos específicos o en situación de vulnerabilidad como los incluidos en el AR-8 relacionado con S1.SBM-3_11 del Reglamento Delegado (UE) 2023/2772.

GOBERNANZA

Temas materiales		Impactos, Riesgos y Oportunidades asociados		Divulgación
G1- Conducta empresarial	Cumplimiento normativo	I (+)	Fortalecimiento de la reputación y la marca corporativa	G1-1. Políticas de conducta empresarial y conducta corporativa
		I (+)	Refuerzo de la cultura ética y cumplimiento	G1-1. Políticas de conducta empresarial y conducta corporativa
		I (+)	Detección temprana de irregularidades y problemas internos	G1-3. Prevención y detección de la corrupción y el soborno G1-5. Influencia política y actividades de los grupos de presión.
		I (+)	Garantizar el bienestar animal durante su manipulación en el desarrollo de las actividades	No existe requisito de divulgación
		I (+)	Reducción de los riesgos asociados a proveedores no conformes	G1-2. Gestión de las relaciones con proveedores G1-6. Prácticas de pago
		I (-)	Interrupciones en la cadena de suministro (con concentración de proveedores únicos).	G1-2. Gestión de las relaciones con proveedores
		I (-)	Corrupción	G1-4. Casos de corrupción o soborno
		I (+)	Proteger la reputación corporativa y evitar sanciones.	G1-3. Prevención y detección de la corrupción y el soborno
	Diálogo con los GGII	I (+)	Mejorar la integridad y la transparencia, creando un ambiente de trabajo ético y confiable, que aumentará la confianza de los empleados en la gestión y a su vez, podrá reducir riesgos legales y reputacionales	G1-1. Políticas de conducta empresarial y conducta corporativa
		I (+)	Promoción de prácticas sostenibles entre los proveedores	G1-2. Gestión de las relaciones con proveedores
		I (+)	Asegurar la comunicación bidireccional y transparente con los grupos de interés.	G1-1. Políticas de conducta empresarial y conducta corporativa
		I (+)	Incremento de la confianza en los clientes y otros grupos de interés	
	Seguridad alimentaria	I (+)	Seguridad Alimentaria	No existe requisito de divulgación

ANEXO I.II.

Metodología para el cálculo de las emisiones bajo GHG Protocol

A continuación, se muestra la metodología establecida a nivel de Grupo, supuestos importantes y factores de emisión utilizados por Lidl para el cálculo de las emisiones de alcance 1, 2 y 3, además de los datos de emisiones de dichos alcances bajo los criterios establecidos por el GHG Protocol:

Alcance	Actividad	Descripción del Alcance	Metodología
Alcance 1	Combustión estacionaria (instalaciones)	En Lidl España, estas emisiones se generan por el uso de calefactores a gas / calefactores a aceite en las propiedades (tiendas, centros logísticos y servicios), así como por el uso de sistemas de energía de emergencia.	Los KPIs para el consumo de gas y el consumo de aceite de calefacción se recopilan anualmente mediante el conjunto de KPIs de Schwarz para cada tipo de propiedad (tienda, centro logístico y servicio).
	Gases volátiles/ refrigerantes	En las tiendas y almacenes se requieren refrigerantes para la conservación de productos y para el aire acondicionado de los edificios o el enfriamiento de habitaciones. Estos refrigerantes se encuentran en los sistemas técnicos correspondientes. Cualquier daño en dichos sistemas puede ocasionar la pérdida de refrigerante. En caso de que los refrigerantes escapen de los sistemas, se liberan a la atmósfera. El impacto negativo de esta liberación varía según el tipo de refrigerante utilizado. Los refrigerantes se clasifican en naturales, que tienen un bajo potencial de calentamiento global, y sintéticos, que poseen un alto potencial de calentamiento global. El uso de refrigerantes naturales minimiza la liberación de CO ₂ e en caso de fugas, debido a su bajo valor de GWP.	Para los refrigerantes, los datos de actividad del conjunto de KPIs de Grupo Schwarz se multiplican por un factor, aunque estos datos ya reflejan las emisiones, ya que indican la cantidad de refrigerante dañino para el clima que ha escapado a la atmósfera. De manera estricta, los factores utilizados no son factores de emisión, sino los potenciales de calentamiento global (GWP) de los distintos refrigerantes. Los GWP de los refrigerantes se basan en los factores del IPCC y en la composición de los refrigerantes de acuerdo con la norma ANSI / ASHRAE 34-2016 Designación y clasificación de seguridad de refrigerantes. Los indicadores clave relacionados con la cantidad de recarga de refrigerante se recogen anualmente a través del conjunto de KPIs de Schwarz para cada tipo de refrigerante y propiedad (tienda, centro logístico). Dado que cada refrigerante tiene un impacto diferente en las emisiones de gases de efecto invernadero, se aplican distintos factores de emisión para cada tipo de refrigerante. El balance se realiza utilizando los factores de caracterización del IPCC 2013 y, cuando es aplicable, la composición según la norma ASHRAE 34 (únicamente para gases de Kyoto).
	Combustión móvil	Las emisiones de gases de efecto invernadero generadas por la flota propia de vehículos de la empresa, que abarca automóviles, camiones y barcos, se calculan teniendo en cuenta los combustibles utilizados por estos vehículos, como diésel y gasolina.	Los indicadores clave relacionados con las cantidades de combustible de la flota propia de vehículos y la logística de esta se recopilan anualmente a través del conjunto de KPIs de Schwarz, desglosados por tipo de propulsión (diésel, gasolina, eléctrico, hidrógeno, GNL/ CBG).

