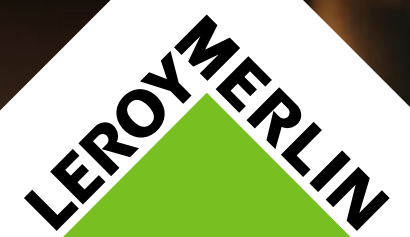


Relatório de Sustentabilidade 2023

Fazer da casa um lugar
mais positivo para viver

The logo for Leroy Merlin, featuring the brand name in a bold, sans-serif font above a green triangle.

LEROY
MERLIN

Índice

1



MENSAGENS

- 1.1 Mensagem do Diretor Geral
- 1.2 Mensagem do Líder Impacto Positivo

2



QUEM SOMOS

- 2.1 O nosso negócio omnicanal
- 2.2 Estratégia de sustentabilidade & transformação de negócio
- 2.3 Destaques 2023, parcerias e reconhecimento de mercado

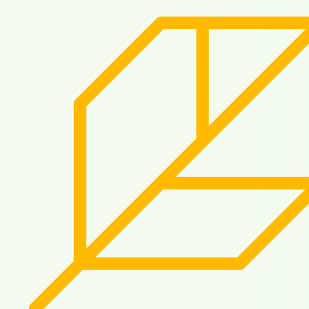
3



CASA IMPACTO POSITIVO

- 3.1 Human Centric
- 3.2 Habitat Positivo
- 3.3 Negócio Circular

4



FUNDAÇÕES IMPACTO POSITIVO

- 4.1 Performance
- 4.2 Cultura
- 4.3 Ética

5



ANEXOS

- 5.1 Sobre o Relatório
- 5.2 Contéudos GRI



01

MENSAGENS

1.1 Mensagem do Diretor Geral

1.2 Mensagem do Líder de Impacto Positivo

1.1 Mensagem do Diretor Geral

O nosso propósito e estratégia de desenvolvimento de negócio instituem-nos como um agente de mudança, pelo contributo que damos, através das nossas soluções para uma casa positiva, para a concretização das metas da Agenda 2030 e dos objetivos do Pacto Verde Europeu. Neste âmbito, continuamos a trabalhar para construir **uma empresa que integra a sustentabilidade na sua estratégia.**

Alinhada com o ADEO Positive Index, a LEROY MERLIN também já mede, em Portugal, o seu progresso enquanto empresa, por indicadores que, no seu conjunto, promovem o desenvolvimento humano e a melhoria do Habitat.

Para uma empresa com o nosso propósito, a construção de uma cultura de Impacto Positivo é um aspeto basilar, sendo, por isso, fundamental, desde logo, o envolvimento e capacitação dos nossos colaboradores. Neste aspeto, o ano de 2023 foi relevante porque preparámos as bases do programa de envolvimento e comunicação das iniciativas de Impacto Positivo. Um programa que entendemos ser estruturante, na medida em que só com colaboradores comprometidos conseguiremos concretizar o potencial de Impacto Positivo junto dos Habitantes e das suas respetivas casas.

Não menos relevante foi o trabalho desenvolvido na atualização do nosso Home Index, que permite comunicar aos clientes, de forma simples e rápida, o nível de sustentabilidade de um produto. Estamos continuamente a procurar melhorar esta metodologia, de forma a conseguirmos responder a novos contextos regulatórios, e à informação que recolhemos junto de diversos stakeholders. O ano de 2024 será por isso um ano em que daremos visibilidade aos clientes, implementando um plano de comunicação da nossa oferta positiva e comunicando os respetivos valores do Home Index.

É com muita satisfação que comunico que, **em 2023, quase 77% das nossas vendas estiveram associadas a Produtos + Positivos**, i.e., produtos que promovem o desenvolvimento humano e a melhoria do Habitat.

No **âmbito social**, foi também um ano importante. Foram realizadas as obras do primeiro projeto apoiado pelo fundo de apoio ao acolhimento dos refugiados ucranianos e consolidamos o nosso programa de voluntariado, com um total de 3089 dias dedicados pelos nossos colaboradores ao voluntariado.

Do ponto de vista da Pegada de carbono, foi o ano da construção da trajetória para a descarbonização, com uma meta de redução de 50%, em 2035. Este trabalho implicou ainda um estudo que identifica os drivers de descarbonização que teremos de acionar nos próximos anos, a par do desenho de um roteiro que nos permitirá concretizar esta estratégia de descarbonização.



Sébastien Bruchet
Líder de empresa
LEROY MERLIN Portugal

Continuaremos, no futuro, a realizar a transformação do nosso negócio, com o envolvimento de todos os stakeholders, reforçando com o propósito de fazer da casa um lugar mais positivo para viver.

2023 foi, por isso, o ano de criação das infraestruturas que nos irão permitir desenvolver iniciativas muito impactantes ao longo dos próximos anos e muito relevantes para aqueles que são os compromissos de sustentabilidade da nossa empresa.

Demos, por isso, passos importantes na contribuição que estamos a fazer para a concretização da agenda energética europeia em Portugal, com a disponibilização de soluções e produtos alinhados com um edificado energeticamente mais eficiente.

Esta continua a ser uma oportunidade relevante para a nossa empresa, pela necessidade que o mercado continuará a ter de produtos que respondam a um edificado que reduz os impactos negativos sobre o ambiente, e que, simultaneamente, promove o bem-estar de quem está na cadeia de produção destes produtos, e dos Habitantes.

A estratégia de Impacto Positivo permite-nos continuar a progredir na evolução que estamos a fazer para sermos uma empresa contributiva. Continuaremos, no futuro, a realizar a transformação do nosso negócio com o envolvimento de todos os stakeholders, com o propósito de **fazer da casa um lugar mais positivo para viver.**



A estratégia Impacto Positivo, que continuámos a implementar em 2023, permite-nos continuar a progredir na evolução que estamos a fazer para sermos uma empresa contributiva



Continuaremos, tal como até agora, comprometidos em continuar a impulsionar o progresso e a promover um futuro mais sustentável para todos os Habitantes, respeitando o ambiente, construindo uma cadeia de valor mais responsável, e fazendo de cada casa um lugar mais positivo para viver.



João Lavos
Líder de Impacto Positivo
LEROY MERLIN Portugal

1.2 Líder Impacto positivo

O ano de 2023 representou um período de atividade intensa e avanços significativos na consolidação das práticas de sustentabilidade na LEROY MERLIN Portugal, numa trajetória de maior maturidade e de maximização do nosso Impacto Positivo nas pessoas e ambiente, aproximando-nos do modelo de empresa contributiva que nos serve de ambição.

Este novo ciclo de relato de sustentabilidade destaca os principais desenvolvimentos assumidos durante este período. Na verdade, **2023 foi um ano dedicado à construção das infra estruturas**, que nos permitirão, ao longo dos próximos anos, potenciar o Impacto Positivo com as nossas iniciativas de sustentabilidade.

A **cultura de sustentabilidade**, é para nós um tema crítico, por acreditarmos que, para criarmos Impacto Positivo, necessitamos de uma cultura interna forte, com colaboradores sensibilizados, conhecedores e embaixadores. Em 2023 preparámos a nossa abordagem do ponto de vista da comunicação e envolvimento de toda a organização.

Relativamente à nossa oferta, o ano foi também muito importante, porque atualizámos a nossa metodologia de avaliação para produtos mais sustentáveis, o **Home Index**.

Este método de avaliação, único no mercado do DIY, é composto por 31 critérios e é uma bússola que orienta os nossos clientes na opção por escolhas de compra mais sustentáveis. Esta iniciativa, desenvolvida em colaboração com os nossos fornecedores desde 2021, continuará a ter uma importância acrescida, dado que representa um passo relevante na construção de uma cadeia de valor mais responsável.

Avançámos ainda no nosso compromisso com o ambiente. **Estabelecemos uma trajetória de descarbonização, que visa reduzir em 50% as nossas emissões, até 2035**, e que serve como guia ao desenvolvimento de iniciativas e ações que nos permitirão alcançar este ambicioso objetivo.

Explorámos **novas oportunidades de negócios promotores da economia circular, nos segmentos da reparação e revenda de produtos**. Os testes realizados demonstraram resultados promissores, sinalizando um potencial significativo para iniciativas futuras nesta área.

Na **dimensão social**, lançámos o programa de apoio às organizações que acolhem refugiados ucranianos em Portugal. O financiamento concedido para a criação do primeiro centro de recuperação de feridos de guerra fora da Ucrânia demonstra o nosso compromisso em contribuir para causas humanitárias de relevância global.

Para além destas iniciativas estruturantes, estamos orgulhosos dos resultados alcançados em várias áreas-chave. O **sucesso do nosso programa de voluntariado** voltou a confirma-se, com mais de 3.000 dias dedicados

ao impacto social e ambiental nas nossas comunidades vizinhas. Registámos ainda avanços na venda dos nossos produtos + positivos, que representam quase 77% das nossas vendas e na gestão de resíduos, onde evoluímos, com a nossa taxa de triagem a atingir 80%.

Externamente, o mercado tem também premiado a nossa evolução. **Em 2023 melhorámos a nossa posição no ranking Merco**, subindo da 29ª para a 11ª posição entre as empresas com melhores práticas sociais, ambientais e de governance em Portugal.

Em 2024, iremos dar visibilidade a estas iniciativas infra estruturantes de que nos ocupámos em 2023. E continuaremos, tal como até agora, comprometidos em impulsionar o progresso, e a promover um futuro mais sustentável para todos os Habitantes, respeitando o ambiente, construindo uma cadeia de valor mais responsável e fazendo de cada casa um lugar mais positivo para viver.



Em 2024, iremos dar visibilidade a estas iniciativas infra estruturantes de que nos ocupámos em 2023.





02

QUEM SOMOS

- 2.1 O nosso negócio omnicanal
- 2.2 Estratégia de sustentabilidade e transformação de negócio
- 2.3 Destaques 2023 e metas futuras

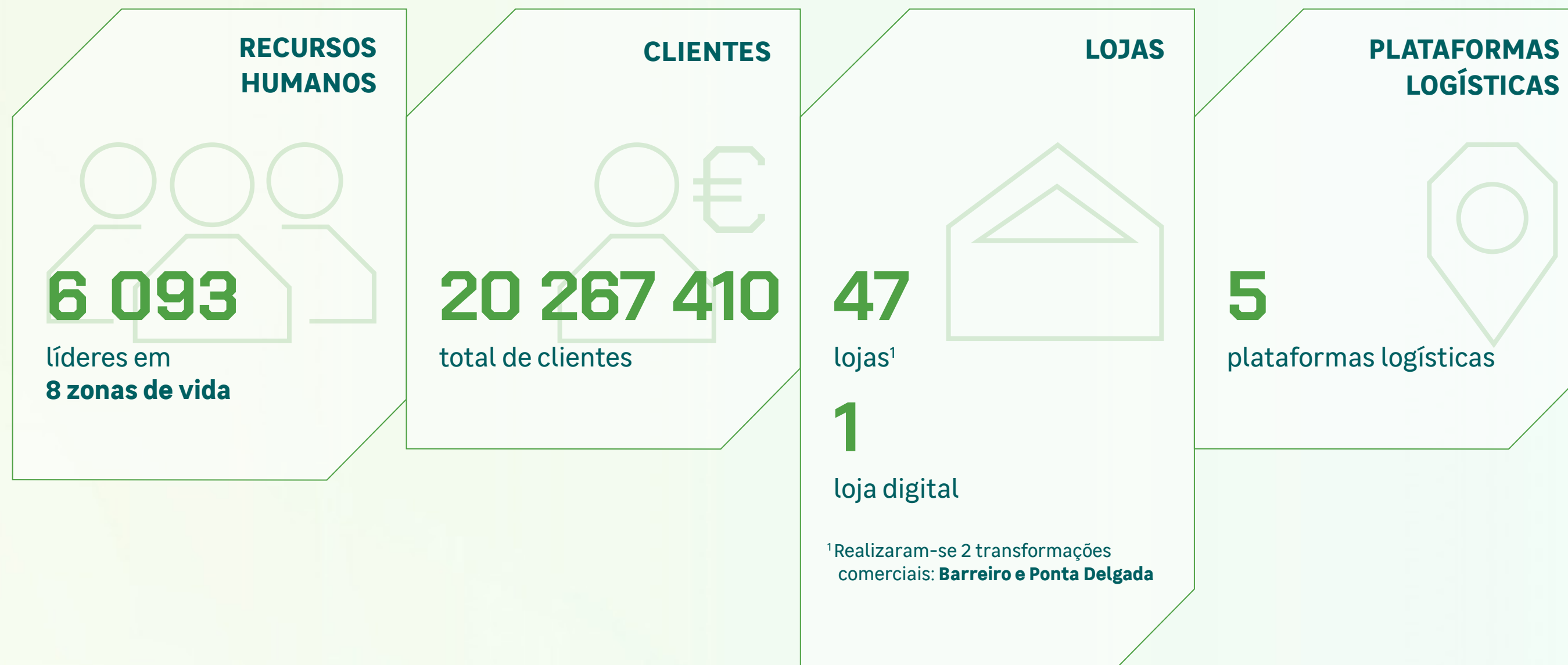


2 Quem somos

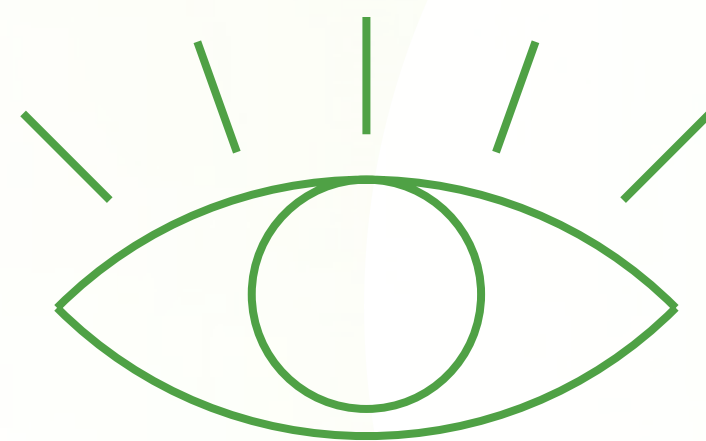
LEROY MERLIN Portugal 2023

Somos uma empresa especializada na venda de soluções (produtos e serviços) nas áreas da Bricolage, Construção, Decoração e Jardim. Todos os dias procuramos apresentar as melhores soluções que contribuam para a melhoria do habitat dos nossos clientes, com o intuito de fazer de todas as casas em Portugal um lugar mais positivo para se viver.

Somos orientados por este propósito: **“We Make Home a Positive Place To Live”**, que nos guia em todas as decisões e ações que tomamos, com vista a desenvolvermos uma atividade que crie valor para todos os nossos stakeholders. A forma como olhamos para a criação de valor é transversal e holística, colocando no mesmo patamar a criação de valor humano, económico e ambiental.

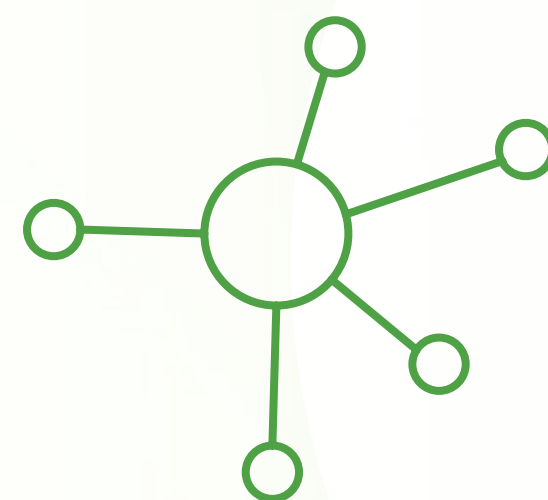


Os nossos valores



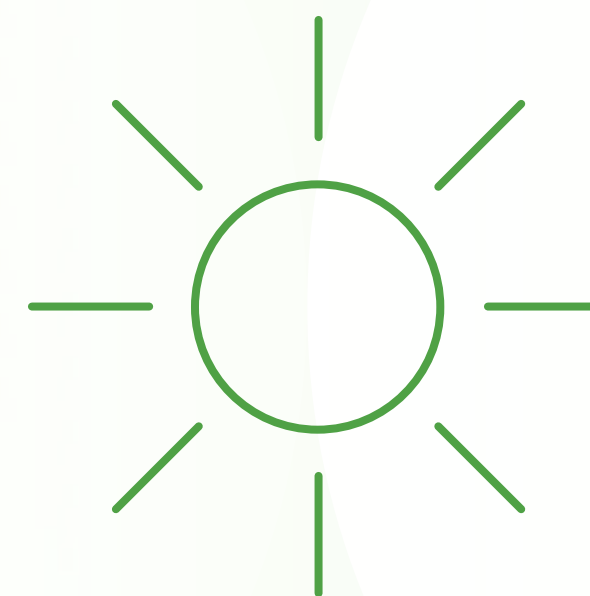
ABERTOS

Estamos disponíveis para continuar a aprender e entendemos a importância de dar e receber *feedback*



INTERDEPENDENTES

As nossas ações promovem benefícios para todas as partes envolvidas



IMPACTANTES

Arriscamos, promovemos a inovação e queremos cada vez mais antecipar as necessidades dos nossos clientes



AUTÊNTICOS

Reconhecemos as nossas fragilidades e trabalhamos para alcançar a melhor versão de nós mesmos

Grupo ADEO

Fazemos parte da **ADEO**, um grupo de empresas dedicadas à melhoria da Casa, líder europeu e o terceiro maior grupo mundial no mercado do **Do It Yourself**.



505
milhões de clientes

>1000
pontos de venda

23
presente em 23 países

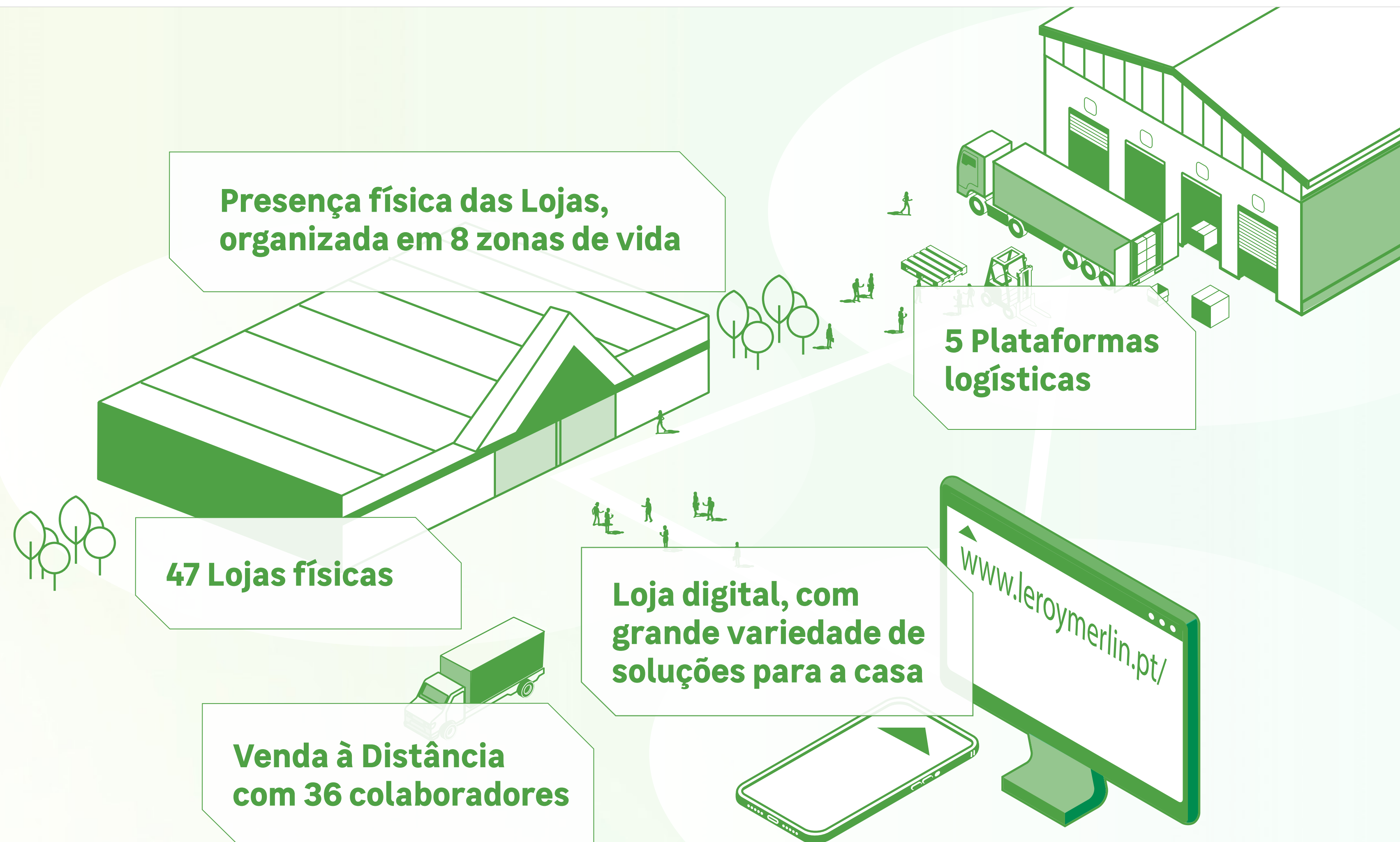
Nº1
no mercado europeu de bricolage

110 075
colaboradores ADEO

2.1 O nosso negócio omnicanal

A nossa operação em Portugal tem **47 lojas**, com vários conceitos adaptados aos clientes, uma promessa cliente bem definida e uma oferta global ajustada. A operação é complementada pelo canal online, onde disponibilizamos uma grande variedade de produtos e soluções para a casa, mas também, a venda à distância, que suporta os canais identificados, e assume um papel de complementaridade a ambos.