Alcance	Actividad	Descripción del Alcance	Metodología
Alcance 2	Electricidad	La energía es esencial para el desarrollo de las actividades comerciales de la empresa (como la iluminación, el funcionamiento de bombas de calor, refrigeración, sistemas de cajas registradoras, entre otros). La mayor parte de esta energía se adquiere de proveedores de electricidad, aunque también se genera internamente a través de los sistemas fotovoltaicos (PV) de la empresa	El consumo directo de electricidad de la empresa se calcula de acuerdo con las directrices del Protocolo GHG, Alcance 2, utilizando dos enfoques diferentes: Enfoque basado en el mercado: Este enfoque se basa en los contratos establecidos con los proveedores de energía. Los proveedores utilizan factores de emisión específicos según los contratos de suministro para calcular el Alcance 2. Para ello, se deben cumplir ciertos criterios de calidad, garantizados en Europa por las Garantías de Origen (GOs) y en Estados Unidos por los Certificados de Energía Renovable (RECs). Este enfoque permite considerar las tarifas de electricidad verde. Enfoque basado en la ubicación: Este enfoque se basa en la ubicación del consumidor de electricidad. Independientemente de las tarifas de electricidad verde, las emisiones de Alcance 2 siempre se calculan utilizando la mezcla energética del país, tal como la publica la IEA. Se utiliza el conjunto de KPIs de Schwarz para recopilar el consumo de electricidad en tiendas, servicios y almacenes. Para ello, se emplean datos del sistema de control de edificios (BMS), que también se utiliza para monitorear el consumo. Los almacenes externos (para productos no alimenticios, partes de estantes, etc.) no están conectados al software BMS, por lo que se recurre a una extrapolación basada en las áreas de los almacenes y un consumo promedio de energía, determinado a partir de un almacén online de Lidl España Digital, ya que estos almacenes no utilizan refrigeración. El consumo promedio de energía se asume en 2.99 kWh/m², basado en un almacén digital de Lidl España.
	Calefacción central.	En las tiendas y/o almacenes, se requiere calefacción central para proporcionar calor a los espacios. La calefacción central implica el suministro de calor para la calefacción de los edificios y el agua caliente. La energía térmica se transporta a través de un sistema de tuberías térmicamente aisladas, que generalmente están enterradas en el suelo, aunque en algunos casos se emplean líneas aéreas. Al igual que con la energía eléctrica, la calefacción central debe ser generada inicialmente. Si se utilizan materiales de origen fósil para su producción, se generan emisiones de GEI debido al uso de la calefacción central.	Los KPIs se recogen anualmente a través del conjunto de KPIs de Schwarz para cada tipo de propiedad, como tiendas, centros logísticos y proveedores de servicios.

Alcance	Actividad	Descripción del Alcance	Metodología
Alcance 3	Adquisición de productos y servicios	Para el funcionamiento normal de Lidl España, se adquieren numerosos bienes producidos por otras organizaciones. Las emisiones generadas durante la producción de estos bienes se consideran emisiones indirectas de alcance 3. Estas emisiones son resultado de la fabricación de los productos adquiridos.	Para calcular la categoría de productos adquiridos, se recopilan y exportan los datos de las cantidades de entrada de mercancías para todos los países y grupos de productos desde el sistema de gestión de mercancías. Se excluyen ciertos subgrupos de productos específicos: 98, 198, 199, 991, 995, 997 y 998. Posteriormente, los datos recopilados se preparan convirtiendo las cantidades de entrada de mercancías en unidades de kg/L. Se mide mediante la cantidad de bienes entrantes de todos los grupos de productos en kilogramos o litros.
		En el día a día de Lidl España, se adquieren numerosos servicios de todo tipo que se llevan a cabo por otras organizaciones. Las emisiones generadas durante el servicio de estos servicios se consideran emisiones indirectas de alcance 3. Estas emisiones son resultado de los servicios adquiridos.	Proporciona una visión completa con las cuentas KER (Key Emission Reduction accounts). Las cuentas de servicios relevantes fueron identificadas en estas cuentas (por ejemplo, costos de reparación de bienes inmuebles o limpieza de edificios). Las cuentas KER seleccionadas se comparan luego con factores de emisión basados en el gasto.
		Las emisiones generadas en la producción de los consumibles adquiridos. Estos consumibles incluyen entre otros materiales publicitarios (HHZ), bolsas de pan, film estirable, bolsas de plástico, bolsas de basura y papel para copias	Utilizando los datos de actividad más relevantes que son recopilados a través del conjunto de KPI del grupo. Dado que los bienes de consumo están compuestos de diferentes materiales, también se utilizan diferentes factores de emisión (por ejemplo, Ecoinvent 3.5; mercado de papel, con contenido de madera, recubierto ligero, RER + estimación experta para la reducción a través del reciclaje basada en estudios de papel (por ejemplo, UBA 2008) para material publicitario reciclado.
		Las emisiones generadas por el funcionamiento de Lidl España Digital entre otras cosas es un servicio de servidores que son usados para dar soporte a la plataforma. El uso de estos mismos conlleva emisiones que entran en el alcance indirecto de la huella.	Se usa la base de datos corresponde a la cantidad total de pedidos de las tiendas en línea por país. Los datos de actividad se preparan luego convirtiendo las cantidades de pedidos en kg/L. En el último paso, los factores de emisión (varias fuentes, por ejemplo, Ecoinvent 3.10, Optimeal Farm to Retail EU) se asignan a nivel de familia de artículos y las emisiones totales por país se calculan a nivel de artículo.
		Los embalajes de los productos están sujetos a una ecotasa por un servicio de tratamiento del residuo final. Por esto se incluyen las emisiones generadas de los tratamientos por los embalajes de los productos en el alcance 3.	Las cantidades de bienes entrantes se asignan a los datos de embalaje (IVA) a nivel de artículo para determinar las cantidades totales por fracción de embalaje. Los datos de embalaje que no están disponibles se complementan con valores promedio por familia de artículos. Los factores de emisión se asignan a las respectivas fracciones de embalaje. Las emisiones totales se transfieren a las herramientas de análisis de datos correspondientes por país. Estos datos tratados se llevan a las cuentas KER recibiendo datos de emisión.
	Bienes de infraestructuras	La categoría de bienes de infraestructuras registra las emisiones de los bienes de capital que son comprados o utilizados por una empresa u organización. Estos incluyen, por ejemplo: Edificios y sistemas, máquinas y equipos, tecnología de la información y comunicación, y muebles y equipos.	Usando la base de datos de los inventarios de propiedades de estas características, se usan los KER para calcular sus emisiones equivalentes.

Alcance	Actividad	Descripción del Alcance	Metodología
Alcance 3	Emisiones relacionadas con combustibles y energía	La categoría de GEI equilibra las emisiones de gases de efecto invernadero causadas por la extracción, producción y transporte de fuentes de energía y combustibles.	La cadena de suministro se contabiliza para diferentes categorías como combustión móvil, combustión estacionaria, calefacción distrital, electricidad y logística. En el caso de la movilidad eléctrica, no hay emisiones en la categoría principal, pero se tienen en cuenta las emisiones de la generación de energía. Las emisiones directas de la empresa se contabilizan bajo el Alcance 1, las emisiones de la planta de energía bajo el Alcance 2 y la cadena de suministro de combustible bajo el Alcance 3
	Transporte logístico	La logística de aprovisionamiento consiste en los repartos de productos de venta y se divide en logística de entrada y emisiones de entrega gratuita a domicilio.	Los datos usados son: Logística de Entrada (IBL) Para el año fiscal 2019, los datos se recopilaron consultando a los transportistas. Los datos del año fiscal actual se recopilaron con una extrapolación: el crecimiento de ventas de Lidl España INT =IBL Food / crecimiento de NF en el año fiscal 2019 en comparación con el año fiscal actual.
		Logística de Entrada (IBL): entrada de productos de venta a almacenes y tiendas Entrega Gratuita a Domicilio: entrega de productos de pedidos a clientes.	Entrega Gratuita a Domicilio: La base de datos consiste en la cantidad de GR en combinación con datos de origen de los respectivos sitios de producción (alimentos) o países de origen (F&V). Con base en los datos de origen, se crean escenarios de transporte y se calculan las emisiones sobre la base de kgCO ₂ /kg de bienes transportados. Las emisiones calculadas por separado del IBL se deducen de las emisiones totales de la logística de entrega gratuita a domicilio para alimentos, ya que no es posible separar el tipo de transporte basado en la cantidad de GI.
		Por otro lado, también se tienen en cuenta las emisiones de las distribuciones logísticas de bienes útiles a los diferentes almacenes y tiendas.	La base de datos de las que se sacan estos datos está relacionada con los KPIs del grupo sobre este tipo de desplazamientos.
	Residuos operativos	En esta sección se dividen los residuos operativos en las siguientes categorías: papel y cartón, orgánicos, PET, plásticos, madera, textiles, vidrio, chatarra, materiales peligrosos, otros materiales no peligrosos y residuos residuales.	Las emisiones se contabilizan a diferentes niveles dependiendo del tipo de envío. En el caso de la recuperación de energía, reciclaje, reutilización, etc., solo se cobran los transportes. Las emisiones del reciclaje o la recuperación de energía deben ser asumidas por el sistema receptor, es decir, el usuario del material reciclado o la energía. Si, por otro lado, no hay un usuario posterior, por ejemplo, para el vertedero y la incineración, entonces se tienen en cuenta los transportes y las emisiones de la respectiva eliminación. En el caso de materiales de base biológica (por ejemplo, papel), no se producen emisiones de CO ₂ durante la combustión de acuerdo con las especificaciones metodológicas, ya que es carbono que fue previamente eliminado de la atmósfera. Sin embargo, en el vertedero, parte del carbono biogénico se libera como metano, que tiene un impacto mucho mayor en el clima que el CO ₂ previamente extraído, lo que significa que también se generan mayores emisiones por materiales biogénicos en el vertedero. Todos estos datos de cantidad y tipo de residuo están recogidos en los KPIs del grupo.