Numa lógica de complementaridade entre lojas e pensando no percurso cliente, existem **oito Zonas de Vida**, cada uma delas correspondendo a uma área geográfica. Cada Zona de Vida possui as diferentes tipologias de lojas, desde as mais pequenas, situadas perto de zonas residenciais, que denominamos PROXI, às de maior dimensão, como as MSB e GSB que oferecem uma oferta mais diversificada, sobretudo nas GSB, a tipologia de maior dimensão.



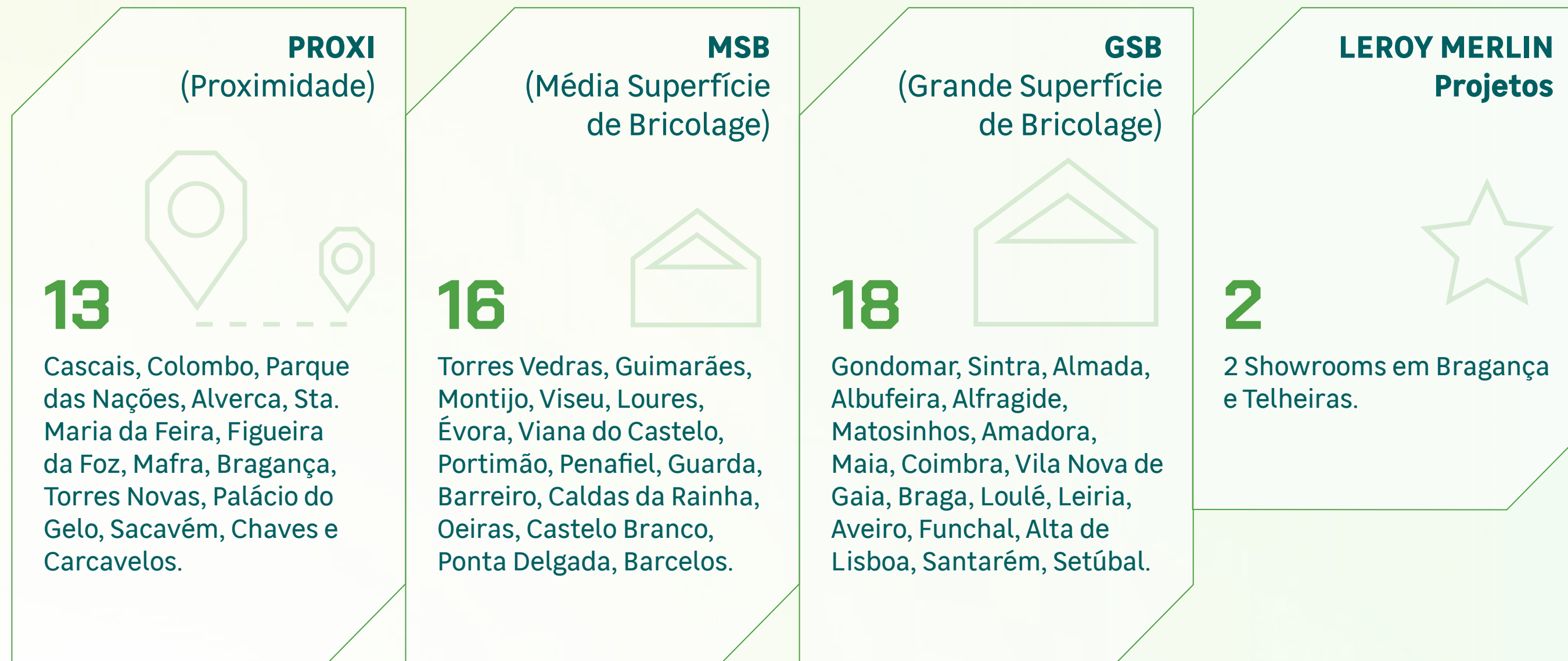
2.1.1 Onde estamos e o que disponibilizamos?

Lojas físicas organizadas em 8 “Zonas de Vida” (ZDV) para responder a segmentos de clientes específicos

Estamos organizados em 8 "Zonas de Vida" (ZDV) com diferentes tipologias de loja, de modo a respondermos às necessidades dos nossos clientes. As ZDVs foram geograficamente definidas para corresponder ao percurso de compra e necessidades dos clientes daquela zona, potenciando a utilidade das nossas lojas para o tipo de projetos que os clientes pretendem realizar. Cada ZDV desenvolve um desafio local forte e identitário, potenciado por uma lógica de poder descentralizado, potenciando a liderança de todos os nossos colaboradores.



Por formato



O nosso desempenho digital

53 611 665
visitas ao site

266 597 805
visualizações de páginas

99 438 547
visualizações de páginas de produtos



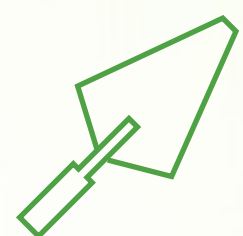
O desempenho das nossas redes sociais

f	Nº de seguidores	Nº de publicações	Nº de Interações
	410 884	323	313 408
i	Nº de seguidores	Nº de publicações	Nº de interações
	17 991	292	447 965
p	Nº de pins guardados	Nº de impressões	Nº de interações
	75 450	57.21M	1.5M
in	Nº de seguidores	Taxa de engagement	
	41 634	2,98%	
▶	Nº de subscritores	Nº de vídeos novos	Nº de visualizações
	74 785	60	11 314 951

O que disponibilizamos

MERCADOS

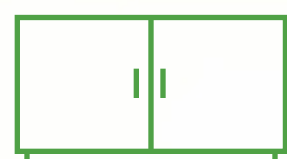
Desenvolvemos uma oferta definida em **4 mercados** de **projeto Habitante**, com foco no cliente particular e profissional, disponíveis nas nossas lojas físicas e site. Abrangemos o máximo de necessidades dos nossos clientes, oferecendo variedade, diferentes níveis de quartis de qualidade, preço e soluções sustentáveis.



Soluções de reabilitação
(produtos de construção, pavimento e revestimento, carpintaria e madeiras),



Soluções técnicas
(canalização e eletricidade, aquecimento e climatização, ferramentas e ferragens),



Soluções de projeto
(cozinhas, arrumação, roupeiros e casas de banho),



Soluções decorativas & Exterior
(decoração, iluminação, tintas, drogaria e jardim).

MARCAS DA CASA

Diferenciamo-nos pela oferta de produtos de **15 marcas próprias**, às quais chamamos Marcas da Casa, onde o cliente pode encontrar o melhor compromisso qualidade e preço. Seremos úteis aos outros e ao Mundo, criando produtos da nossa marca que respondem às necessidades dos nossos clientes, mais sustentáveis e com impacto mais positivo no ambiente.

15 >>
marcas próprias

159 000
produtos em **leroymerlin.pt**

55 510
referências em stock, nas nossas Lojas



A nossa equipa

Uma equipa que **continuou a crescer em 2023**

+7,25%
Colaboradores

1 468

Contratações resultantes de **recrutamento externo/interno**

Uma empresa com **paridade de género** e que empodera as mulheres



6 093

Colaboradores

3 174
homens

2 919
mulheres

34%
Mulheres com cargos de **Direção**

25%
Mulheres na **Direção-Geral**

Uma empresa com lugar para os mais novos

36,3

Média de idade da equipa

39,7%

entre 30 - 40 anos

25,9%

entre 20 - 30 anos

26,9%

entre 40 - 50 anos

6,5%

entre 50 - 60 anos

0,4%

< 20 anos

0,6%

> 60 anos

99%

colaboradores acionistas

57%

colaboradores Embaixadores da LEROY MERLIN

Uma equipa com vínculo forte à empresa

Como é que o nosso modelo de negócio cria valor para os nossos stakeholders?

REPRESENTAÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIO LEROY MERLIN PORTUGAL



2.2 Estratégia de sustentabilidade & transformação do negócio

Porque é que é necessária uma estratégia de sustentabilidade na LEROY MERLIN?
Porque é que é necessária a mudança que a empresa está a fazer?

A **estratégia de Impacto Positivo da LEROY MERLIN** é a resposta da empresa aos desafios sociais, económicos e ambientais da atualidade. Explicamos, em 10 passos, os dados que mostram a urgência de reconstrução de uma nova forma de atuar.

Este realinhamento do nosso negócio, como resposta aos desafios sociais, económicos e ambientais do mundo é a melhor forma de assegurarmos a sustentabilidade do nosso negócio. Isto significa que estamos a compreender e a endereçar os desafios que nos surgem, aproveitando a oportunidade de criação de valor social e ambiental.

No caso da LEROY MERLIN, identificamos oportunidades em 3 domínios complementares:

- 1) Desenvolvimento de negócio a acompanhar a mudança de critérios de compra por parte dos consumidores.
- 2) Emergência, ainda mais forte, do mercado da renovação imobiliária, consequência da meta estabelecida pela Europa em atingir a neutralidade carbónica, que exige a concretização da transição energética e, conseqüentemente, a renovação energética do edificado existente.
- 3) Captação de talento. A forma como as organizações endereçam o tema da sustentabilidade é cada vez mais um critério de escolha do talento.

1
SOMOS 8 MIL MILHÕES DE HABITANTES.

Em 2 séculos a população mundial multiplicou-se por 8, como consequência da industrialização e globalização. De forma geral vivemos melhor e durante mais anos, mas temos hábitos de consumo muito exigentes.

2

A SOCIEDADE DE CONSUMO VIVE À CUSTA DOS RECURSOS FINITOS DO PLANETA.

O sucesso económico e social das últimas décadas foi feito à **custa do ambiente e dos recursos naturais do planeta.**



4

TEMOS UM MODELO DE DESENVOLVIMENTO REPLETO DE DESEQUILÍBRIOS.

Não é só o desafio ambiental, também económica e socialmente temos desequilíbrios que devemos resolver, até porque as consequências já se fazem sentir.

3

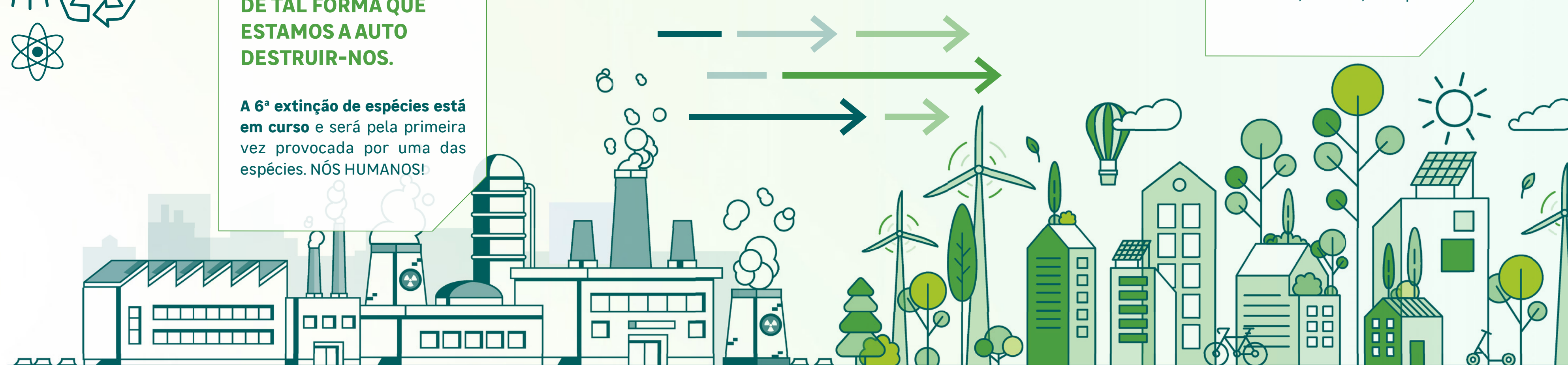
DE TAL FORMA QUE ESTAMOS A AUTO DESTRUIR-NOS.

A 6ª extinção de espécies está em curso e será pela primeira vez provocada por uma das espécies. NÓS HUMANOS!

5

TEMOS DE INVERTER, E TRANSFORMARMO-NOS NUMA SOCIEDADE MAIS SUSTENTÁVEL. O PROCESSO JÁ COMEÇOU.

Vamos precisar de fazer evoluir o modelo de desenvolvimento, tornando-o num Capitalismo Sustentável. Todos serão agentes ativos deste movimento: governos, cidadãos, comunidade científica e, também, as empresas.



6

O DESAFIO É DIFÍCIL, MAS EXISTE UM PLANO:

A forma como podemos inverter esta situação está sistematizada nos **ODS's e no Pacto Ecológico Europeu**.

8

ESTA TRANSFORMAÇÃO É TAMBÉM UMA ENORME OPORTUNIDADE

A transição para uma sociedade mais sustentável abre um enorme leque de oportunidades para as empresas. No caso da LEROY MERLIN, esta transição traz a possibilidade de desenvolvermos para o mercado produtos e serviços que contribuem para a sustentabilidade.

10

MOVE-NOS UM PROPÓSITO COMUM

Fazer da casa um lugar **POSITIVO para se viver**, onde todos criam Impacto Positivo e têm objetivos claros de criação de valor, alinhados com os 24 compromissos ADEO.

7

AS EMPRESAS SÃO UM DOS AGENTES DESTA TRANSFORMAÇÃO.

As empresas precisam de se transformar para serem parte da resposta aos problemas globais que enfrentamos, e para poderem assegurar a sua própria sustentabilidade.

9

A LEROY MERLIN QUER SER UM ACELERADOR DA TRANSIÇÃO

Vamos ser uma empresa contribuidora na transição para as cidades sustentáveis, sempre! Com as pessoas e para as pessoas, criando um negócio plataforma sustentável e agindo em prol da Ação climática.

2.2.1

Como é que a empresa se está a transformar para se tornar numa organização contributiva?

A LEROY MERLIN está a evoluir, numa transformação que a está a direccionar para ser uma empresa contributiva, i.e., uma empresa que realiza contribuições positivas e transforma o modelo económico.

O caminho que estamos a fazer rumo a uma empresa regenerativa é orientado pelo nosso plano estratégico. Atualmente, o plano estratégico que temos em vigor, centrado na janela temporal até 2025, define um conjunto de resultados e de metas, que farão a transição da LEROY MERLIN de uma empresa responsável para uma empresa contributiva.

Ambicionamos ser uma empresa contributiva, como agente transformador desta mudança de paradigma para um novo modelo de desenvolvimento, alinhado com os ODS e o Acordo de Paris.

Queremos, em 2025, ser uma empresa em que:

- Incorporamos a performance financeira e não-financeira de forma global
- Contribuímos para os desafios da sociedade e para a mudança de modelo de desenvolvimento
- A estratégia de sustentabilidade está fortemente ancorada no business model
- As políticas e iniciativas excedem as obrigações legais

2025

3 CONTRIBUTIVA

- Incorporação da performance financeira e não-financeira de forma global
- Ambição é contribuir para os desafios da sociedade
- Estratégia de RSE está fortemente ancorada no Business Model
- Ultrapassar as obrigações legais

1 BUSINESS AS USUAL

- Concentração sobre a perenidade e geração de lucro
- Adaptação a uma economia capitalista e liberal
- Simples conformidade com a lei

REGENERATIVA 4

- “Net Positive” Repara, restaura, reabilita as condições do meio ambiente
- Aliança com o meio ambiente
- Contribuições holísticas positivas
- Renúncia do crescimento como objetivo da empresa
- Transformação do modelo económico

RESPONSÁVEL 2

- Integração dos princípios da RSE
- Redução dos impactos negativos
- Cumprimento das obrigações legais
- Dar resposta às regras ISO
- Um departamento RSE com poderes limitados

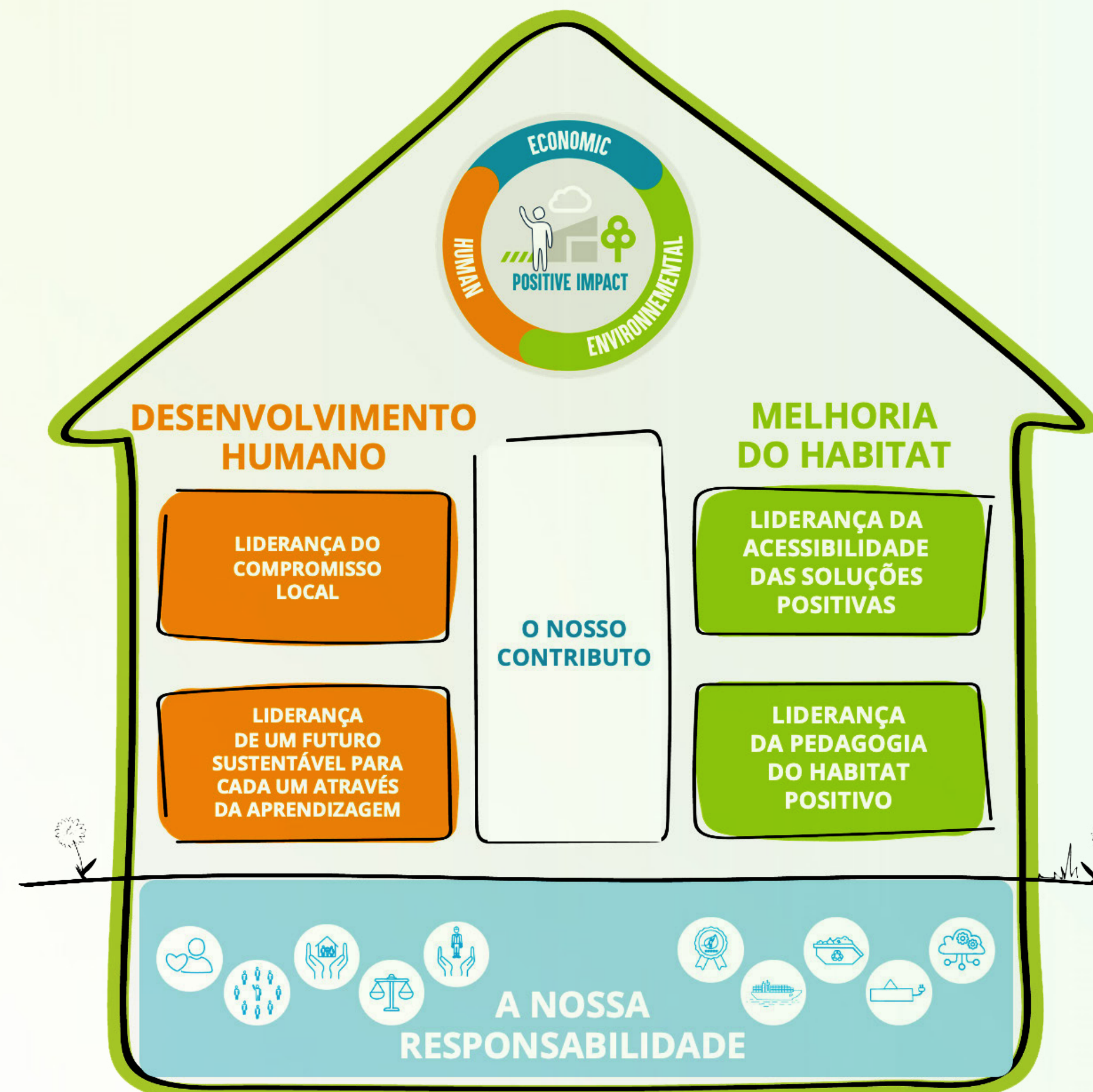
O que queremos dizer quando nos referimos ao Impacto Positivo?