Alcance	Actividad	Descripción del Alcance	Metodología
Alcance 3	Viajes de trabajo	En esta categoría de GEI, se equilibran las emisiones de las actividades de viaje. Solo se contabilizan las emisiones emitidas con medios de transporte externos. Si los vehículos son propiedad de la empresa, estas emisiones se contabilizan en el alcance 1	Se recopilan datos del tipo de cantidad de viajes, distancia de estos, cantidad de personas por viaje, medio de transporte usado. Con estos datos se calculan las emisiones pasando por las cuentas KER.
	Viajes habituales de empleados	En la categoría se contabilizan las emisiones de los empleados que viajan hacia y desde el trabajo. Nota: Si los vehículos utilizados son propiedad de la empresa (coche de empresa), el balance se realiza en el Alcance 1 - Combustión móvil.	Dependiendo de la distancia, el tipo de transporte y el número de días laborables para el desplazamiento, hay diferentes niveles de emisiones. Se utiliza un enfoque genérico para calcular esta categoría, ya que actualmente no hay una base de datos más precisa. valores estadísticos (Alemania), se refiere a la proporción de diferentes modos de transporte y una distancia promedio de desplazamiento. El valor anual de emisiones determinado para cada empleado se multiplica luego por el número de empleados. Factores de emisión de Ecoinvent y DEFRA.
	Transporte indirecto de salida. (Solo importante en caso de empresas nacionales que operan una tienda en línea)	Las emisiones de gases de efecto invernadero causadas por la logística indirecta de salida, es decir, la logística directamente al cliente, se contabilizan en la categoría de GEI. Los productos vendidos se envían al cliente a través de proveedores de servicios. Las emisiones ocurren durante este envío. La magnitud de estas emisiones depende (de manera similar a la logística indirecta de entrada) de los tipos de conducción con los que se operan los vehículos.	Los datos son facilitados por cada proveedor de servicios de paquetería (por ejemplo, DHL o Hermes), se recibe una visión general de los paquetes entregados (entregados / no entregables / devoluciones). El número de paquetes se equilibra con una emisión promedio por paquete, que se recibe del respectivo proveedor de servicios de transporte, por ejemplo, DHL 0.520 kg CO ₂ / paquete
	Uso de los productos vendidos	En esta categoría de GEI, se contabilizan las emisiones directas resultantes del uso de los productos vendidos. (Si un cliente compra un producto alimenticio, por ejemplo, se producen emisiones indirectas durante la fase de uso, como durante la refrigeración o la cocción. Si, por otro lado, se compra un electrodoméstico, este consume electricidad durante el período de uso y se producen emisiones directas durante la fase de uso.)	Esta estimación se basa en suposiciones sobre escenarios de uso (incluyendo tiempo de uso, consumo de energía, vida útil, mezcla de red, etc.) de productos relevantes durante la fase de uso para determinar los factores de emisión (la fase de uso de los textiles no se tiene en cuenta debido a los requisitos del SBTi y el protocolo de GEI). Asignación de los escenarios de uso y factores de emisión a las familias de artículos relevantes (estacionarios) y categorías de tiendas (digitales) utilizando el Alcance 3.11. Compensación de las cantidades totales (en unidades) determinadas en el Alcance 3.1 - Productos Comprados y el Alcance 3.1 - Lidl España Digital con factores de emisión asignados de la fase de uso. Notas sobre dispositivos eléctricos: - Se hacen suposiciones para los siguientes criterios de cada dispositivo electrónico: vida útil [h / a], consumo [kW], vida útil promedio [a] - Cálculos propios basados en diversas fuentes con información sobre vida útil, consumo y vida útil promedio de dispositivos electrónicos (por ejemplo, Agencia Federal de Medio Ambiente)

Alcance	Actividad	Descripción del Alcance	Metodología
Alcance 3	Fin de vida de los productos usados	Esta categoría de GEI incluye las emisiones relacionadas con la eliminación de productos al final de su ciclo de vida vendidos durante un año fiscal. Esto incluye las emisiones totales esperadas al final de la vida de todos los productos vendidos.	Para la estimación se hace uso de factores de emisión con escenarios de eliminación promedio (base de datos DBEIS Waste disposal 2019). También se usa el dato de inventario de bienes en kg y L. Se usa la definición de factores de emisión basada en la unidad de productos relevantes (productos en kg / unidad). La asignación de los factores de emisión a las familias de artículos relevantes (estacionarios), categorías de tiendas (digitales) y embalaje se realiza utilizando identificadores. Compensación de las cantidades totales determinadas en el Alcance 3.1 - Productos Comprados, Alcance 3.1 - Lidl España Digital y Alcance 3.1 - Embalaje (en kg / l / unidad) con factores de emisión asignados para la eliminación.

En la tabla se incluyen los rangos de ID desde (E1-4_02 a E1-4_14

ANEXO II. TABLAS DE DATOS

Información a reportar		Material	Referencias Neis	Capítulo	Página	Comentarios	
Modelo de negocio	Entorno empresarial	Sí	NEIS 2 GOV-1 NEIS 2 GOV-2 NEIS 2 SBM-1 NEIS 2 SBM-2 NEIS 2 SBM-3	MODELO DE NEGOCIO	5-9	-	
	Organización y estructura	Sí		MODELO DE NEGOCIO	8	-	
	Mercados en los que opera	Sí		MODELO DE NEGOCIO > Descripción del modelo de negocio	7	-	
	Objetivos y estrategias	Sí	E1-2; E5-2; S1-5; S4-4	CAMBIO CLIMÁTICO ECONOMÍA CIRCULAR PERSONAL PROPIO CONSUMIDORES CONDUCTA EMPRESARIAL	22-38; 39-45; 51-70; 71-77; 84-97	-	
	Principales factores y tendencias que pueden afectar a su evolución	Sí	E1-2; E5-2; S1-5; S4-4	CAMBIO CLIMÁTICO ECONOMÍA CIRCULAR PERSONAL PROPIO CONSUMIDORES CONDUCTA EMPRESARIAL	22-38; 39-45; 51-70; 71-77; 84-97	-	
	Principales políticas que aplica al Grupo	Sí	E1-2; E5-2; S1-1; S4-1; G1-1	CAMBIO CLIMÁTICO ECONOMÍA CIRCULAR PERSONAL PROPIO CONSUMIDORES CONDUCTA EMPRESARIAL	22-38; 39-45; 51-70; 71-77; 84-97	-	
Principales riesgos e impactos identificados	Sistemas de Control Interno de Gestión de Riesgos	Sí	NEIS 2 GOV-4 NEIS 2 GOV-5	MODELO DE NEGOCIO > Gestión de riesgos	11-11	GOV-4 Elementos esenciales de la Diligencia Debida a) Integración la diligencia debida en la gobernanza, la estrategia y el modelo de negocio b) Colaboración con las partes interesadas afectadas en todas las etapas clave de la diligencia debida c) Identificación y evaluación de las incidencias adversas d) Adopción de medidas para hacer frente a esas incidencias adversas e) Seguimiento de la eficacia de estos esfuerzos y comunicación	Apartados del Estado de Sostenibilidad Conducta empresarial Conducta empresarial Personal propio Conducta empresarial Conducta empresarial Economía circular Conducta empresarial

Información a reportar		Material	Referencias Neis	Capítulo	Página	Comentarios
Modelo de negocio	Análisis de riesgos e impactos relacionados con cuestiones clave	Sí	NEIS 2 IRO-1 NEIS 2 IRO-2 NEIS 2 SBM-3	MEDIO AMBIENTE SOCIAL CONDUCTA EMPRESARIAL	127-134	Los temas materiales se encuentran detallados en las tablas de medio ambiente, social y conducta empresarial encontradas en el ANEXO
Enfoque de gestión	Información detallada sobre la gestión ambiental que se realiza y los aspectos ambientales significativos.	Sí	E1-2; E5-1	MEDIO AMBIENTE	19- 20	-
	Procedimientos de evaluación o certificación ambiental, aplicación del principio de precaución.	Si	E1-3; E5-2	MEDIO AMBIENTE>CAMBIO CLIMÁTICO/ECONOMÍA CIRCULAR/ DESPERDICIO ALIMENTARIO	19-47	-
	Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	Si	E1-3; E5-2	MEDIO AMBIENTE>CAMBIO CLIMÁTICO/ECONOMÍA CIRCULAR/ DESPERDICIO ALIMENTARIO	19-47	-
	Recursos dedicados a gestión ambiental	Si	E1-3; E5-2	MEDIO AMBIENTE>CAMBIO CLIMÁTICO/ECONOMÍA CIRCULAR/ DESPERDICIO ALIMENTARIO	19-47	-
Contaminación	Medidas para prevenir, reducir o reparar emisiones de carbono.	No	-	MEDIO AMBIENTE>CAMBIO CLIMÁTICO>Actuaciones, recursos y metas en relación con las políticas en materia de cambio climático.	22-29	El tema no ha sido material para Lidl España a la hora de realizar el estudio de doble materialidad, por ello no se reporta.
	Contaminación por ruido y contaminación lumínica	No	-	N/A	-	No se han realizado medidas de contaminación por ruido y lumínica más allá de las definidas por la ley aplicada a cada actividad.
Economía circular y prevención y gestión de residuos	Residuos Generados	Si	E5-5	ECONOMÍA CIRCULAR > Salidas de recursos	44-45	-
	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, recuperación y eliminación de desechos.	Si	E5-2	ECONOMÍA CIRCULAR > Actuaciones, recursos y metas relacionadas con el uso de los recursos y la economía circular	39-45	-
Desperdicio Alimentario	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	Si	-	DESPERDICIO ALIMENTARIO	46-47	-