A casa do Impacto Positivo ADEO

Na ADEO elegemos a casa para representar, visualmente, a nossa visão sobre a criação do Impacto Positivo.

A base da casa reúne um conjunto de compromissos denominados “Responsabilidade”. Esta base da casa suporta os dois pilares que representam a nossa contribuição para o desenvolvimento humano e para a melhoria do habitat.

Esta representação evidencia que existem, para nós, um conjunto de temáticas que são uma responsabilidade, uma obrigação inabdicável, que ninguém dentro do grupo pode esquecer ou não resolver. Esta é a base de construção de uma empresa sustentável e será necessário ter essa base bem consolidada para que possamos concretizar o nível seguinte da nossa contribuição para a sustentabilidade, em que ambicionamos gerar Impacto Positivo sobre as pessoas, com desenvolvimento humano, e sobre o habitat, com a melhoria do habitat. Todos estes temas são um contributo “voluntário” e projetam-nos para a dimensão de empresa contributiva, que vai além das obrigações legais impostas pela regulamentação.



A Casa do Impacto Positivo é constituída por **24 compromissos**. Estes compromissos traduzem a nossa ambição na criação de Impacto Positivo - social, económica e ambientalmente movidos pelo propósito maior de **“Fazer da casa um lugar mais positivo para viver”**

Os compromissos que se encontram dentro de cada uma das áreas da casa são:

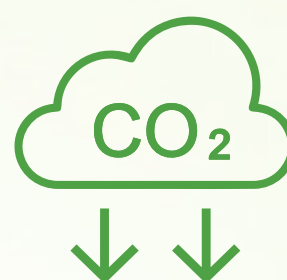
A Nossa Responsabilidade

Representa a nossa responsabilidade, agregando um conjunto de compromissos que são a base da sustentabilidade que temos de cumprir para sermos coerentes e credíveis com o nosso projeto corporativo.



Responsabilidade Humana

- Segurança
- Ética
- Diversidade
- Solidariedade interna
- Bem-estar e envolvimento do colaborador



Responsabilidade Ambiental

- Produtos + Positivos
- Neutralidade de carbono
- Resíduos
- Edifícios
- Transportes
- Biodiversidade
- Digital

O Nosso Contributo

Estamos focados em **4 grandes áreas de contribuição**, onde ambicionamos liderar:

1

A acessibilidade das soluções positivas

- Novos negócios
- Eco-inovações

2

A pedagogia do Habitat Positivo

- Colaboradores promotores do Habitat Positivo
- Performance Ambiental do produto
- Pedagogia de melhor consumo

3

O compromisso com o local

- Emprego indireto Marketplace e circuitos curtos
- Solidariedade local

4

A construção de um futuro sustentável para todos

- Colaboradores peritos
- Profissionais especializados no Habitat
- Criadores de gerações



Os pilares e as bases da nossa estratégia na LEROY MERLIN PORTUGAL

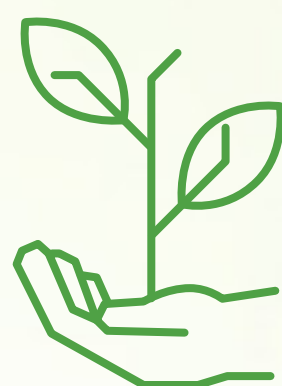
Na declinação da estratégia ADEO para Portugal definimos **3 pilares estratégicos de atuação:**



1

HUMAN CENTRIC

Tudo o que fazemos é para as pessoas e, sobretudo, para as pessoas. Todas as nossas ações são pensadas tendo por base as pessoas envolvidas e as pessoas impactadas.



2

HABITAT POSITIVO PARA TODOS

Materializa o nosso propósito e é o nosso grande Impacto. Através da nossa atividade podemos melhorar a vida de milhões de pessoas



3

NEGÓCIO CIRCULAR

Só poderemos verdadeiramente fazer a diferença e tornarmos-nos numa empresa sustentável se o nosso negócio for sustentável e, para isso, precisamos da circularidade como vetor chave da evolução do modelo de negócio

São 3 pilares:
Human Centric, Habitat Positivo para todos e Negócio Circular,

e

3 bases:
cultura, performance e comunicação, que estruturam este relatório.

Para a edificação sólida destes 3 pilares necessitamos de **3 temas base** que são transversais a todos eles:

1

CULTURA

Em primeiro lugar a **Cultura**, que tem a força de conseguir mover coerentemente toda a organização no sentido da sustentabilidade.

2

PERFORMANCE

Em segundo lugar a **Performance**, porque é preciso criar valor com as ações que realizamos, sem isso não vamos conseguir verdadeiramente mudar o paradigma. A Performance Positiva é a resposta.

3

COMUNICAÇÃO

Em terceiro lugar, a **Comunicação**, para conseguirmos passar a mensagem interna e externamente, e conseguirmos influenciar os stakeholders do nosso ecossistema no sentido desejado.

2.2.2 Quais são as nossas prioridades?

Na declinação da estratégia para Portugal, arrumámos os compromissos em clusters que expressam as principais linhas de atuação e hierarquizamos os compromissos para focarmos a nossa organização nos que podemos criar um maior impacto.

Em termos de prioridade, e como fator diferenciador da nossa empresa, estamos a trabalhar **5 compromissos**:

- 1 SATISFAÇÃO CLIENTE
- 2 BEM-ESTAR DOS COLABORADORES
- 3 PRODUTOS + POSITIVOS
- 4 COLABORADORES PROMOTORES DO HABITAT POSITIVO
- 5 NOVOS NEGÓCIOS

A estas 5 prioridades juntamos **dois compromissos** de elevada complexidade que, por esse motivo, queremos colocar no top de prioridades da nossa empresa:

- 6 SEGURANÇA
- 7 PEGADA DE CARBONO

São estas as **sete prioridades** em que toda a organização está focada em trabalhar, procurando criar o impacto e cumprir com os compromissos preconizados.



Porque escolhemos estes temas como prioritários?

As razões que nos levam a escolher estes temas são diversas, mas coerentes entre si. O objetivo maior é identificar os temas que serão o foco da organização em matéria de sustentabilidade, não esquecendo o património que temos da nossa marca e da sua reputação, pois a LEROY MERLIN tem uma identidade forte que a torna diferente de outras empresas e marcas. Iremos fazer a nossa evolução, focados em tornarmo- -nos numa empresa contributiva, mantendo e fortalecendo a nossa identidade. O fator humano sempre foi a nossa grande força, trabalhamos com as pessoas, pelas pessoas e para as pessoas, somos Human Centric e Human First em tudo o que fazemos. Por isso, e primeiro que tudo, **queremos criar valor para o cliente e para o colaborador.**

A **segurança** deve continuar a ser uma prioridade pela necessidade de entrar definitivamente na cultura de trabalho das nossas pessoas, sobretudo dos managers nas operações.

O propósito de **“Fazer da Casa um lugar mais Positivo para viver”** materializa-se na nossa capacidade em ter uma **oferta de produtos e serviços que seja sustentável**, olhando

de forma holística para a nossa cadeia de abastecimento, desenhando soluções que perspetivam todo o ciclo de vida, desde as matérias primas à valorização e reutilização dos produtos, após a sua utilização ou consumo. Todos os dias servimos milhares de clientes e é através da nossa atividade que maximizamos o nosso impacto: os colaboradores através da sua missão devem contribuir nesse sentido, em especial quem está em contacto direto com o cliente, incentivando que cada Habitante transforme o seu habitat num habitat mais positivo.

Sendo a nossa atividade o nosso maior Impacto (social, económico e ambiental) vamos fazer evoluir o nosso modelo de negócio tornando-o mais sustentável e, nesse âmbito, a **circularidade** é um vetor chave desta equação por ser fator de escolha dos consumidores, mas também por toda a pressão que existe sobre o acesso às matérias primas e impacto ambiental da cadeia de abastecimento.

A organização e priorização dos compromissos foi feita para ajudar na implementação de toda a estratégia de Impacto Positivo. Foi necessário criar um ecossistema interno, com um conjunto de organismos e papéis que possibilitam a operacionalização da estratégia, e ao mesmo tempo, canais de escuta que alimentem a reflexão estratégica.



2.3 Destaques 2023, parcerias e reconhecimento de mercado

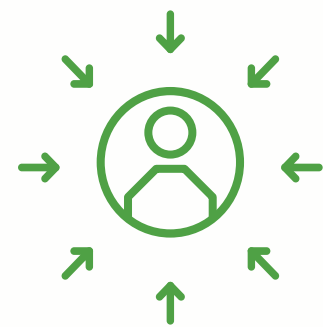
Os nossos compromissos são medidos ao nível do grupo através do **ADEO Positive Index (API)**, um conjunto de **13 indicadores** que, juntos, medem a nossa capacidade de criar impacto no desenvolvimento humano e na melhoria do Habitat na organização.



HUMANO	AMBIENTAL
Índice de frequência de acidentes: 11,11	76,82% das nossas vendas são de produtos com score A, B e C, ou seja, produtos mais sustentáveis
Índice de gravidade de acidentes: 0,34	87,50% da energia consumida é de origem renovável
86,00% colaboradores formados em Código de Conduta Ética	7 548 t CO₂e (redução de 5% no âmbito 1 e 2)
34,6% mulheres em cargos de liderança	1 767 444 t CO₂e (âmbito 3)
60,80 horas de formação por colaborador	14,08% de aumento de vendas de produtos de eficiência energética (âmbito 4)
NPS: colaborador 45	79,50% dos resíduos foram para triagem
	92,00% fornecedores locais com código de compra responsável assinado

Parcerias mais relevantes

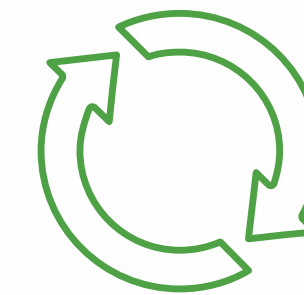
A concretização do nosso propósito, e o progresso que estamos a realizar é feito num percurso coletivo, com o nosso **ecossistema de parcerias**, focado na criação de impacto positivo.



HUMAN CENTRIC



HABITAT POSITIVO PARA TODOS



NEGÓCIO CIRCULAR

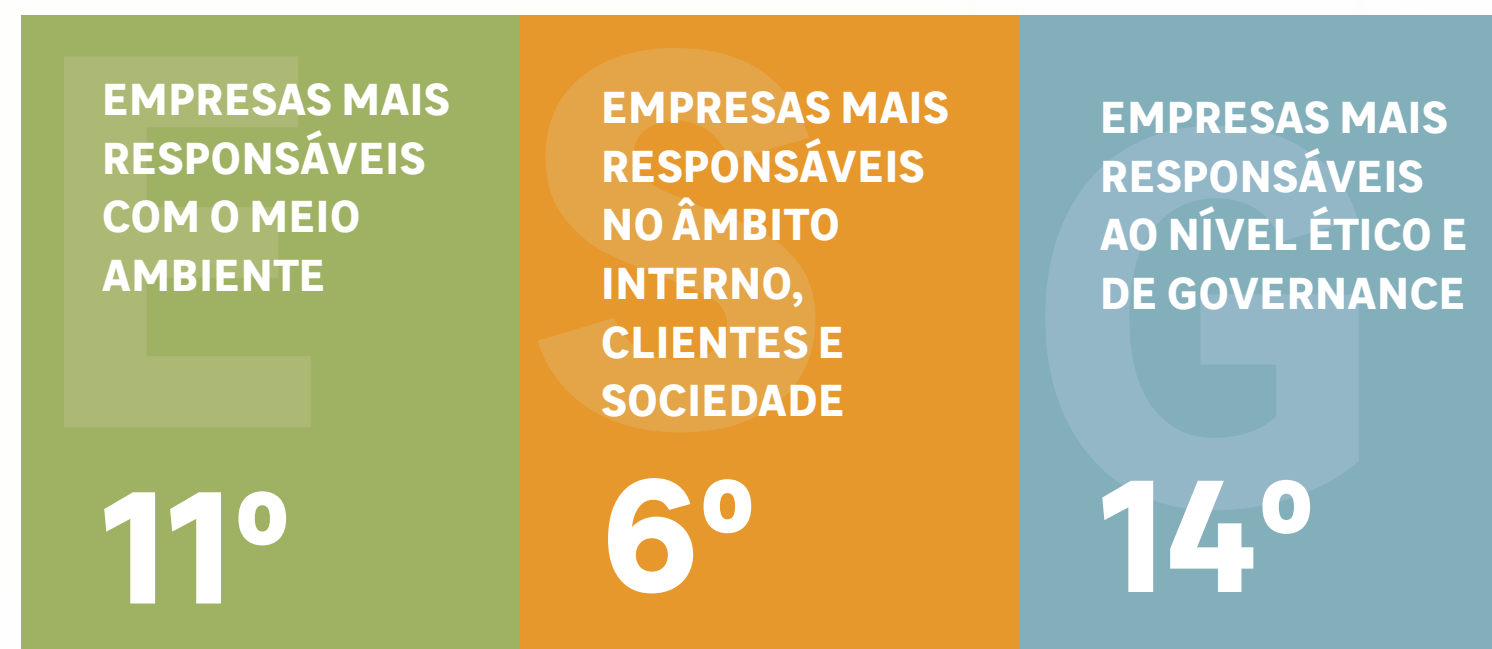


Reconhecimento de Mercado

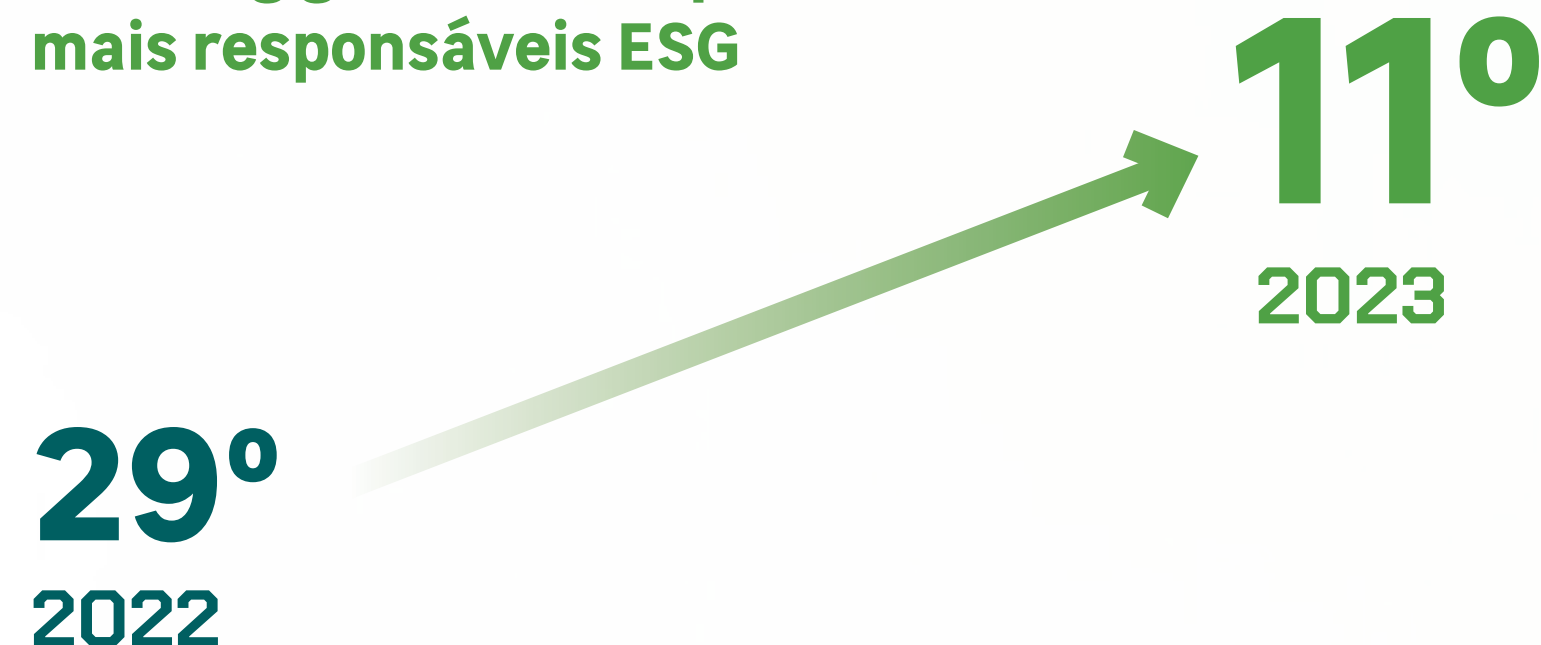
LERROY MERLIN reconhecida como empresa líder em desempenho ESG.

Somos a 11.ª empresa no ranking geral das empresas mais responsáveis em ESG (Merco 2023)

Os nossos resultados



Ranking geral das empresas mais responsáveis ESG



LERROY MERLIN premiada em “Transição Energética” no Prémio Masters DH



As ações que realizámos ao longo do ano, permitiram-nos obter a distinção com o **Prémio Masters DH** na categoria “**Transição Energética**”.

Entre estas ações, estão a parceria com a Helexia, onde foi desenvolvido um case study que explica como esta parceria tem permitido construir, em conjunto, a trajetória para atingir a neutralidade carbónica da LEROY MERLIN e os benefícios que estão a ser obtidos.



03

CASA IMPACTO POSITIVO

- 3.1 Human Centric
- 3.2 Habitat Positivo
- 3.3 Negócio Circular

3.1 Human Centric

3.1.1 Mantemos sempre o nosso compromisso com os nossos colaboradores

Porque é que é prioritário o compromisso com o bem-estar dos nossos colaboradores?

AS NOSSAS PESSOAS SÃO O NOSSO MAIOR ATIVO. SOMOS HUMAN FIRST E A CRIAÇÃO DE VALOR SOCIAL FAZ PARTE DO NOSSO ADN.

O mote “Human First”, guia **as nossas ações e coloca também o foco no colaborador, tornando-o a base da nossa estratégia de Impacto Positivo. Cada um de nós é fundamental para contribuir para o desenvolvimento da empresa e construir um futuro rumo à liderança do habitat positivo. É uma prioridade termos colaboradores satisfeitos e comprometidos, e que por isso sejam embaixadores da empresa.**

Reconhecemos que apenas colaboradores felizes e satisfeitos podem verdadeiramente proporcionar uma experiência

positiva aos nossos clientes. Acreditamos que, beneficiando de boas condições de trabalho, teremos colaboradores mais envolvidos e produtivos, e com um índice de bem-estar mais elevado, o que por sua vez irá impactar outros indicadores chave da empresa.

Cada um dos nossos colaboradores é fundamental para conseguirmos alcançar o nosso propósito de fazermos de cada casa um habitat positivo para viver. A concretização do nosso propósito só acontecerá se conseguirmos ter uma equipa de colaboradores envolvidos, satisfeitos, comprometidos com a sua missão, e com o propósito da empresa.

Para além do bem-estar dos colaboradores é igualmente importante termos colaboradores especializados nas soluções que vendemos, para que possamos responder às necessidades dos nossos clientes e termos um impacto positivo no seu habitat. Por isso, estamos focados em construir pacotes formativos que incidem nas competências e no conhecimento necessário para dar resposta aos clientes de hoje e de amanhã. Desta forma asseguramos o desenvolvimento do nosso negócio, e impactamos positivamente a empregabilidade dos nossos colaboradores, pelas competências que vão adquirindo connosco.

Ambicionamos ser um exemplo no que toca à gestão das nossas pessoas. A promoção da diversidade e inclusão é uma característica que imprimimos à nossa demografia social, porque queremos uma equipa que reflete a diversidade e riqueza da sociedade, mais plural, e, por isso, melhor preparada para compreender as necessidades da sociedade e fornecer as respostas mais adequadas aos nossos clientes



Progresso 2023 e Ambição 2024-2025

Na LEROY MERLIN, acompanhamos de perto o nível de satisfação e bem-estar da nossa equipa através de indicadores objetivos e estratégicos. Estes indicadores permitem-nos avaliar objetivamente o progresso realizado em direção ao bem-estar dos nossos colaboradores.

O EXI (Employee Experience Index) é um indicador da ADEO, medido trimestralmente, que nos fornece dados sobre os nossos eNPS, permitindo-nos medir o grau de satisfação dos nossos colaboradores e a sua experiência como membros da equipa ADEO e LEROY MERLIN Portugal.

No ano de 2023, atingimos um eNPS de 45, tendo sido observada uma redução de 10% relativamente ao ano anterior. A mesma tendência de redução refletiu-se na percentagem de colaboradores embaixadores da empresa, que reduziu 2 pontos percentuais, tendo registado em 2023 o valor de 57%.

Para além do acompanhamento do bem-estar dos nossos colaboradores, é também importante que este acompanhamento seja complementado com a análise da nossa capacidade de retenção, refletindo-se no indicador de turnover. Este indicador permite avaliar a rotatividade dos funcionários com contratos sem termo, ou seja, a frequência com a qual os nossos colaboradores deixam a empresa.

Em 2023, assistiu-se a uma redução considerável do turnover, passando a estar nos 11,7%. Isto reflete o esforço que colocamos em garantir que os colaboradores estão satisfeitos na LEROY MERLIN, levando assim a que permaneçam na empresa.

Com as pessoas no centro da nossa estratégia, a inclusão e a diversidade são duas áreas muito importantes na LEROY MERLIN. Procuramos uma equipa que reflita a sociedade em que vivemos, e acompanhamos diversos indicadores de diversidade, nomeadamente, a percentagem de colaboradores com deficiência, que aumentou em 0,36 pp relativamente a 2022, e a percentagem de mulheres com cargos de direção, que em 2023 também aumentou 2 pp face ao ano anterior.

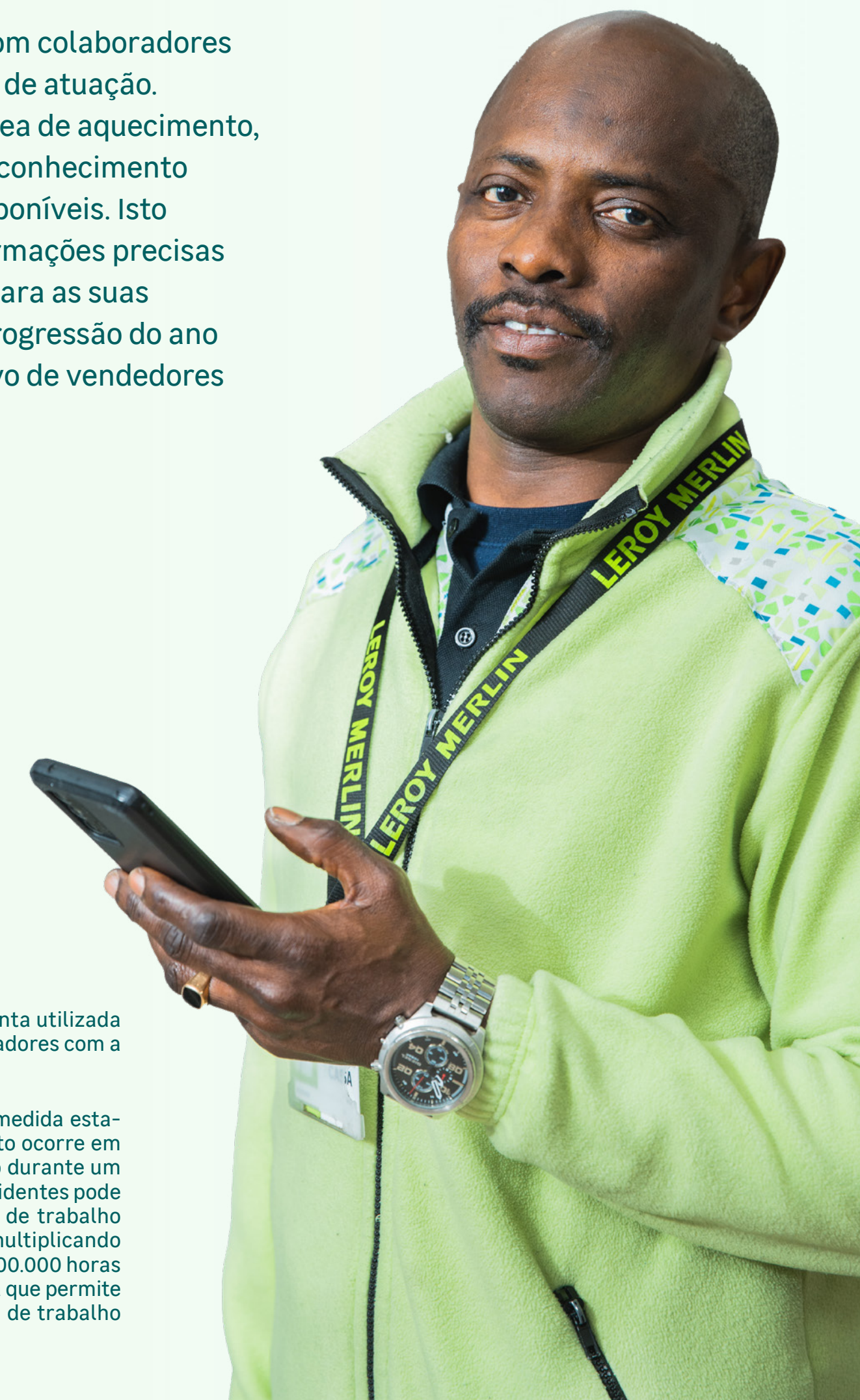
A segurança continuou a ser uma prioridade em 2023, dando seguimento à nossa cultura de segurança. Queremos que a segurança seja um fator de diferenciação positiva da cultura de trabalho das nossas pessoas. Durante o ano de 2023 verificámos uma redução da sinistralidade face a 2022, com a diminuição do índice de frequência² de 11,63 para 11,11 (redução de 4,47%). Faz parte da nossa ambição manter esta tendência para alcançarmos um índice de frequência de acidentes de trabalho igual a 5, em 2025.

Seguindo a nossa estratégia, queremos disponibilizar o melhor atendimento possível aos nossos clientes e, por isso, criámos a Academia de Atendimento e Vendas, de modo a formar os nossos colaboradores. Como uma empresa especializada na comercialização de soluções para as mais variadas áreas e especialidades envolvidas na construção ou

melhoria de uma casa, é crucial contar com colaboradores especializados nas suas respetivas áreas de atuação. Acreditamos que um vendedor, seja na área de aquecimento, jardinagem ou piscinas, deve possuir um conhecimento abrangente sobre as diversas opções disponíveis. Isto permite oferecer aconselhamento e informações precisas ao cliente, com respostas mais eficazes para as suas necessidades. Em 2023, mantivemos a progressão do ano de 2022, contando com 30,02% do coletivo de vendedores formados na Academia.

1 O Employee Net Promoter Score (eNPS) é uma ferramenta utilizada para medir o nível de satisfação e a lealdade dos colaboradores com a empresa, usando questões objetivas e descritivas.

2 (+Índice de frequência | O Índice de Frequência é uma medida estatística usada para calcular com que frequência um evento ocorre em relação a uma determinada base de dados ou população durante um período específico de tempo. O Índice de Frequência de Acidentes pode ser calculado dividindo-se o número total de acidentes de trabalho com baixa pelo número total de horas trabalhadas e multiplicando por 100.000 para expressar o índice como acidentes por 100.000 horas trabalhadas. Esta medida fornece uma forma padronizada que permite comparações entre diferentes períodos de tempo, locais de trabalho ou empresas.



KEY RESULT INDICADORES PRINCIPAIS	2020	2021	2022	2023	VARIAÇÃO 2022-2023	META 2023-2025
Bem-estar e envolvimento do colaborador						
Turnover (%)	7,90	8,93	14,40	11,70	-2,7 pp	N.D.
ENPS (Employee Net Promotor Score)	24	46	50	45	-10%	55
Colaboradores embaixadores (%)	45	57	59	57	-2 pp	N.D.
Horas de formação por colaborador (h)	40	66	54	61	+13,35%	40
Diversidade e inclusão						
Mulheres com cargos de direção (%)	40*	41*	42*	44	+2 pp	N.D.
Mulheres com cargos de direção estratégicos (%)	NA	NA	33,71**	34,60%	+0,89 pp	38,00%
Colaboradores com deficiência (%)	0,24	0,41	0,47	0,83	+0,36 pp	2%
Segurança						
Índice de frequência (Nº de acidentes com baixa vezes milhão a dividir pelas horas trabalhadas)	22,87	21,01	11,63	11,11	-4,47%	8
Colaboradores Peritos						
Vendedores formados na Academia de Atendimento e Vendas (%)	13,66	16,17	30,02	30,02	-	30%.

* % de mulheres managers, considerando todas os cargos.

** % de mulheres managers em determinados cargos de responsabilidade estratégicos para a empresa.



Em que iniciativas estivemos focados em 2023?

Melhoria do bem-estar da equipa LEROY MERLIN

- 1 Programas do compromisso de escuta ativa dos colaboradores
- 2 Programa Soma Bem-Estar 2023

Promoção da diversidade e inclusão

- 3 Iniciativas internas promotoras da D&I

Mais solidariedade interna

- 4 Colega Mudei-te a Casa
- 5 Apoio a colaboradores no Natal

- 6 Descontos adicionais em Produtos + Positivos e Produtos MDH
- 7 Voucher Regresso às Aulas

Promoção da segurança para colaboradores e para toda a nossa operação

- 8 Workshops, Campanha de Segurança e Dinamização de Segurança Integrada (Global, Comum e Local)

Investimento na capacitação e no desenvolvimento de competências dos colaboradores

- 9 Identificação, Formação e Certificação dos Experts de Produto
- 10 Reestruturação da Academia de Atendimento e Vendas

1 Continuámos a desenvolver programas associados ao compromisso de escuta ativa dos colaboradores, para compreendermos as suas necessidades



Escutar os nossos colaboradores e melhorar a sua experiência é fundamental para atingirmos a nossa estratégia. Medir e compreender as suas necessidades permite-nos melhorar continuamente as nossas práticas. Em 2023, reforçámos o caminho de evolução da nossa estratégia de Escuta Colaborador e implementámos diferentes iniciativas que visam promover estes momentos de escuta e elevar os níveis de satisfação e envolvimento dos nossos colaboradores.

Ana Correia

Diretora de transformação organizacional e humana

A nossa missão é **Sermos Úteis a Nós, aos Outros e ao Mundo**, fazendo da Casa um lugar mais **Positivo** para se viver. Queremos, por isso, proporcionar a **melhor experiência aos nossos colaboradores, habitantes e clientes.**

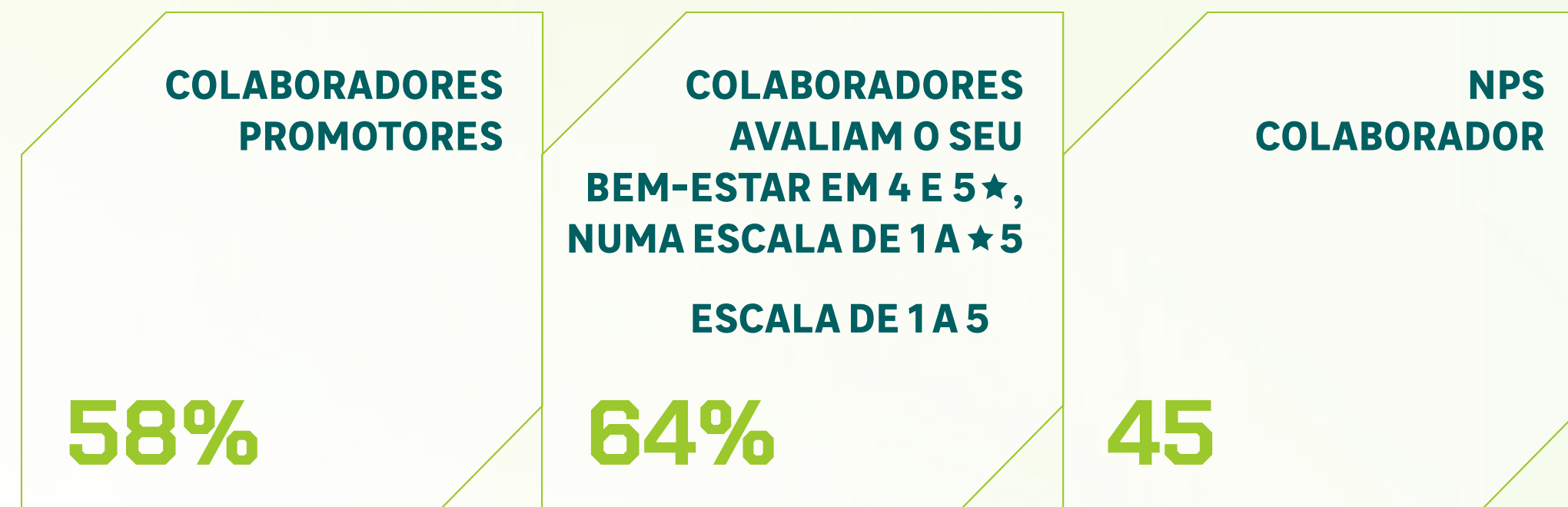
O **programa de escuta do colaborador** é uma iniciativa consolidada na empresa, e um elemento distintivo da nossa cultura. Envolver os nossos colaboradores e escutá-los durante o seu ciclo de vida na empresa faz parte do nosso ADN e contribui para melhores tomadas de decisão e priorização de projetos e ações.

Com a preocupação de dar voz aos colaboradores, mantivemos a iniciativa em 2023, com o intuito de melhorar as nossas práticas/políticas, e garantir que as mesmas continuam alinhadas com as suas necessidades.

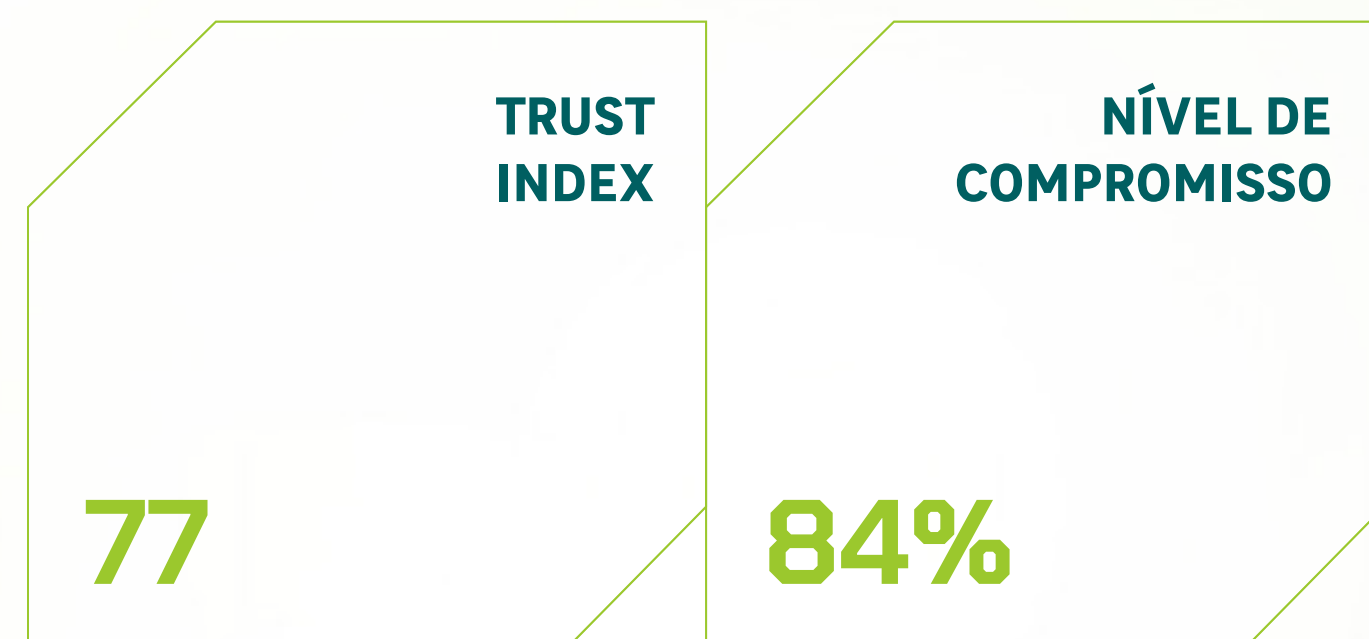
Em 2023 implementámos o já habitual **processo EXI** (em 3 vagas distribuídas ao longo do ano), com melhorias no questionário, na análise de dados e na aplicação de um estudo de clima externo certificado. Melhorámos também as escutas específicas de cada etapa da jornada do colaborador, como o *onboarding* e *offboarding*, contribuindo para termos uma visão cada vez mais completa da jornada do colaborador na nossa empresa.

Através dos questionários realizados, observou-se que **84%** dos colaboradores considera que a sua experiência de trabalho na empresa **corresponde ou supera as suas expectativas.**

Resultados EXI e Estudo de Clima Externo (GPTW)



Estudo de Clima Externo (GPTW)



2 Soma Bem-Estar 2023: o programa que promove o bem-estar físico, mental e financeiro dos colaboradores



Sendo o fator humano a essência da nossa empresa, reconhecemos que é fundamental continuar a garantir o cuidado com a saúde e felicidade dos nossos colaboradores para alcançarmos o sucesso e sustentabilidade do nosso negócio. Como tal, reafirmamos, em 2023, o nosso compromisso em continuar a desenvolver iniciativas que visem o bem-estar físico, mental e emocional dos nossos colaboradores.

Catarina Fernandes
Diretora de compensação, benefícios e RH legal

Estamos comprometidos com o bem-estar dos nossos colaboradores e, por isso, o bem-estar dos colaboradores faz parte dos objetivos estratégicos da nossa empresa, sendo a vertente humana fundamental para o desenvolvimento sustentável da empresa.