Información a reportar		Material	Referencias Neis	Capítulo	Página	Comentarios
Uso sostenible de recursos	Consumo de agua y suministro de agua	No	-	N/A	-	El consumo de agua de Lidl España ha sido de 499.502 m3 en 2025 y el 100% es de origen de red.
	Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia en su uso	Sí	E5-5	ECONOMÍA CIRCULAR > Entrada de recursos. Materias primas	44	Se considera como reutilizado a aquella entrada de productos que se utilizan nuevamente sin transformación. Por otra parte, se considera reciclado a aquellos materiales que han sido procesados para obtener nuevos productos. (E5-4_08) La empresa puede cumplir con la E1-9 información cualitativa durante los tres primeros años de preparación del informe, introduciendo la información de forma paulatina. (E5-6_01); (E5-6_02); (E5-6_03); (E5-6_04)
Cambio climático	Consumo directo e indirecto de energía	Si	E1-5	CAMBIO CLIMÁTICO > Consumo y combinación energéticos	34	-
	Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética	Si	E1-3	CAMBIO CLIMÁTICO > Actuaciones, recursos y metas en relación con las políticas en materia de cambio climático	24-25	-
	Uso de energías renovables	Si	E1-5	CAMBIO CLIMÁTICO > Actuaciones, recursos y metas en relación con las políticas en materia de cambio climático	24-25	-
	Elementos importantes de emisiones de Gases de Efecto Invernadero generadas	Si	E1-4; E1-6	CAMBIO CLIMÁTICO > Emisiones de Gases de Efecto Invernadero	35-38	Lidl España no ha fijado un sistema de fijación interno del carbono, ya que no aplica a sus actividades. La empresa puede cumplir con la E1-9 información cualitativa durante los tres primeros años de preparación del informe, incluyendo la información de forma paulatina. (E1-9_07 a E1-9_44)
	Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	Si	E1-1 E1-3	CAMBIO CLIMÁTICO > Actuaciones, recursos y metas en relación con las políticas en materia de cambio climático	24-25	-
	Divulgación de gastos operativos significativos (Opex) y/o gastos de capital (Capex) necesarios para la implementación del plan de acción	SI	E1-1	TAXONOMÍA > Indicadores Económicos	107-113	Se incluye en el apartado de Taxonomía la información que da respuesta al punto E1-1_04

Información a reportar		Material	Referencias Neis	Capítulo	Página	Comentarios
Uso sostenible de recursos	Recursos financieros asignados al plan de acción (OpEx)	SI	E1-1	TAXONOMÍA >Indicadores Económicos	107-113	Se incluye en el apartado de Taxonomía la información que da respuesta al punto E1-1_05
	Recursos financieros asignados al plan de acción (CapEx)	SI	E1-1	TAXONOMÍA >Indicadores Económicos	107-113	-
	Explicación de la relación entre los gastos de capital y gastos operativos significativos necesarios para ejecutar las medidas adoptadas o previstas en relación con los indicadores clave de rendimiento exigidos por el Reglamento Delegado (UE) 2021/2178 de la Comisión	SI	E1-3	TAXONOMÍA >Indicadores Económicos	107-113	Se incluye en el apartado de Taxonomía la información que da respuesta a los puntos E1-1_06
	Explicación de la relación entre los gastos de capital y los gastos operativos significativos necesarios para ejecutar las medidas adoptadas o previstas para el plan de gastos de capital exigidos por el Reglamento Delegado (UE) 2021/2178 de la Comisión	SI	E1-3	TAXONOMÍA >Indicadores Económicos	107-113	Se incluye en el apartado de Taxonomía la información que da respuesta al punto E1-3_08.
	Descripción del alcance, la metodología y los horizontes temporales del análisis de resiliencia, así como de sus principales resultados.	Si	E1.SBM-3_02 E1.SBM-3_03 E1.SBM-3_04 E1.SBM-3_05 E1.SBM-3_06	N/A	-	Lidl España no dispone, a la fecha, de un análisis integral de resiliencia climática que cubra la totalidad de su estrategia y modelo de negocio. Sin embargo, se han realizado evaluaciones parciales centradas en determinados riesgos climáticos relevantes, principalmente asociados a las operaciones propias.En este sentido, la compañía tiene previsto avanzar en la ampliación del alcance de dicho análisis en futuros ejercicios.

Información a reportar		Material	Referencias Neis	Capítulo	Página	Comentarios
Biodiversidad	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	No	-	N/A	-	El tema no ha sido material para Lidl España a la hora de realizar el estudio de doble materialidad, por ello no se reporta.
	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	No	-	N/A	-	El tema no ha sido material para Lidl España a la hora de realizar el estudio de doble materialidad, por ello no se reporta.
Empleo	N.º total y distribución de empleados por sexo, edad, país, clasificación profesional	Sí	S1-9	PERSONAL PROPIO > Características de la plantilla	53-54	-
	N.º total y distribución de modalidades de contrato de trabajo	Sí	S1-6	PERSONAL PROPIO > Características de la plantilla	53-54	-
	N.º de empleados asalariados que no pertenecen a plantilla propia	No	S 1-7	N/A	-	Actualmente, Lidl no dispone de una base de datos específica que permita identificar y cuantificar a los trabajadores asalariados que no pertenecen a la plantilla propia. Por ello, no se reporta esta información en el presente informe. (S1-7_10)
	Promedio anual de contratos indefinidos, temporales, tiempo parcial, por sexo, edad y clasificación profesional	Sí	S1-6	N/A	-	No se reporta el promedio anual de contratos, ya que teniendo en cuenta el modelo de negocio de la empresa la variación respecto a fin de año fiscal no es significativa. (S1-6_03) (S1-6_06) (S1-6_10)
	N.º despidos por sexo, edad y clasificación profesional	Sí	-	N/A	-	La Sociedad no reporta este dato debido a las directrices de confidencialidad del Grupo Schwarz aplicables internacionalmente en esta materia.
	Remuneración medias y evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional	Sí	S1-6	PERSONAL PROPIO > Condiciones laborales y derechos humanos > Salarios adecuados y retribución	63-66	Ratio de remuneración total anual* = 17,80 *(Remuneración total anual de la persona de la empresa con mayor salario / Mediana de la remuneración total anual de los empleados, excluida la persona con mayor salario) Lidl España paga a todos sus empleados un salario adecuado, de acuerdo con los puntos de referencia aplicables (S1-10_01)
	Brecha salarial	Sí	S1-6	PERSONAL PROPIO > Condiciones laborales y derechos humanos > Salarios adecuados y retribución	63-66	-