O **Programa SOMA Bem-Estar** é um programa anual garantido pela empresa, que tem como objetivo promover comportamentos saudáveis e melhorar a saúde e bem-estar dos nossos colaboradores de uma forma holística. Este programa divide-se em iniciativas organizadas em 5 Pilares (Físico, Mental, Financeiro, Estilo de Vida e Segurança). O foco de 2023, tendo em conta os resultados da escuta colaborador recolhidos anteriormente, foi o bem-estar financeiro. Contudo, implementámos e mantivemos algumas medidas em cada um dos pilares:

Bem-Estar Mental: Continuámos a disponibilizar sessões de apoio psicológico, implementámos e disponibilizamos novas sessões de apoio psicológico com âmbito familiar, partilhámos boas práticas e dicas de saúde mental, implementámos um programa de Mindfulness para os nossos Diretores de Loja, disponibilizámos workshops temáticos relacionados com saúde mental e emocional, são exemplos os workshops "felicidade nas organizações", "desligar a mente para as férias" entre outros. Mantivemos as sessões de acompanhamento parental para os colaboradores que foram mães/pais de forma a dar apoio nesta importante etapa das suas vidas.

Bem-Estar Financeiro: Lançámos a plataforma de parcerias Soma Valor/Vantagens, dinamizámos workshops de literacia financeira, onde esclarecemos temas como os benefícios do seguro de saúde, o preenchimento do IRS, apoios do governo, entre outros. Apoiámos os colaboradores em momentos mais exigentes com a atribuição de vouchers (apoio à inflação, regresso às aulas), aumentámos o valor do subsídio de alimentação, implementámos e reforçámos a oferta de benefícios alimentares para todas as localizações da empresa, mantivemos a parceria com o Doutor Finanças e estabelecemos novas parcerias como o Reorganiza, aumentámos o desconto em produtos MDH e a oferta de produtos elegíveis.

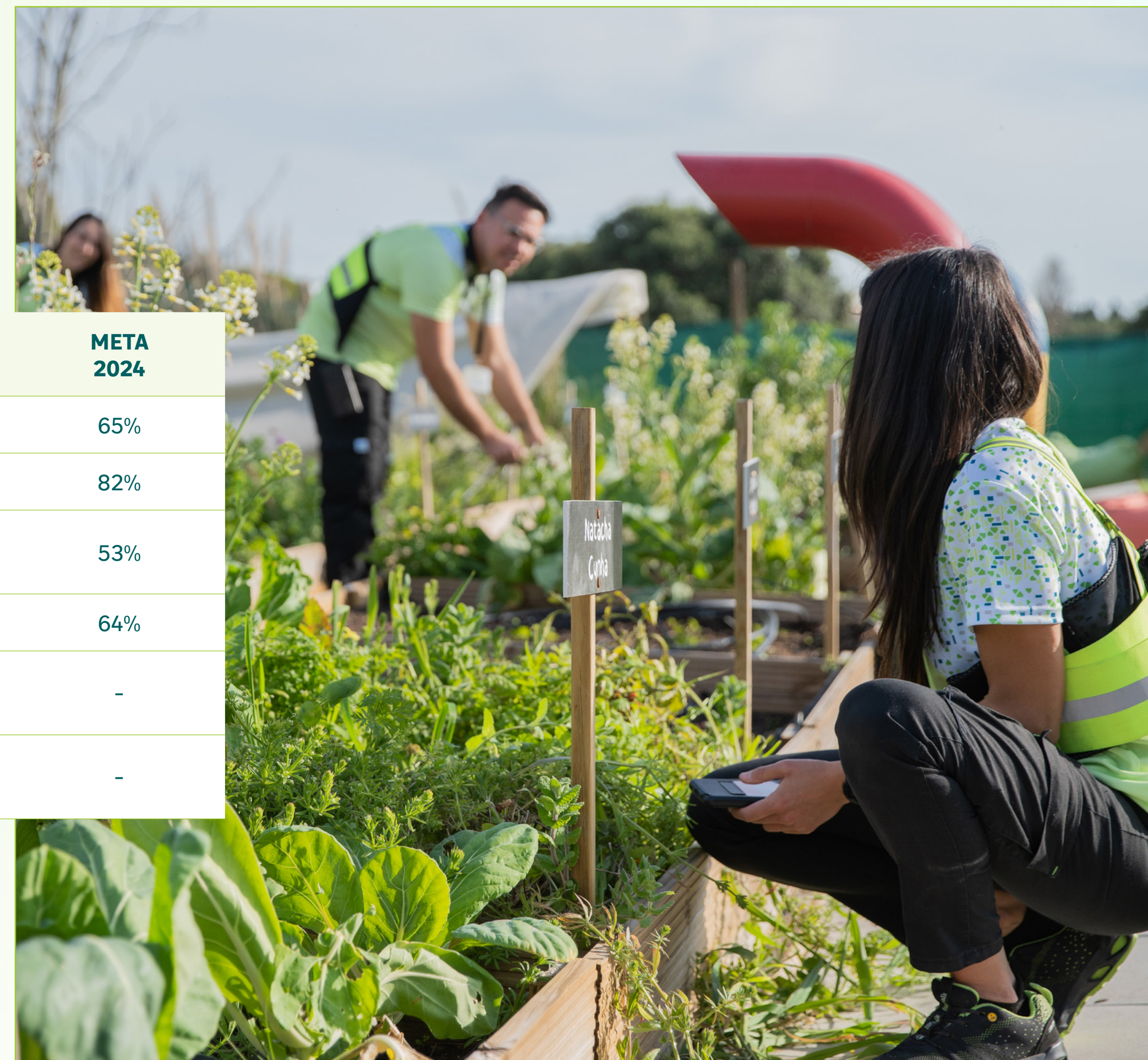
Bem-Estar Estilo de vida: Reforçámos a Política SOMA+TEMPO, mantivemos a atribuição do voucher de 150 euros de apoio à criação de um escritório em casa para missões elegíveis para teletrabalho e realizámos workshops de equilíbrio vida pessoal/profissional.

Bem-Estar Físico: Mantivemos as aulas de ginástica laboral e as sessões de fisioterapia ocupacional para as nossas operações, assegurámos, mais um ano, a campanha de vacinação da gripe, implementámos a medicina curativa e realizámos diferentes workshops sobre saúde.

Bem-Estar Segurança: Mantivemos os nossos workshops de segurança no trabalho com alertas para situações de risco.

Eis a percentagem de colaboradores que avaliam o seu bem-estar em 4 e 5 estrelas (numa escala de 1 a 5 estrelas) e as metas que pretendemos atingir em 2024:

	CLASSIFICAÇÃO OBTIDA	META 2024
BEM-ESTAR GERAL	64%	65%
BEM-ESTAR FÍSICO	71%	82%
BEM-ESTAR FINANCEIRO	45%	53%
BEM-ESTAR MENTAL	61%	64%
BEM-ESTAR ESTILO DE VIDA	58%	-
BEM-ESTAR SEGURANÇA	83%	-



3 Promovemos iniciativas internas, dedicadas à Diversidade e Inclusão da empresa que envolvem todos os colaboradores



Em 2023, o nosso foco foi continuar a fortalecer a nossa cultura de Diversidade e Inclusão (D&I), com o objetivo de criarmos um ambiente onde todos se sintam valorizados e incluídos. Acreditamos que estas práticas promovem a justiça social e estão intrinsecamente ligadas ao sucesso e sustentabilidade da nossa empresa. Em 2023, reafirmamos nosso compromisso em investir em iniciativas que promovem o bem-estar de nossos colaboradores em todos os níveis - físico, financeiro e mental.

Sara Sousa

Responsável pela gestão e desenvolvimento de talento

Porque queremos ser uma empresa mais auto-consciente e criar uma cultura mais inclusiva onde os nossos colaboradores estão cada vez mais sensibilizados para este tema, procuramos acompanhar os indicadores associados ao tema e implementamos diversas iniciativas globais e locais.

Ao longo do ano de 2023, continuámos a nossa jornada de Diversidade e Inclusão através da implementação de diversas iniciativas promotoras da D&I, tais como: **Dashboard D&I, Calendário D&I, Formação D&I e Card D&I**. Estas iniciativas permitiram um melhor acompanhamento dos indicadores associados à diversidade e inclusão, assim como uma maior dinamização com recurso a diversos dias temáticos.

Dashboard D&I

A existência de uma dashboard de RH permite um maior acompanhamento dos indicadores de Diversidade e Inclusão, e uma maior facilidade na visualização dos dados que, por sua vez, facilita o processo de tomada de decisão e de promoção de uma gestão mais eficaz.

Calendário D&I

O calendário da Diversidade e Inclusão tem como objetivo a dinamização de diversos dias temáticos, como por exemplo, Semana da D&I, Dia da Mulher, Dia da pessoa com deficiência, Dia Internacional contra a Homofobia, Transfobia e Bifobia, entre outros. Trata-se de uma iniciativa que permite sensibilizar os nossos colaboradores e trazer a temática para toda a empresa.

Formação D&I

Com o objetivo de formar os nossos colaboradores na temática da diversidade e inclusão e com o propósito de criar um maior envolvimento dentro da nossa equipa/ empresa, foram disponibilizadas as seguintes formações:

- Formação Viés Inconsciente;
- 2 Módulos de formação ADEO: Estabelecer as bases para a Diversidade e Inclusão na ADEO e Meios para a Diversidade e Inclusão.

Site Oficial Somar à Diferença

A diversidade e inclusão são temas de grande importância relativamente à nossa Estratégia de Impacto Positivo, e com a aplicação destes princípios na nossa política de recursos humanos, estamos a contribuir para uma sociedade inclusiva, que valoriza todos os cidadãos, independentemente das diferenças de cada um.

No seguimento da iniciativa do programa "Somar à Diferença", implementado em anos anteriores, em 2023 foi criado o site oficial de Diversidade e Inclusão "Somar à Diferença", onde damos a conhecer aos nossos colaboradores a nossa estratégia de D&I, assim como todas as iniciativas desenvolvidas e/ou a decorrer associadas à temática.

Programa "Iguais": um programa que dá apoio a pessoas com deficiência

Na nossa jornada contínua de promoção de um ambiente diverso e inclusivo, reafirmámos o nosso compromisso em abraçar a diversidade, com o Programa "Iguais", com especial foco em pessoas com deficiência.



O programa surgiu com o objetivo de normalizar a deficiência, sem estigmas nem preconceito, convertendo-a numa oportunidade de melhoria, tanto para a empresa, como para as pessoas que a integram. Esta iniciativa consiste num serviço de aconselhamento personalizado e confidencial com um parceiro especializado, que está à disposição de todos os colaboradores que sintam necessidade de esclarecer dúvidas sobre o Atestado Médico de Incapacidade Multiuso: como funciona e quais os benefícios.

Iniciativas de Apoio à Parentalidade

Sabemos que a parentalidade é uma fase de grande importância na vida dos colaboradores e, por isso, procuramos apoiá-los nesta fase da sua vida e proporcionar um maior bem-estar, facilitando o seu regresso após a licença de parentalidade.

Para tal, foram desenvolvidos guias de apoio à parentalidade, divididos por diferentes etapas (antes, durante e pós licença), tanto para o manager da equipa, como para o colaborador que vai ser/foi pai/mãe. Estes guias têm como objetivo apoiar os colaboradores a gerir os principais desafios nesta nova etapa, focando no equilíbrio na gestão familiar e profissional e/ou outras questões específicas da família, à luz da filosofia da Parentalidade Consciente, de forma a melhorar a comunicação e conexão entre todos.

Para além destes guias, existe também um serviço de acompanhamento parental, que consiste num conjunto de 5 sessões online que apoiam os colaboradores no regresso ao trabalho.

No ano de 2023, mais de 20 colaboradores usufruíram deste serviço de apoio à parentalidade.

Promovemos o recrutamento inclusivo

Estando a diversidade e inclusão na base da estratégia de Impacto Positivo, pretendemos contribuir para o emprego pleno do nosso país e para o trabalho digno para pessoas com deficiência.

Foram estabelecidas parcerias com organizações que promovem a empregabilidade de pessoas com deficiência com o objetivo de integrá-las na equipa LEROY MERLIN PORTUGAL.

Em 2023, contámos com um total de 49 colaboradores com deficiência, tendo sido contratadas neste ano 20 pessoas. Este número representa 0,83% do total de colaboradores, sendo que no futuro ambicionamos atingir os 2%.

Para além da importância do recrutamento inclusivo, é igualmente importante a sua integração nas equipas e, por isso, são realizadas sessões de sensibilização, direcionadas a todos os colaboradores, onde se pretende fornecer conhecimento sobre os diferentes tipos de deficiência e contribuir para um melhor acolhimento de pessoas com deficiência.

Alguns exemplos das temáticas abordadas são: Língua Gestual Portuguesa, Autismo, Transtornos de personalidade, Deficiência Motora, entre outros. Ao longo do ano de 2023, foram realizadas 10 sessões de sensibilização.

Plano "Gender Pay Gap"

Neste tema também importa falar na justiça e equidade entre géneros, sendo fundamental garantir uma igualdade salarial, independentemente do género dos colaboradores, procurando quebrar os vieses inconscientes e preconceitos que possam ainda existir nos processos de RH.

Para tal é realizado um acompanhamento do "Gender Pay Gap", através do desenvolvimento de um dashboard e desenvolvimento de um report D&I, que inclui dados sobre a igualdade salarial, permitindo avaliar a situação atual e criar uma maior consciência junto do comité executivo.

Para além disso, no processo de revisão salarial de 2023, foi criado um mecanismo de alocação de um orçamento específico com o intuito de mitigar este gap (sempre em concordância com a avaliação de desempenho dos colaboradores), bem como uma medida que assegura a revisão salarial das nossas colaboradoras, mesmo em caso de ausência por licenças de maternidade.

Estas iniciativas permitiram que em 2023, o "Gender Pay Gap" estivesse próximo de 0%.

4 Colega Mudei-te a Casa

O bem-estar e satisfação dos nossos colaboradores no âmbito profissional depende bastante do âmbito e situação pessoal e social em que se encontram e, por isso, procuramos mitigar os casos de vulnerabilidade habitacional vividos por alguns dos nossos colaboradores.

Através da iniciativa "Colega Mudei-te a Casa" e de modo a assinalarmos os 20 anos da LEROY MERLIN em Portugal, em 2023, apoiámos um total de 20 projeto de reabilitação habitacional, contribuindo para a mitigação dos casos de vulnerabilidade habitacional existentes nas equipas.

A LEROY MERLIN comparticipa as obras de remodelação de uma divisão em 85%, até um máximo de 3.000€, ficando os restantes 15% a cargo do colaborador. Esta iniciativa é casuística e depende da disponibilidade financeira da empresa.

5 Apoio a colaboradores no Natal

A época natalícia é uma época especial para as famílias, sendo uma prioridade proporcionarmos o melhor Natal possível aos nossos colaboradores.

Para tal, atribuímos um voucher Auchan e um cabaz de alimentos a todos os colaboradores.

6 Descontos adicionais em Produtos + Positivos e Produtos MDH

Procurámos aliar o apoio aos nossos colaboradores com a sustentabilidade, através da atribuição de descontos na aquisição de produtos que respondem a diversos critérios de sustentabilidade definidos pela empresa.

Desta forma, ao longo do ano de 2023, a LEROY MERLIN disponibilizou aos seus colaboradores um desconto adicional em 175 "Produtos + Positivos".

Para além desta iniciativa, a LEROY MERLIN também disponibilizou a todos os colaboradores, um desconto adicional em produtos MDH durante o mês de setembro, para comemorar os 20 anos da marca em Portugal.

7 Voucher Regresso às Aulas

Na LEROY MERLIN reafirmámos o nosso compromisso com o bem-estar dos nossos colaboradores e as suas famílias, reconhecendo a importância do momento do regresso às aulas. Com o intuito de apoiar financeiramente os nossos colaboradores que têm filhos em idade escolar, lançámos a iniciativa "Voucher Regresso às Aulas".

Esta iniciativa destina-se especificamente aos colaboradores LEROY MERLIN que têm filhos com idades compreendidas entre os 5 e os 18 anos. Reconhecendo os desafios financeiros que podem surgir neste período, a LEROY MERLIN atribuiu um voucher no valor de 25€ por cada filho nesta faixa etária.

A LEROY MERLIN reconhece a importância da educação na formação de cidadãos responsáveis e comprometidos, contribuindo ativamente para o sucesso educativo dos filhos dos nossos colaboradores. Este programa reflete o nosso compromisso contínuo em criar um ambiente de trabalho que valoriza e apoia as necessidades individuais de cada membro da nossa equipa.



8 Realizámos diversas iniciativas para garantir a segurança dos nossos colaboradores e de toda a operação



Para a nossa casa, a segurança é uma prioridade diária e todas as decisões têm a segurança das nossas equipas, parceiros e clientes em 1º lugar. Cada colaborador é parte integrante da nossa família LEROY MERLIN e a sua segurança, saúde e bem-estar são a nossa prioridade. Trabalhamos para garantir condições de trabalho seguras e saudáveis, através de medidas de prevenção de acidentes e doenças profissionais. Todos somos responsáveis pela segurança e todos fazemos a diferença rumo à Missão Zero Acidentes de Trabalho!

Sónia Martins

Responsável pela segurança no trabalho

Na LEROY MERLIN, a segurança dos nossos colaboradores é uma prioridade fundamental. Estamos empenhados em criar um ambiente de trabalho seguro e saudável para todos os membros da nossa equipa. Para garantir isso, implementámos medidas rigorosas de Segurança em todas as nossas operações.

Workshops de Segurança

Os workshops visam a partilha de boas práticas e a construção de um compromisso comum para a gestão eficaz da segurança. Durante 2023 foram realizados 10 workshops, com um total de 348 participantes. Foram realizados 10 workshops, com um total de 348 participantes.

Campanha de Segurança

A Campanha de Segurança visa a animação e envolvimento de todos os colaboradores. Proteger e zelar por cada um dos nossos 6000 colaboradores é a nossa prioridade. Continuamos o propósito de Fazermos de todas as Casas um Lugar Mais Positivo para se Viver. Um lugar onde a Segurança é chave!

Dinamização da Segurança Global - Comité de Segurança nos serviços internos

O Comité dos serviços internos desenvolveu várias ações que permitiram um incremento dos níveis de segurança e prevenção de acidentes de trabalho em todas as lojas e plataformas. Em 2023, foram realizados 10 planos de ação de segurança nos serviços internos, 1 geral e 1 por cada desafio.

Dinamização da Segurança Comum - Comité de segurança por zona de vida

Em 2023, os comités das zonas de vida, desenvolveram 8 planos de ação de segurança que permitiram um incremento dos níveis de segurança e prevenção de acidentes de trabalho nas 8 zonas de vida.



Dinamização da Segurança Local - Comitê de Segurança por cada loja e plataforma logística

Os Comitês de segurança das lojas e plataformas desenvolveram várias ações que permitiram um incremento dos níveis de segurança e prevenção de acidentes de trabalho em cada estabelecimento. Em 2023, foram realizados 54 planos de ação de segurança dos estabelecimentos.

A prevenção de acidentes de trabalho é fundamental para manter um ambiente de trabalho seguro para todos os colaboradores das Lojas, Plataformas Logísticas e Serviços Internos.

Sistema de gestão da segurança (Preparação para certificação)

A implementação do sistema de gestão de segurança e respetiva certificação visa a melhoria contínua dos processos com visibilidade externa na marca.

Plano de Segurança serviços internos

O plano de segurança dos serviços internos visa a incorporação e melhoria contínua da segurança nos processos e atividades dos vários desafios dos serviços internos e respetiva responsabilização.

Iniciativa "Data Safety"

A ISO 45001 é uma norma internacional que estabelece requisitos para sistemas de gestão de saúde e segurança ocupacional. O seu objetivo principal é fornecer diretrizes e estruturas para ajudar as organizações a criar ambientes de trabalho seguros, minimizando riscos de acidentes, lesões e problemas de saúde relacionados ao trabalho.

9 Demos continuidade à identificação, formação e certificação dos Experts de Produto

Procurámos identificar e valorizar o talento dentro das equipas, com um programa que certifica vendedores especialistas de produtos nas diversas soluções. Uma iniciativa que nos permite responder melhor às necessidades dos clientes.