Información a reportar		Material	Referencias Neis	Capítulo	Página	Comentarios
Empleo	Remuneración de puestos de trabajo iguales o media de la sociedad	Sí	S1-6	PERSONAL PROPIO > Condiciones laborales y derechos humanos > Salarios adecuados y retribución	63-66	-
	Remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo	Sí	S1-6	PERSONAL PROPIO > Condiciones laborales y derechos humanos > Salarios adecuados y retribución	-	La Sociedad considera que desglosar esta información podría atentar contra la ley de protección de datos, dado el reducido número de consejeros ejecutivos (4 hombres y 2 mujeres)
	Políticas de desconexión laboral	Sí	S1-1	PERSONAL PROPIO > Salud y bienestar > Organización del trabajo y conciliación	61-64	-
	Empleados con discapacidad	Sí	S1-12	PERSONAL PROPIO > Diversidad e inclusión > Capacidades diversas	57	-
Organización del trabajo	Organización del tiempo de trabajo	Sí	S1-1	PERSONAL PROPIO > Salud y bienestar > Organización del tiempo de trabajo y conciliación	61-62	-
	Número de horas de absentismo	Sí	S1-14	PERSONAL PROPIO > Salud y bienestar > Salud y seguridad en el trabajo	59-60	-
	Medidas de conciliación	Sí	S1-4, S1-15	PERSONAL PROPIO > Salud y bienestar > Organización del tiempo de trabajo y conciliación	61-62	El porcentaje de empleados y empleadas que pueden acogerse a permisos y licencias familiares es de un 100% (S1-15_01) (S1-15_02).
Salud y seguridad	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	Sí	S1-14	PERSONAL PROPIO > Salud y bienestar	58	-
	Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad	Sí	S1-14	PERSONAL PROPIO > Salud y bienestar > Salud y seguridad en el trabajo	59-60	-
	Enfermedades profesionales; desagregado por sexo / accidentes mortales	Sí	-	PERSONAL PROPIO > Salud y bienestar > Salud y seguridad en el trabajo	59-60	-

Información a reportar		Material	Referencias Neis	Capítulo	Página	Comentarios																															
Relaciones sociales	Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos	Sí	S1-2; S1-17	PERSONAL PROPIO > Condiciones laborales y derechos humanos > Cobertura de la negociación y diálogo social	63-64	No se han recibido quejas a través de los canales establecidos para ello (S1-17_03) No se han producido reclamaciones presentadas ante los Puntos Nacionales de Contacto para las Empresas Multinacionales de la OCDE (S1-17_04)																															
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	Sí	S1-8	PERSONAL PROPIO > Condiciones laborales > Cobertura de la negociación colectiva y diálogo social	63-64	-																															
	Porcentaje de sus empleados cubiertos por convenios colectivos están dentro de la tasa de cobertura por país (en el EEE) (S1-8_02)	Sí	S1-8	PERSONAL PROPIO > Condiciones laborales > Cobertura de la negociación colectiva y diálogo social	63-64	-																															
	Porcentaje de empleados en el país (EEE) cubiertos por representantes de los trabajadores/as.	Sí	S1-8	PERSONAL PROPIO > Condiciones laborales > Cobertura de la negociación colectiva y diálogo social	63-64	<table><tr><td>(S1-8_08)</td><td colspan="2">Cobertura de la negociación colectiva</td><td>Diálogo social</td></tr><tr><td>Tasa de cobertura</td><td>Asalariados – EEE</td><td>Asalariados – No EEE</td><td>Representación en el lugar de trabajo (solo EEE)</td></tr><tr><td>0-19%</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr><tr><td>20-39%</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr><tr><td>40-59%</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr><tr><td>60-79%</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr><tr><td>80-100%</td><td>España</td><td>-</td><td>España</td></tr></table>				(S1-8_08)	Cobertura de la negociación colectiva		Diálogo social	Tasa de cobertura	Asalariados – EEE	Asalariados – No EEE	Representación en el lugar de trabajo (solo EEE)	0-19%	-	-	-	20-39%	-	-	-	40-59%	-	-	-	60-79%	-	-	-	80-100%	España	-	España
	(S1-8_08)	Cobertura de la negociación colectiva		Diálogo social																																	
	Tasa de cobertura	Asalariados – EEE	Asalariados – No EEE	Representación en el lugar de trabajo (solo EEE)																																	
0-19%	-	-	-																																		
20-39%	-	-	-																																		
40-59%	-	-	-																																		
60-79%	-	-	-																																		
80-100%	España	-	España																																		
Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo	Sí	S1-8	PERSONAL PROPIO > Condiciones laborales > Cobertura de la negociación colectiva y diálogo social	63-64	-																																
Formación	Políticas implementadas en el campo de la formación	Sí	S1-1	PERSONAL PROPIO > Formación y desarrollo profesional > Políticas y programas de formación	67-68	-																															
	Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales	Sí	-	PERSONAL PROPIO > Formación y desarrollo profesional > Políticas y programas de formación	67-68	-																															
Igualdad	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	Sí	S1-4, S1-5, S1-9	PERSONAL PROPIO > Igualdad y no discriminación	64	-																															