Esta iniciativa tem como objetivo identificar o talento nas nossas equipas, capitalizar o nosso Know How, formalizar o conhecimento de produto dentro da empresa, profissionalizar as nossas equipas e, conseqüentemente, aumentar a satisfação dos nossos clientes.

Este programa é especialmente designado para colaboradores que se destacam como verdadeiros especialistas nas suas áreas, sendo identificados como experts. O primeiro passo consistiu na definição clara do perfil de expert em produto, seguido pela minuciosa identificação desses profissionais em colaboração com os Recursos Humanos e os Comitês de Direção.

Para além desta primeira fase de identificação de experts, os experts em produto que também possuam a capacidade adicional de serem formadores internos, beneficiaram, desde setembro de 2023, de um processo dedicado à formação, para que em breve possam começar a fazer a partilha do seu saber, utilizando as ferramentas desenvolvidas em formação.

Ao longo do ano, estão a ser planeadas diversas ações direcionadas aos experts em produto, com a intenção de oferecer suporte contínuo ao desenvolvimento e reconhecimento destes talentos fundamentais.



10 Reestruturamos a Academia de Atendimento e Vendas (AAV)

Na nossa busca incessante pela excelência nas práticas comerciais, reiteramos o compromisso de proporcionar aos nossos colaboradores uma academia que não apenas responda, mas que antecipe e supere as necessidades inerentes ao nosso negócio.

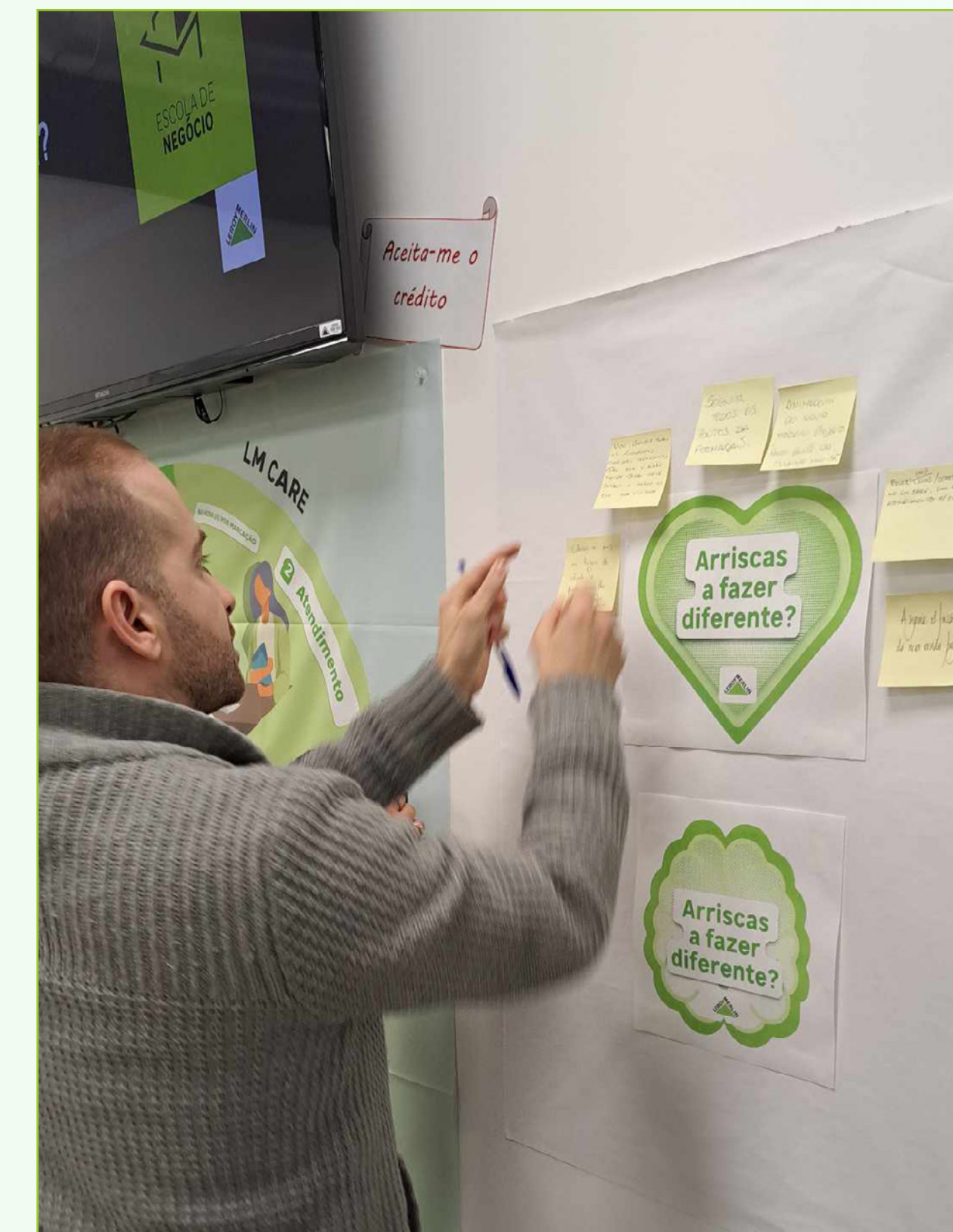
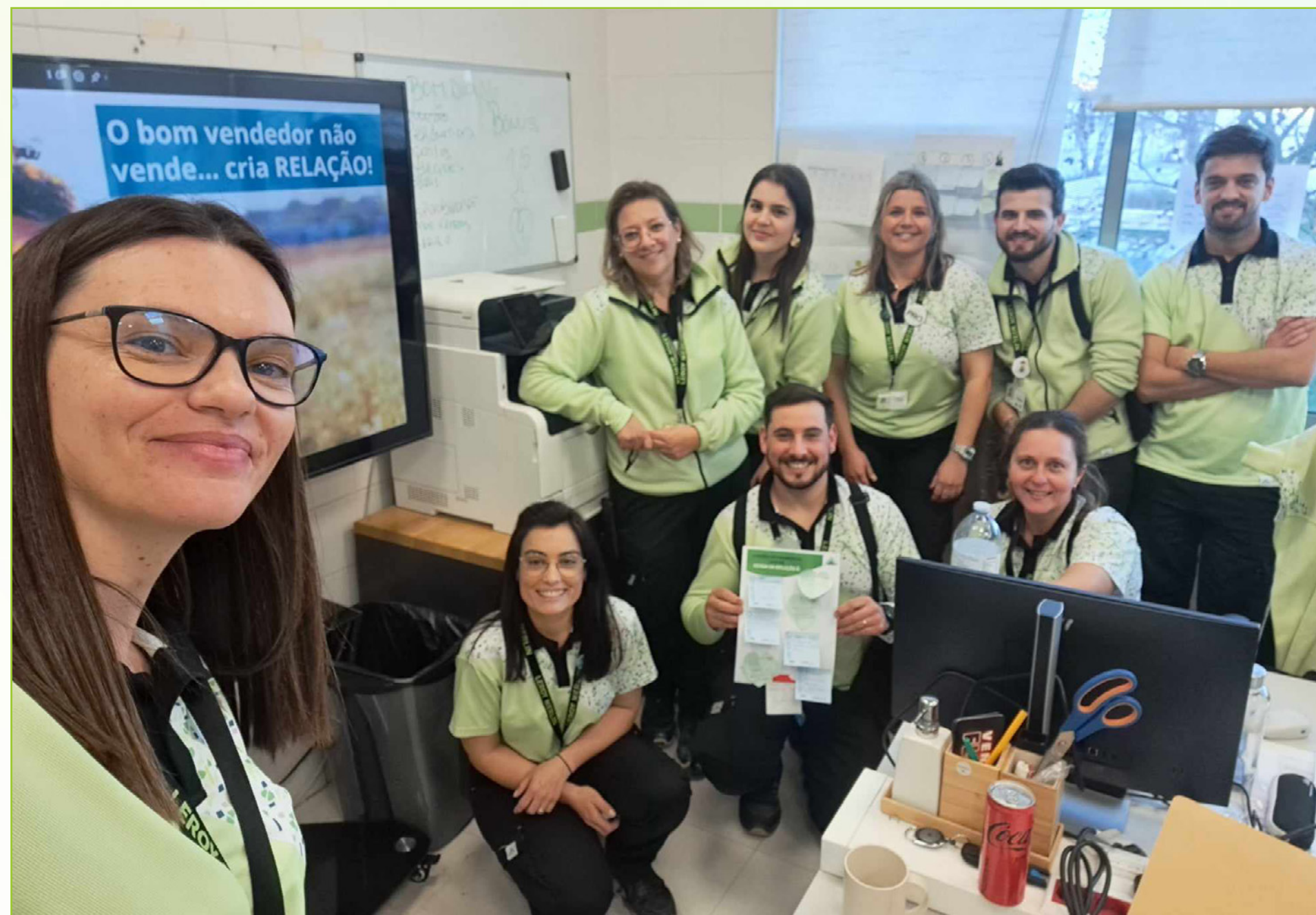
O nosso objetivo principal é cultivar uma equipa cuja competência na argumentação de venda junto dos clientes seja uma expressão tangível do profundo conhecimento e entendimento das nuances do mercado.

Por isso, a **Academia de Atendimento e Vendas (AAV)** reflete um compromisso sólido nesta direção, abrangendo tópicos essenciais para a otimização das nossas práticas de vendas. Com sessões presenciais estruturadas, priorizamos a “Venda Solução”, o “Modelo de Atendimento Venda Projeto” e a “Missão Pivots Pro”. As duas primeiras sessões contaram com formadores internos, totalizando em 2023, 1000 colaboradores formados.

Para além destas formações já existentes em anos anteriores, **ampliámos a AAV de modo a incorporar elementos de Competências Comerciais e Experiência do Cliente.** Módulos como “Diagnóstico: Descobrir a Necessidade do Cliente”, “Modelo Atendimento LM Experiência Cliente 5* (OKR2024)” e “Follow Up Modelo Venda Projeto (OKR2023)”, visam não apenas aprimorar

as habilidades comerciais, mas também a experiência do cliente em cada interação.

Esta abordagem recorrente de formação visa alinhar todos os colaboradores nas práticas de vendas, garantindo que os gestos e argumentos estão em sintonia, resultando numa experiência e satisfação do cliente excepcionalmente coerente e satisfatória.





Como vamos progredir no futuro?

Bem-estar

- Reduzir os eixos de bem-estar para 3 criar um plano anual que contempla as iniciativas de todos os eixos de forma a trabalhar o bem-estar numa vertente holística;
- Reduzir as vagas oficiais EXI de escuta do colaborador para 2, para que seja possível dedicar mais tempo à construção, monitorização e implementação de ações de melhoria;

Diversidade

- Implementar um programa de aceleração de competências para mulheres;
- Implementar o programa “Ambiente Seguro”, que responde ao desafio de como podemos prevenir e lidar com a discriminação por parte dos clientes, de forma a assegurar um ambiente seguro, respeitoso e inclusivo para as equipas;
- Criar um grupo de representantes da D&I LEROY MERLIN;
- Apostar numa experiência cliente omnicanal inclusiva e melhoria de condições de acessibilidade nas lojas;
- Realizar um mapeamento das missões vs capacidades que contribuam para o recrutamento inclusivo;

Segurança

- Melhorar os processos com mais alinhamento e rotinas de segurança e menos erros e sinistros.
- Integrar a segurança em toda a cadeia de valor e no centro das decisões da empresa.
- Garantir que a segurança está presente nos gestos

diários e que cada colaborador é líder, protagonista e comprometido com a segurança.

- Certificação de 7 estabelecimentos pela ISO 45001
- Desenvolvimento de processo de observações comportamentais de Segurança
- Profissionalização da dinamização de segurança (Local, ZDV, SI)
- Formações 16h Empilhadores para as Lojas a certificar (coletivos identificados)
- Todas as formações para manobreadores de empilhador passam a ter 16h de formação com uma periodicidade de renovação de 3 em 3 anos.
- Revisão da formação de SHT e atualizar para uma periodicidade anual.

Colaboradores experts

- Formar todo o coletivo de comércio em “Venda Solução”;
- Atingir os 30% de vendedores identificados como experts do produto.

3.1.2

Promovemos o desenvolvimento dos nossos parceiros e fornecedores, bem como de todos os clientes profissionais

Porque é que é importante o compromisso com os nossos parceiros, fornecedores e clientes profissionais?



Pedro Cabral
Diretor do negócio PRO

Com mais de 60.000 clientes e um forte crescimento em 2023, o negócio PRO está cada vez mais presente na vida dos profissionais. Com uma equipa reforçada, estamos comprometidos em fornecer as melhores soluções de produto, logística e serviços para projetos de todas as dimensões, agradecendo a crescente confiança dos nossos clientes. Lidamos diariamente com profissionais de grande qualidade e acreditamos que, com os nossos pacotes de formação técnica de produto e aplicação, podemos contribuir para um ainda melhor desempenho da sua atividade e cobrindo toda a capilaridade nacional, traduzindo num tecido da nossa sociedade robusto e sustentável, ao nível social, económico e ambiental.



O compromisso com os nossos parceiros, fornecedores e clientes profissionais é mais do que uma prioridade - é a essência da nossa identidade como uma empresa plataforma.

Nós, enquanto ponto de conectividade entre profissionais, as mais diversas indústrias e prestadores de serviços, reconhecemos que a força da nossa rede é crucial para a satisfação de nossos clientes.

Somos uma empresa aberta ao exterior, que coloca a satisfação do cliente no centro da nossa abordagem. Valorizamos e disponibilizamos as competências dos nossos parceiros, sempre alinhados com a nossa própria visão.

Este compromisso transcende a mera prestação de serviços, sendo uma colaboração contínua, onde a sinergia entre as nossas habilidades e as dos nossos parceiros traduz-se em soluções mais eficazes.

Ao desenvolver um novo modelo de negócio orientado para os profissionais, adaptado às suas necessidades no mercado, impulsionamos não apenas o nosso próprio crescimento, mas também o desenvolvimento dos profissionais que compõem a nossa rede. Através de uma abordagem de upskilling, oferecemos uma variedade de formações em produtos, técnicas e tendências, promovendo uma troca bidirecional de conhecimento entre participantes e formadores.

Reconhecemos que o impacto positivo do nosso negócio sobre os edifícios dos nossos clientes depende da capacitação e do alinhamento dos profissionais especializados. Este é o foco da nossa missão de liderar o setor do habitat, procurando sempre soluções completas que só são possíveis através de parcerias sólidas.

À medida que procuramos concretizar o nosso propósito de transformar todas as casas em Habitats Positivos, entendemos que, só o iremos alcançar se aproveitarmos e potencializarmos todas as competências do mercado que contribuem para este objetivo. Assim, ao fortalecermos a nossa rede de parceiros, fornecedores e clientes Profissionais, fortalecemos também a nossa capacidade de criar impactos significativos e duradouros em cada projeto que abraçamos.

Progresso 2023 e Ambição 2024-2025

Na LEROY MERLIN, vemos o nosso negócio como um ecossistema dinâmico, onde interagem diversos intervenientes, rumo a um objetivo comum. Esta visão inspira a nossa ambição de nos tornarmos a plataforma líder da melhoria do habitat, onde acreditamos que apenas iremos efetivamente satisfazer os nossos clientes se estivermos todos alinhados e preparados para satisfazer as necessidades dos Habitantes. Desta forma, a satisfação dos instaladores que trabalham connosco é um indicador que monitorizamos, através do indicador NPS (Net Promotor Score), que nos permite obter e analisar o índice de satisfação dos nossos parceiros, envolvidos na instalação de equipamentos. Durante o ano de 2023 assistimos a um aumento de 2,17% deste indicador.



KEY RESULT INDICADORES PRINCIPAIS	2020	2021	2022	2023	VARIAÇÃO 2022-2023	META 2023-2025
Profissionais especializados do habitat						
NPS Instaladores/Rating do instalador	N.D.	N.D.	46	47	+2,17%	55
Vendas de produtos produzidos ou transformados em Portugal	N.D.	12%	17%	16%	-1 pp	N.D.

Em que iniciativas estivemos focados em 2023 para os clientes profissionais?

A LEROY MERLIN continua comprometida com os seus clientes profissionais. Em 2023 duplicámos a equipa, alcançámos uma presença nacional de serviço dedicado e exclusivo a esta tipologia de clientes, e reforçámos as suas competências com diversas formações de produto e ofício, com o objetivo de melhor compreender e apoiar estes clientes.

Trabalhámos a oferta com uma gama mais adequada às necessidades destes clientes, de acordo com a escuta praticada, e ambientalmente responsável. Melhorámos os nossos circuitos de entrega personalizados, deixando assim uma pegada menor e adaptando a cada cliente a melhor solução.

Em 2023, proporcionámos mais de 450 horas de formação em novos produtos e tendências mais sustentáveis, com uma presença polarizada a nível nacional. Estabelecemos parcerias com fornecedores e instituições para promover o upskilling do cliente profissional e suas equipas.

Melhorar o bem-estar dos profissionais especializados do Habitat

Formação para clientes profissionais e colaboradores

Disponibilizámos 9 módulos de formações dirigidas a clientes profissionais, colaboradores PRO e colaboradores loja

Durante o ano de 2023, disponibilizámos **9 módulos** de formação técnica, criados para elevar a confiança na instalação e utilização dos nossos artigos. Este programa de formação visa proporcionar conhecimento aprofundado e prático aos participantes, capacitando-os a alcançar os mais elevados padrões de excelência.



117 formações, em 23 lojas, em parceria com 9 fornecedores

250 colaboradores PRO

470 clientes formados

120 colaboradores loja

Formação SIKA

Formação Produto e aplicação Colas e estanqueidade

Formação Haier

Formação produto e projeto de bombas de calor

Formação Caixiave

Formação produto e projeto de caixilharia janelas e divisórias

Formação Sival

Formação produto e aplicação massas e estuques

Formação Kerakoll

Formação produto e aplicação cimentos cola

Formação Amorim

Formação produto e aplicação de pavimentos

Formação Capa

Formação produto e aplicação cimentos

Formação Pertecno

Formação produto e projeto de Aço Aligeirado

Formação Betsolar

Formação produto e projeto de energias renováveis

Como vamos progredir no futuro?

- Ambicionamos manter a dinâmica de formações, ao mesmo tempo que evoluímos em construção sustentável e energias limpas. Adicionalmente, aumentar o número de lojas com Assessores PRO;
- Pretendemos aumentar o número de participantes por formação;
- Aumentar a iniciativa em 10% até 2026, face ao ano de 2022

3.1.3

Os habitantes são o foco da construção da nossa empresa plataforma

Porque é que é importante o compromisso com os nossos habitantes locais?

Criamos valor social enquanto empresa plataforma que lidera o setor do habitat, e a criação de emprego indireto é um dos impactos positivos que geramos. A forma como temos organizado o nosso negócio faz da LEROY MERLIN um pólo dinamizador do bem-estar dos habitantes locais, pelo papel indutor que temos sobre a criação de emprego indireto no setor da reabilitação, construção e instalação de equipamentos.

Sabemos que a mão de obra existente é insuficiente para assegurar a concretização dos projetos de todos os clientes, por isso criámos, há 4 anos atrás, a Academia do Instalador, como resposta a este constrangimento. A Academia do Instalador capacita profissionais do habitat, habilitando-os a responder melhor às necessidades dos nossos/seus clientes.

A criação de valor social está ainda muito associada às iniciativas de responsabilidade social que realizamos, que resultam no apoio a centenas de pessoas por ano e no envolvimento dos nossos colaboradores com as comunidades locais. Este compromisso posiciona a nossa

intenção de sermos uma empresa socialmente contributiva e envolvida com a comunidade.

Na LEROY MERLIN, o voluntariado é entendido como uma forma de desenvolvimento de talento, competências e de estímulo da proximidade com a comunidade, onde todos somos responsáveis por contribuir para objetivos comuns. A nossa cobertura geográfica e a autonomia que cada uma das nossas lojas tem para propor, criar ou apoiar iniciativas de voluntariado, faz com que cada um de nós

possa assumir o papel de líder e gerar impacto positivo junto das comunidades onde operamos, onde vivemos e onde assumimos o compromisso de ser transformadores. Para além das nossas iniciativas de voluntariado, queremos atuar de forma consciente, responsável e solidária para outros contextos sociais. Na LEROY MERLIN olhamos de forma holística, contribuindo para os desafios e desenvolvimento das nossas comunidades, criando valor e impactando a vida dos habitantes.



Progresso 2023 e Ambição 2024-2025

Na LEROY MERLIN, o desenvolvimento de atividades em várias direções é impulsionado também pelo crescimento do nosso negócio. A influência da nossa empresa na criação de empregos indiretos é um indicador que pretendemos acompanhar para avaliar o nosso impacto na sociedade em termos de empregabilidade.

De modo a avaliar objetivamente o nosso impacto, utilizamos um conjunto de indicadores que nos possibilita analisar a amplitude dos empregos indiretos que geramos.

Faz parte da nossa **cultura Human Centric**, sermos um agente de solidariedade local, interna e externamente. Começamos por ser um modelo interno, auxiliando os colegas a superar questões económicas e sociais urgentes. Além disso, fornecemos suporte em emergências sociais, especialmente em casos de crise habitacional. A assistência é prestada por meio de recursos financeiros, produtos ou serviços, principalmente através do envolvimento das nossas equipas. O número de dias de voluntariado corporativo é o principal indicador que acompanhamos para avaliar o nosso progresso em responsabilidade social. Em 2023, este indicador aumentou 9,07% em relação ao ano anterior.

KEY RESULT INDICADORES PRINCIPAIS	2020	2021	2022	2023	VARIAÇÃO 2022-2023	META 2023-2025
Contribuidores de emprego indireto						
Colaboradores de fornecedores que exercem a sua atividade na LEROY MERLIN ou em parceria com a LEROY MERLIN (Nº)	562	832	889	932	4,80%	N.D.
Empresas fornecedoras e parceiras incluídas na cadeia de fornecimento da LEROY MERLIN (Nº)	N.D.	3195	4096	4731	15,50%	N.D.
Fornecedores nacionais (Nº)	N.D.	2329	2760	3091	12,00%	N.D.
Fornecedores ibéricos (Nº)	N.D.	623	883	970	9,80%	N.D.
Fornecedores internacionais (Nº)	N.D.	243	453	453	0,00%	N.D.
Solidariedade local						
Dias de voluntariado corporativo (N.º)	53.	1935	2832	3089	+9,07%	1 dia/ Colaborador

N.D. Não disponível; N.A. Não aplicável



Em que iniciativas estivemos focados em 2023?

Iniciativas promotoras da criação de empregos indiretos

1 Marketplace

2 Academia de Instaladores

Envolvimento com a Comunidade

3 Together We Care - Centro de Recuperação para Feridos de Guerra

4 Just a Change

5 Habitat Natal

6 CleanUp Week

7 Ações de Reflorestação

8 Doação de sangue

1 Aumento da oferta de produtos através do Marketplace



Através da nossa crescente preocupação na criação de empregos indiretos, implementamos o novo negócio de Marketplace, procurando aumentar a diversidade de produtos, expandindo as categorias existentes e também criando novas. Estamos empenhados em continuar este projeto, sustentado por alianças estratégicas e promovendo as PME's portuguesas do Retalho online, fazendo delas nossas parceiras.

Rita Marques
Diretora de ecossistemas e novos negócios

Para além da preocupação para que os nossos clientes tenham uma vasta oferta de produtos disponíveis, preocupamo-nos também em criar emprego indireto.

O marketplace surgiu com o objetivo de aumentar a oferta de produtos, disponibilizando uma maior oferta nas categorias existentes e introduzindo novas categorias. Esta iniciativa liga a LEROY MERLIN a diversos fornecedores locais e internacionais, através da parceria com a ADEO, LEROY MERLIN França e LEROY MERLIN Itália.

394

N.º de parceiros que aderiram ao marketplace (serviços e produto)

16.5%

de referências de fornecedores-produtores locais

21.7%

de vendas de fornecedores-produtores locais



2 Academia de Instaladores: uma incubadora de empresas de instalação de produtos da Casa



É com muito orgulho que podemos afirmar que a nossa iniciativa “Academia de Instaladores” tem tido um impacto significativo no desenvolvimento económico, e na criação de empregos indiretos em diversos setores, especialmente no contexto das microempresas. Contabilizamos já cerca de 50 empresas e mais de 4000 horas de formação aos nossos parceiros instaladores. Desse modo, poderemos continuar a trabalhar para chegar mais longe.

Cristina Pereira

Responsável pela academia do instalador e serviços financeiros

Continuamos a contribuir para a criação de emprego indireto em diversos setores, em prol do desenvolvimento e apoio a microempresas

A Academia de Instaladores, direcionada a empreendedores que desejem criar a sua microempresa, foi criada há cerca de 4 anos, para fazer face à dificuldade e escassez de empresas de instalação no mercado português.

Em 2023, esta iniciativa permitiu a criação de 13 empresas na região do Algarve, totalizando 50 empresas. Foram realizados 7025 serviços no âmbito do projeto e houve uma faturação do total de empresas criadas de 922 000€.

922 000€

faturação total das empresas criadas

13

novas empresas criadas na região do Algarve

7 025

serviços

A Academia do instalador também atua enquanto promotor da capacitação dos parceiros da rede, com mais de **4.000 horas** de formação dada aos parceiros instaladores, oferecendo formação técnica de produto a Instalar, formação de aplicações informáticas e formação de atendimento. A capacitação dos parceiros instaladores, foi o grande objetivo da Academia em 2023.



3 165 voluntários apoiam a construção do Centro de Recuperação para Feridos de Guerra



O compromisso "Solidariedade Local", demonstra o nosso empenho com a responsabilidade social e a envolvimento com a comunidade. Em consonância com o nosso propósito - "Tornar todas as casas num lugar positivo para viver" - temos desenvolvido várias ações de voluntariado para mitigar a pobreza habitacional, realizado iniciativas ambientais e de resposta a emergências, e estabelecido parcerias estratégicas para criarmos impacto positivo na comunidade e contribuirmos para os desafios sociais. Na LEROY MERLIN, aspiramos continuar a ser agentes ativos na construção de uma sociedade mais justa e sustentável.

Catarina Almeida
Técnica de impacto positivo social

Como uma empresa consciente, responsável e solidária que somos, procuramos sempre olhar para a nossa atuação de uma forma holística, querendo, por isso, ser atores relevantes na resposta a contextos de emergência, nomeadamente, o conflito na Ucrânia.

Desta forma, e com o intuito de apoiar todos os que sofreram diretamente com o conflito na Ucrânia, a LEROY MERLIN Portugal, através do **Fundo Solidário para a Casa (ADEO)** foi **parceiro da Associação Ukrainian Refugees UAPT na construção do primeiro Centro de Recuperação para Feridos de Guerra na Europa.**

O Centro conta com um edifício principal que foi construído com a finalidade de receber feridos de guerra da Ucrânia e refugiados para tratamento físico e psicológico, sendo que, qualquer operação e tratamento serão realizados nas Unidades CUF. Para além deste edifício, iremos também remodelar anexos no exterior, que contarão com gabinetes médicos que oferecem assistência em psicologia, fisioterapia, aconselhamento jurídico e apoio social, bem como 5 quartos com capacidade para 20 pessoas. Estes quartos servirão para alojamentos de emergência a curto prazo.

O espaço total conta com mais de 40 hectares e terá a capacidade de acolher e cuidar, numa primeira fase, cerca de 100 utentes. A principal missão da LEROY MERLIN, numa fase inicial, passou por financiar o projeto através do Fundo Solidário para a Casa (ADEO), pelo apoio na limpeza do espaço e pela realização de algumas remodelações através de voluntariado. No entanto, a nossa responsabilidade para com este centro e os refugiados que irão usufruir do espaço não

termina nesta primeira fase. Numa fase seguinte, queremos estar presentes em estreita parceria com a Associação Ukrainian Refugees UAPT com o objetivo de cuidar do centro e da sua manutenção bem como ajudar a associação a desenvolver projetos com a comunidade envolvente.



777 460€
investidos no projeto

165
Voluntários

1 320
horas dedicadas

4 749 dias de voluntariado com o Just a Change para melhorar a habitação de centenas de pessoas

A parceria estratégica entre a LEROY MERLIN e o **Just a Change**, com o intuito de promover um habitat digno e sustentável, cumpre-se desde 2021, embora sejam parceiros há 7 anos. A LEROY MERLIN ajuda a dar resposta à pobreza habitacional através de apoio em materiais, mas também, através da disponibilização de voluntários e auxílio técnico.

Através da parceria estabelecida com o Just a Change, foi possível apoiar pessoas que se encontravam em situação de emergência habitacional, tanto a particulares como a associações. **Esta parceria permitiu impactar mais de 400 beneficiários, remodelando 2 casas e 14 IPSS, através de 749 dias de voluntariado.** Desta forma, o Just a Change é o parceiro perfeito para o nosso compromisso de fazer de todas as casas um lugar positivo para se viver.

De modo a promover esta iniciativa, foi realizada em 2023, pela primeira vez, a **Semana da Casa Digna**. Nesta semana todas as lojas, plataformas e serviços internos estiveram envolvidos na remodelação de uma casa ou instituição que se encontrava em situação vulnerável. Pretendemos dar continuidade a esta iniciativa, fortalecendo o nosso compromisso com a comunidade.



+400
beneficiários

14
IPSS remodeladas

2
casas remodeladas

5 Habitat Natal promove vivência de espírito natalício

O Natal é um momento de partilha e amor que, infelizmente, nem todas as pessoas conseguem viver da mesma forma. Muitas IPSS e outras instituições de apoio social têm dificuldades em criar um ambiente natalício feliz e digno para que os seus beneficiários consigam sentir o espírito de uma época que se quer de alegria.

Por essa razão, desenvolvemos esta iniciativa, com o objetivo de criar e construir o habitat de Natal de IPSS e instituições que necessitem deste apoio para transformar os seus espaços (salas, quartos, salas de espera, salas de convívio) em habitats prontos para todos os que lá vivem conseguirem sentir o verdadeiro espírito natalício.

Para tal, cada loja/plataforma realiza uma recolha junto das suas equipas para a angariação de materiais de decoração de Natal e constroem uma, ou mais, árvores de Natal, tentando utilizar desperdício de materiais em loja/plataforma para doar à IPSS/instituição selecionada. Para além da doação destas decorações, caso as IPSS/instituições necessitem de alguma intervenção (pinturas ou outras pequenas intervenções), cada loja/plataforma tem a liberdade de apoiar as mesmas, de acordo com a sua disponibilidade de equipa e materiais em loja/plataforma.

+30
instituições apoiadas

184
colaboradores/
participantes

1 000
horas de voluntariado



6 LEROY MERLIN associa-se ao World Cleanup Day

Associando-se ao **World Cleanup Day**, a LEROY MERLIN dinamizou, pelo terceiro ano consecutivo, a **CleanUp Week LEROY MERLIN**. Ao longo de 5 dias, lojas, serviços internos e plataformas logísticas, uniram-se com um único propósito: contribuir para a melhoria do habitat.

Desde 2021, que a LEROY MERLIN se une a este movimento, incentivando voluntários e parceiros de todo o país a reunirem-se durante uma semana para limparem resíduos que encontram em praias, rios, florestas e ruas.

561

colaboradores voluntários

3 253

horas de voluntariado corporativo

16 850 kgs

de resíduos recolhidos



7 Ações de reflorestação promoveram a plantação de mais de 1000 árvores

LEROY MERLIN PORTUGAL promove 8 ações de reflorestação, resultando na plantação de 1008 árvores.

Ações de reflorestação desenvolvidas por todas as Zonas de Vida, permitiram a plantação de 1008 árvores, através de 8 ações. Esta iniciativa apoia o combate às alterações climáticas, a promoção da biodiversidade, e fornece aos colaboradores momentos de união e de partilha em contacto com a natureza.

1 008
árvores plantadas

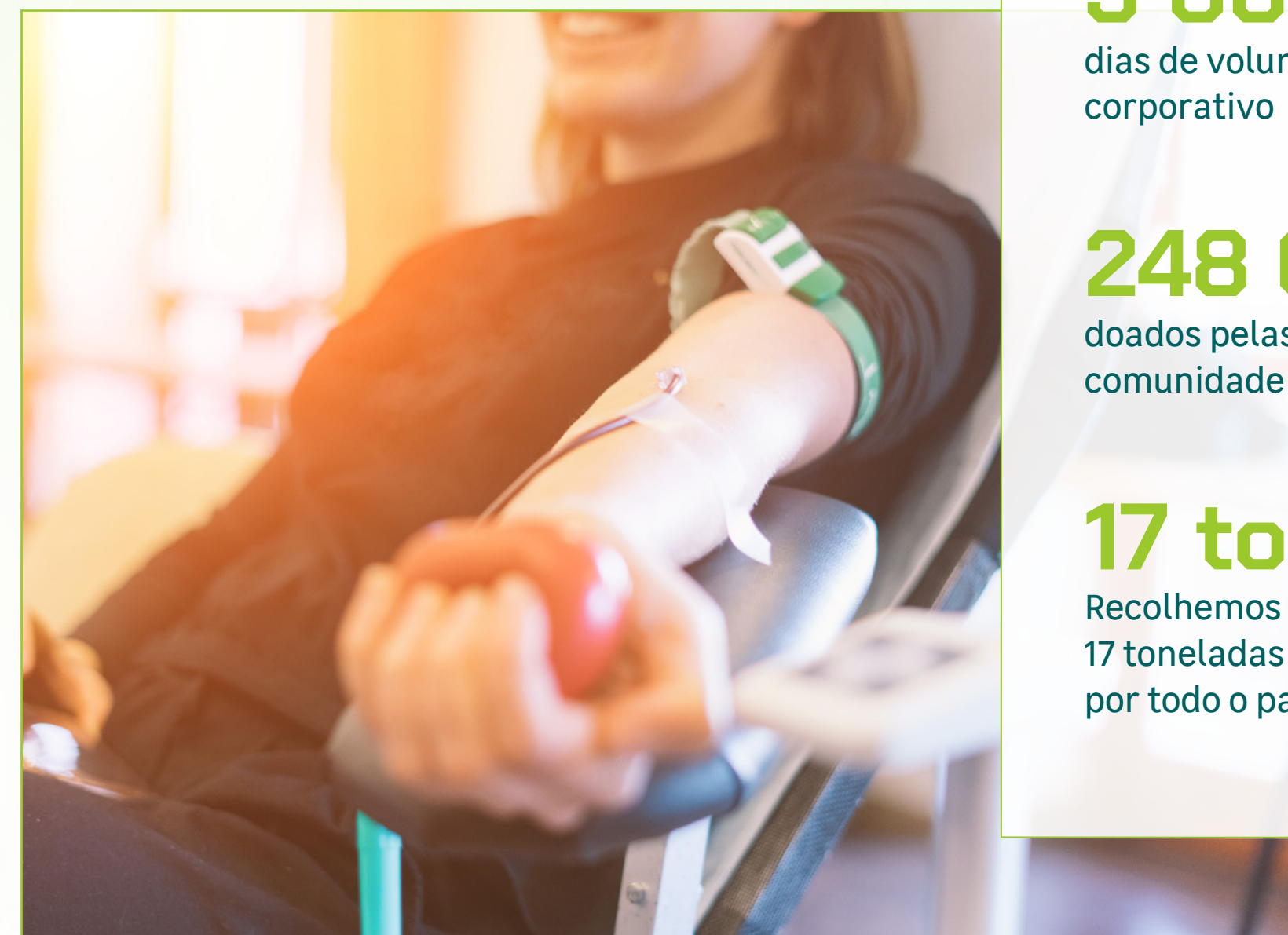
8
ações



8 Apoiamos a doação de sangue

Colaboradores tiveram o direito de usufruir de 4 horas pagas para irem fazer doação de sangue

Durante o ano de 2023, foi dinamizado um total de 24 iniciativas, de norte a sul do país, onde os colaboradores puderam realizar a sua doação de sangue, para apoiar aqueles que mais precisam. Cada colaborador teve direito a 4 horas pagas para realizar a doação de sangue.



4 123
participantes em ações de voluntariado

3 089
dias de voluntariado corporativo

248 623€
doados pelas lojas à comunidade local

17 ton
Recolhemos quase 17 toneladas de lixo por todo o país

Como vamos progredir no futuro?

- Inaugurar o Centro de Recuperação para Feridos de Guerra e receção dos primeiros Feridos de Guerra;
- Consolidar o nosso programa de voluntariado, garantindo um maior impacto nas comunidades onde estamos inseridos;
- Garantir que 45% das ações de voluntariado são ligadas à promoção do Habitat Digno, ligado ao nosso propósito “Fazemos de todas as casas um lugar positivo para viver”.
- Assegurar 800 dias de voluntariado, em 2024, dedicado à temática do habitat digno;
- Em parceria com o Just a Change, continuar a promover ações de remodelação de casas e instituições em situação de pobreza habitacional através dos nossos materiais e colaboradores voluntários;
- Promover a Semana da Casa Digna onde iremos realizar ações de sensibilização para o tema pobreza habitacional e teremos colaboradores voluntários de todo o país a fazer ações de remodelação de casas e instituições em situação de emergência habitacional;
- Reforçar as iniciativas CleanUp Week, Habitat Natal e de reflorestação.

3.2 Casa Impacto Positivo

3.2.1 A nossa missão de Fazer da Casa um lugar mais Positivo para viver

Porque é que é importante comprometer-nos com o nosso próprio habitat positivo?

Queremos liderar pelo exemplo - o Habitat Positivo global que queremos promover tem de começar pelo nosso próprio habitat.

Continuamos a apostar na gestão consciente dos recursos, com especial atenção pelos que mais impactam a pegada carbónica e a circularidade dos nossos edifícios e da atividade neles desenvolvida (energia, resíduos, recursos informáticos).

Para alcançarmos o nosso propósito de fazer de todas as casas um lugar mais positivo para viver, começámos pela nossa própria casa. Garantimos a utilização eficaz dos recursos nas nossas instalações (Lojas, Serviços Internos e Plataformas Logísticas) e realizámos uma gestão responsável dos impactos que, mesmo com a adoção de uma abordagem proativa de gestão, não conseguimos prevenir.

Na LEROY MERLIN, comprometemo-nos com uma gestão cuidada e proativa de todos os recursos, reconhecendo a sua importância fundamental para a construção de uma sociedade sustentável e eficiente nos âmbitos social, económico e ambiental. Priorizamos especialmente a gestão energética, incluindo a eficiência e a transição energética dos edifícios, bem como a gestão de resíduos, equipamentos e serviços de tecnologia de informação. As nossas escolhas são deliberadas e responsáveis, contribuindo ativamente para a redução da pegada de carbono e para o fortalecimento de uma economia cada vez mais circular.

Progresso 2023 e Ambição 2024-2025

Conscientes do nosso contributo, na LEROY MERLIN damos relevância à preservação dos recursos e à gestão do nosso impacto ambiental direto no planeta. Por esta razão, acompanhamos um conjunto de indicadores que nos permitem realizar uma avaliação contínua deste impacto. Alguns destes indicadores permitem-nos avaliar a quantidade de resíduos produzidos na nossa atividade e a taxa de resíduos específica.