Información a reportar		Material	Referencias Neis	Capítulo	Página	Comentarios
Igualdad	Planes de igualdad	Sí	S1-1: S1-4; S1-9	PERSONAL PROPIO > Igualdad y no discriminación	64	-
	Medidas adoptadas para promover el empleo	Sí	S1-4, S1-5, S1-9	Temas materiales, impactos, riesgos y oportunidades→ Empleo	49	-
	Protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo	Sí	S1-4, S1-5, S1-9, S1-17	PERSONAL PROPIO > Igualdad y no discriminación	64	No se han producido casos de acoso sexual y por razón de sexo en el período de referencia. (S1-17_01) No se han producido multas, sanciones e indemnizaciones (S1-17_05); (S1-17_06).
	Integración y accesibilidad universal de las personas con discapacidad	Sí	S1-4, S1-12	PERSONAL PROPIO > Diversidad e inclusión > Capacidades diversas	57	-
	Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	Sí	S1-4	PERSONAL PROPIO > Diversidad e inclusión	55-56	-
Información sobre el respeto de los derechos humanos	Procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos	Sí	NEIS 2 GOV-4	PERSONAL PROPIO > Condiciones laborales y derechos humanos	58-59	-
	Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	Sí	S1-4, S1-3, S4-4	PERSONAL PROPIO > Condiciones laborales y derechos humanos	63	-
	Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	Sí	S1-17	Incidentes y reclamaciones	90-91	En Lidl España se han recibido en el sistema interno de información 38 comunicaciones de posibles incumplimientos relativos a la vulneración de derechos humanos, la vulneración de leyes de competencia, la evasión fiscal o la corrupción o soborno, habiendo confirmado un caso de acoso psicológico/mobbing, aplicando el protocolo de acoso. (S1-17_01)(S1-17_07) Asimismo, durante el ejercicio no se han registrado reclamaciones presentadas ante los Puntos Nacionales de Contacto para las Empresas Multinacionales de la OCDE (S1-17_09). Con respecto a los incidentes relacionados con factores sociales, en 2025 no se ha registrado ninguno desfavorable. (S1-17_10) 0 euros (S1-17_11) ;(S1-17_12)

Información a reportar		Material	Referencias Neis	Capítulo	Página	Comentarios
Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno	Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	Sí	G1-3	CONDUCTA EMPRESARIAL > Prevención y detección de la corrupción y el soborno	84-97	-
	Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	Sí	G1-3	CONDUCTA EMPRESARIAL > Prevención y detección de la corrupción y el soborno	84-97	-
	Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	Sí	S3-4	COMPROMISO CON LA COMUNIDAD Y DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS	78-79	-
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible	Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local	Sí	NEIS 2 SBM.3	COMPROMISO CON LA COMUNIDAD Y DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS	78-79	-
	Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos	Sí	-	COMPROMISO CON LA COMUNIDAD Y DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS	78-79	-
	Acciones de asociación o patrocinio	Sí	S3-4	COMPROMISO CON LA COMUNIDAD Y DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS	78-79	-
Subcontratación y proveedores	Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	Sí	G1-2	CONDUCTA EMPRESARIAL>Gestión de la relación con los proveedores	95	-
	Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	Sí	G1-2	CONDUCTA EMPRESARIAL>Gestión de la relación con los proveedores	95	-
	Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de estas	Sí	S4-4	CONDUCTA EMPRESARIAL>Gestión de la relación con los proveedores	95	-
	Porcentaje de pagos realizados respetando las condiciones de pago estándar previamente acordadas	Sí	G1-6	N/A	-	No se publica esta información en las Cuentas Anuales financieras. Se indica que se paga la práctica totalidad a tiempo. G1-6_03

Información a reportar		Material	Referencias Neis	Capítulo	Página	Comentarios
Consumidores	Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores	Sí	S4-4, S4-5	CONSUMIDORES	71-77	-
	Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de estas	Sí	S4-3	CONSUMIDORES > Procesos para colaborar con los consumidores en materia de incidencias	75-76	-
Información fiscal	General		-	N/A	-	La información fiscal correspondiente al ejercicio 2025 y relativa a los beneficios obtenidos antes de impuestos, los impuestos sobre beneficios pagados y las subvenciones públicas recibidas están disponibles en las cuentas anuales. Los beneficios antes de impuestos y las subvenciones figuran en la Cuenta de Pérdidas y Ganancias, los impuestos pagados se incluyen en el Estado de Flujos de Efectivo y en la Nota 18 de las cuentas anuales de Lidl España. Lidl España detalla el desglose de los ingresos por su actividad en la Nota 19 de las cuentas anuales.
	Beneficios obtenidos país por país	SÍ	-	Información fiscal	-	Lidl España detalla el desglose de los ingresos por su actividad en la Nota 18 de las cuentas anuales.
	Impuestos sobre beneficios pagados	SÍ	-	Información fiscal	-	Lidl España detalla el desglose de las subvenciones recibidas en la Cuenta de Pérdidas y Ganancias.
	Subvenciones públicas recibidas	SÍ	-	Información fiscal	-	



Informe de Sostenibilidad · 2025
Lidl Supermercado, S.A.U.