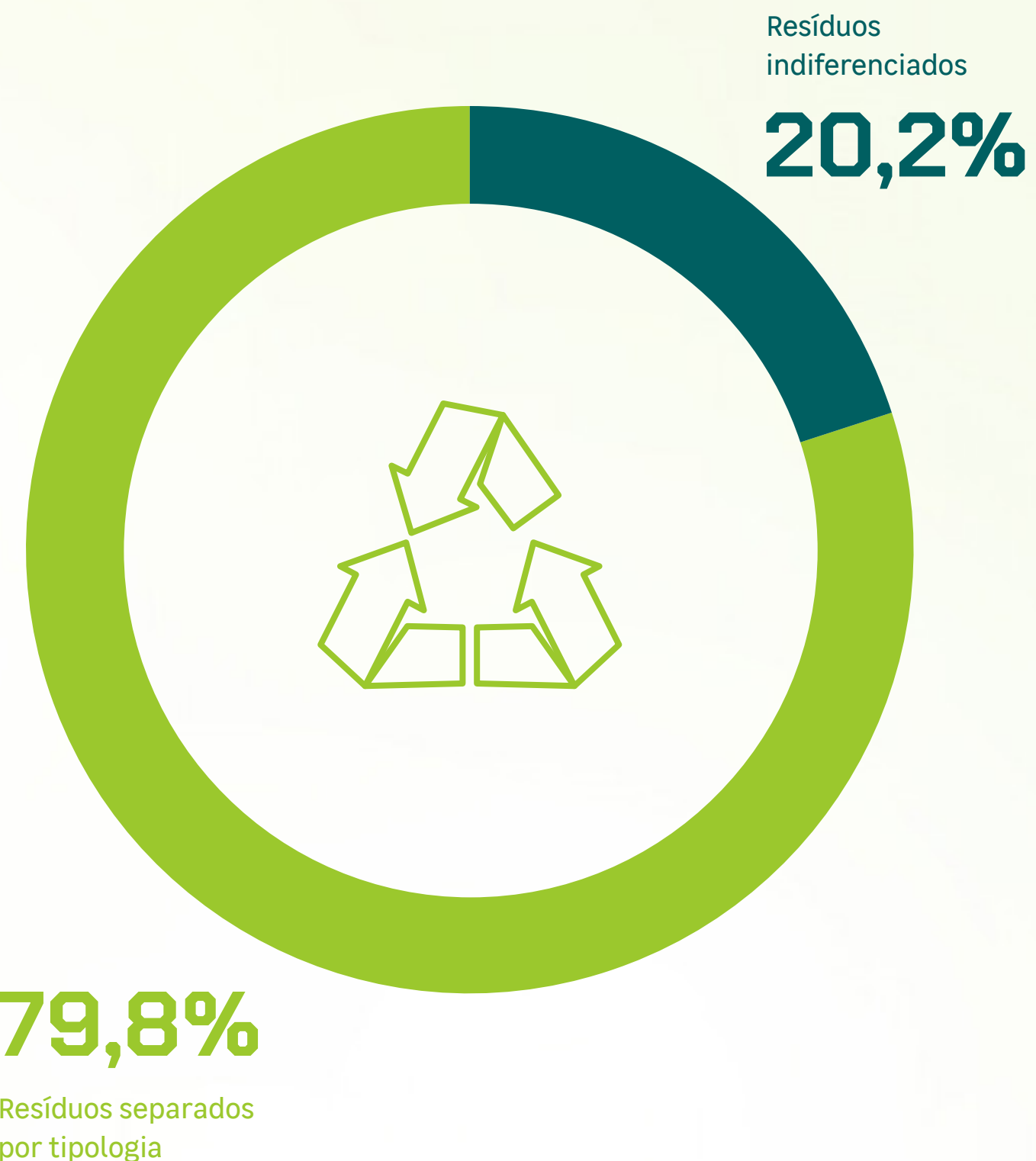
Para além do acompanhamento da produção dos resíduos, avaliamos também indicadores relacionados com o uso da energia na empresa, que nos permitem acompanhar a evolução do consumo de energia por m². Este indicador, em 2023, registou uma diminuição de 19,40% face ao ano anterior.

KEY RESULT INDICADORES PRINCIPAIS	2020	2021	2022	2023	VARIAÇÃO 2022-2023	META 2023-2025
Resíduos						
Evolução da produção de resíduos na nossa atividade ¹	N.D.	+25,08%	-6,21%	+18,55%	-	-15,00%
Taxa de triagem de resíduos	69,50%	75,10%	75,50%	79,50%	+4,00 pp	85,00%
Energia						
Consumo de energia (GJ)	116394,25	122890,48	134309,96	133467,85	-0,63%	N.D.
Consumo fotovoltaico (GJ)	3475,74	8182,40	14050,08	12802,44	-8,88%	N.D.
Consumo eletricidade rede (GJ)	112844,01	114097,81	119564,13	120150,99	+0,49%	N.D.
Consumo gás (GJ/m ²)	74,50	610,27	695,75	514,42	-26,06%	N.D.

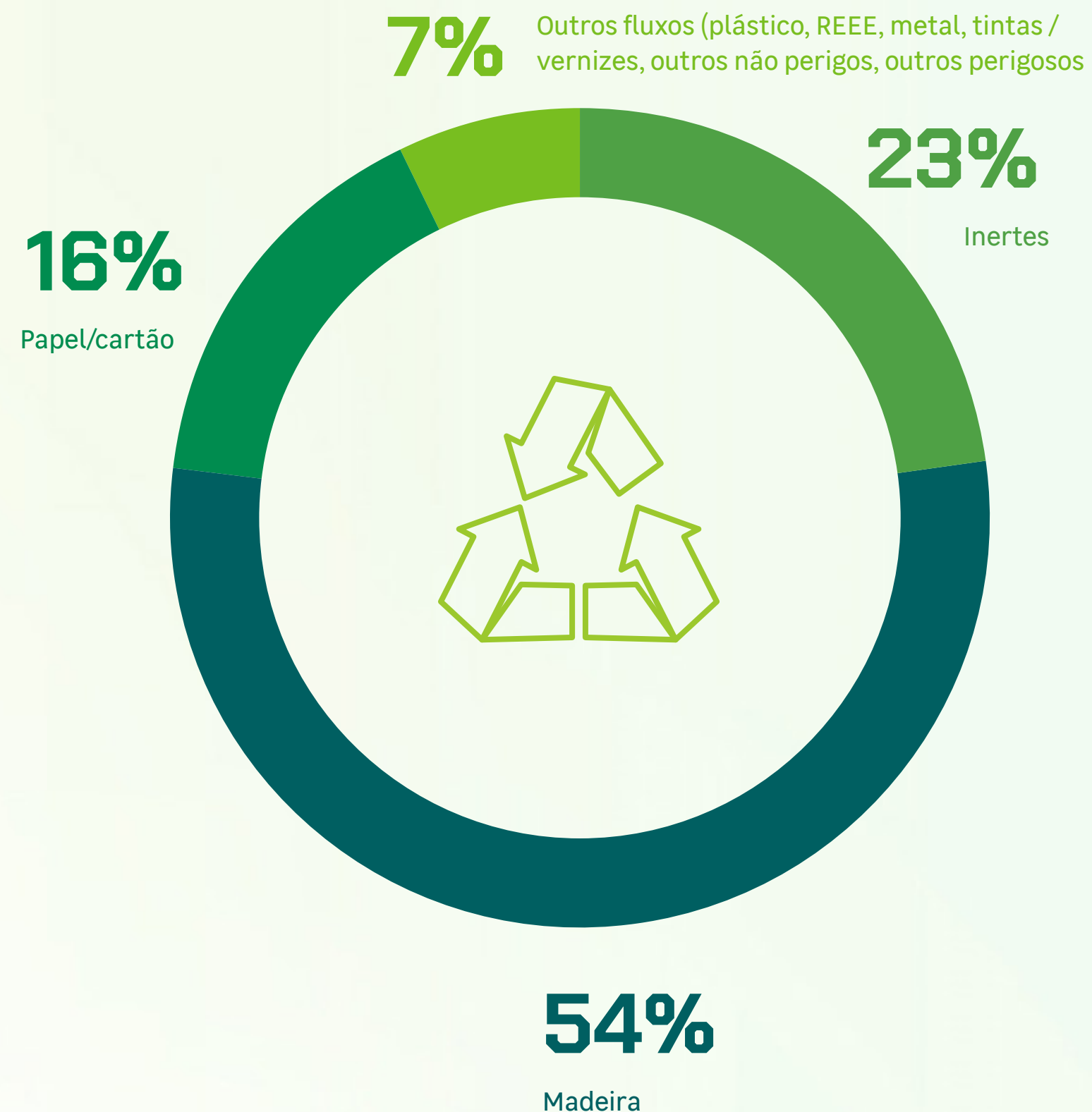
N.D. Não disponível

¹ Em 2023, foi utilizada uma metodologia diferente dos anos anteriores, na qual todos os entrepostos foram considerados na quantificação do consumo elétrico. Desta forma, no ano de 2023, o consumo de energia teve em conta o consumo global das lojas e dos entrepostos.

% resíduos separados, 2023



Representatividade por tipologia de resíduos, 2023

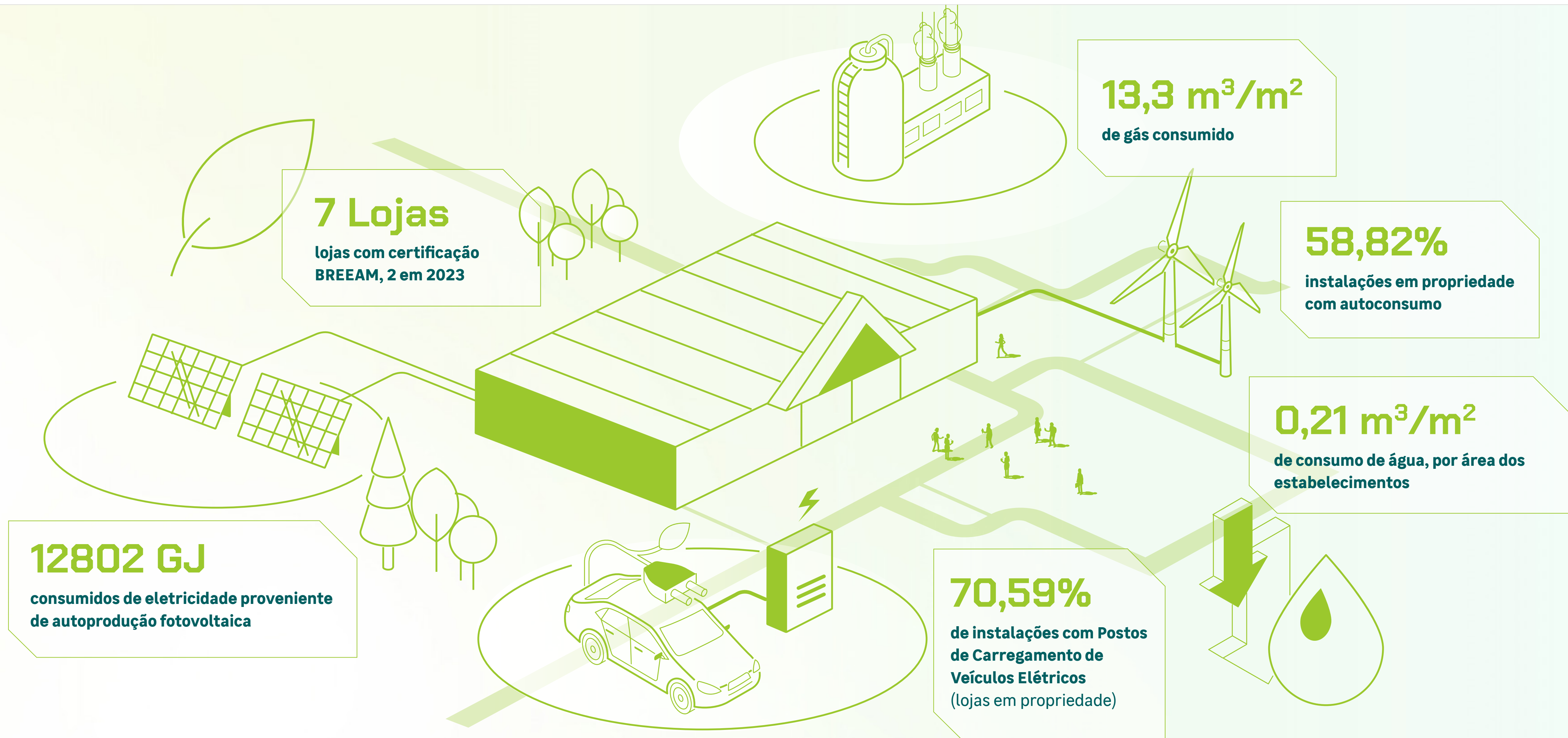


17488 Ton
de resíduos produzidos

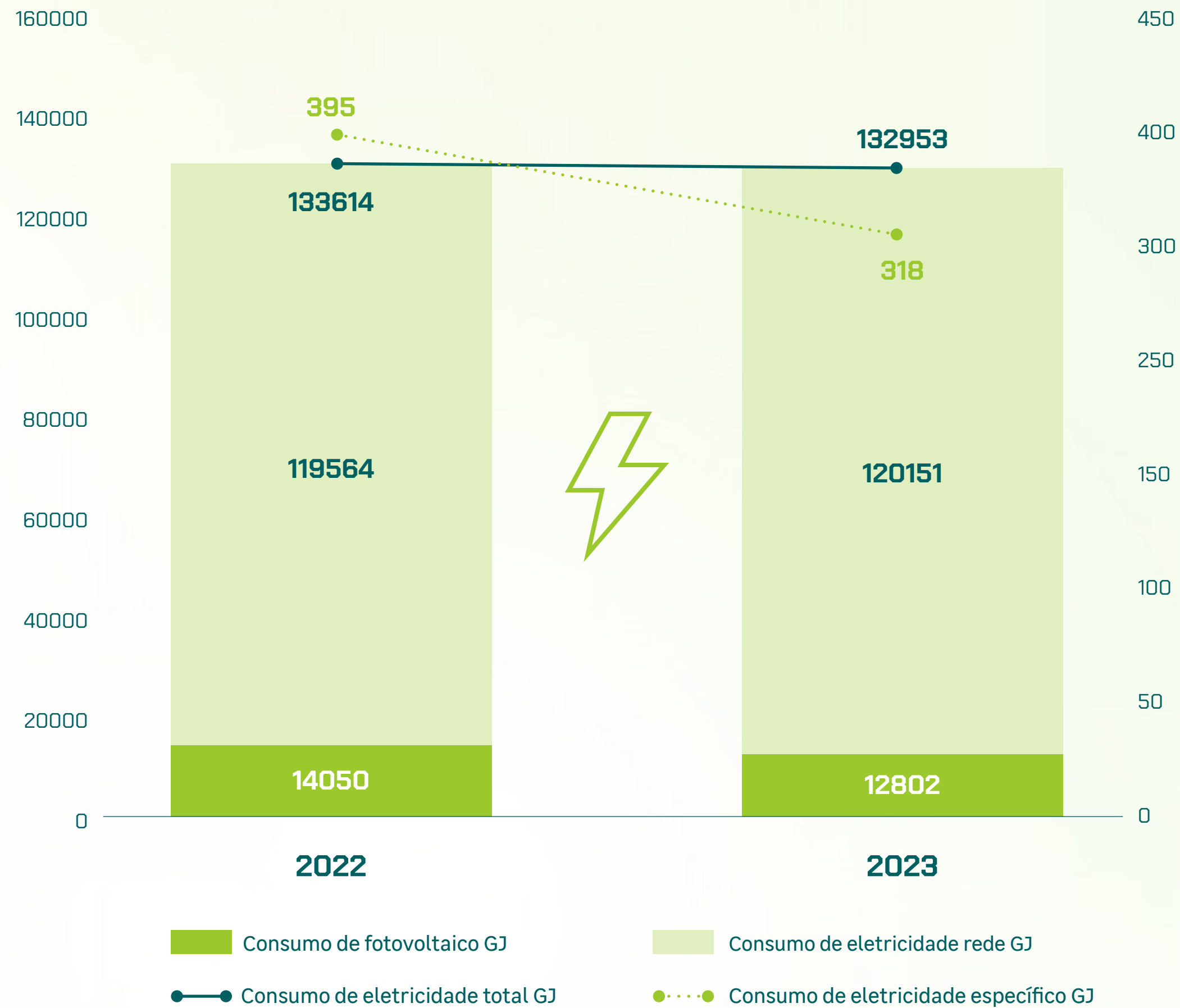
+18,55%*
dos resíduos produzidos,
face a 2022

+14,39%
da taxa de triagem de
resíduos, face a 2022

*O aumento do registo de quantidades de resíduos produzidos, deve-se à atualização da metodologia de quantificação de resíduos, que passou a considerar os resíduos geridos nos locais sem gestão direta LEROY MERLIN.



Consumo de eletricidade



% renováveis na eletricidade global consumida em 2023



Em que iniciativas estivemos focados em 2023?

Iniciativas promotoras da gestão de resíduos nos nossos edifícios

1 Otimização da triagem e da gestão de resíduos

Iniciativas para a gestão do nosso parque de equipamentos informáticos

2 Doações promotoras do prolongamento da vida útil de equipamentos

Iniciativas para fomentar a transição e melhorar o desempenho dentro dos nossos edifícios

3 Implementação de certificação ambiental BREEAM

4 Promoção da Mobilidade Elétrica

5 Instalação de painéis fotovoltaicos

6 Instalação de Gestão Técnica Centralizada



1 Mantivemos o nosso compromisso de trabalhar todos os dias para uma triagem e gestão de resíduos cada vez mais eficiente



É com satisfação que partilhamos os resultados positivos do ano de 2023 em relação à Gestão de Resíduos de todas as nossas lojas e entrepostos. Estes resultados são fruto do grande compromisso da nossa equipa em todas as nossas operações. A consolidação e progresso da gestão de resíduos, em alinhamento com a circularidade do nosso negócio, é um dos nossos maiores desafios, e sem o envolvimento e responsabilidade de todos nós, será inalcançável.

Sofia Alves

Técnica especialista de impacto positivo na gestão de resíduos

Na LEROY MERLIN Portugal temos dedicado esforços significativos à otimização da gestão sustentável de resíduos em todas as suas lojas e entrepostos.

Uma ferramenta essencial neste processo é a Taxa de Triagem, que representa a proporção de resíduos triados face aos resíduos não triados.

A monitorização da Taxa de Triagem é realizada em períodos trimestrais, permitindo uma avaliação contínua do desempenho ambiental. Este acompanhamento não apenas destaca a nossa dedicação à responsabilidade ambiental, mas também fornece informação crucial para melhorar, de forma constante, as práticas de gestão de resíduos.

No ano de 2023, a taxa de triagem atingiu os 79,50%, estando, por isso, próximos de atingir a meta estabelecida de 85,00%.

2 Promovemos iniciativas com o objetivo de prolongar a vida útil dos equipamentos



A nossa colaboração com a ENTRAJUDA permitiu-nos reduzir o desperdício e continuar a contribuir para causas sociais importantes, como a inclusão digital. Estamos orgulhosos desta iniciativa, e comprometidos em continuar a promover práticas sustentáveis e solidárias na LEROY MERLIN.

Sofia Azevedo

Responsável pelos domínios digitais

Doações de Produtos de 2ª Vida. Na LEROY MERLIN demonstramos o nosso compromisso com práticas sustentáveis e responsáveis através da doação de produtos que não se encontram em condições de venda em loja ou de equipamentos de imobilizado que já não estejam passíveis de utilização.

De forma a conseguirmos ajudar o máximo de pessoas possível, a parceria com a ENTRAJUDA é essencial.

Esta iniciativa visa dois pontos: dar um destino sustentável aos equipamentos retirados do nosso imobilizado que ainda apresentem condições de ser reutilizados ou reparados e encaminhar produtos diversos de loja que possam ser úteis às instituições.

No caso do Imobilizado, o nosso objetivo é garantir que os equipamentos que não possam ser utilizados pela LEROY MERLIN, devido a estarem obsoletos para a nossa atividade, como portáteis, smartphones entre outros, mas que ainda se encontram funcionais para utilizações mais básicas, não sejam simplesmente descartados. A ENTRAJUDA tem capacidade de recuperar estes equipamentos, mesmo que não estejam totalmente funcionais, pois muitas vezes é possível reutilizar os seus componentes em outros dispositivos.

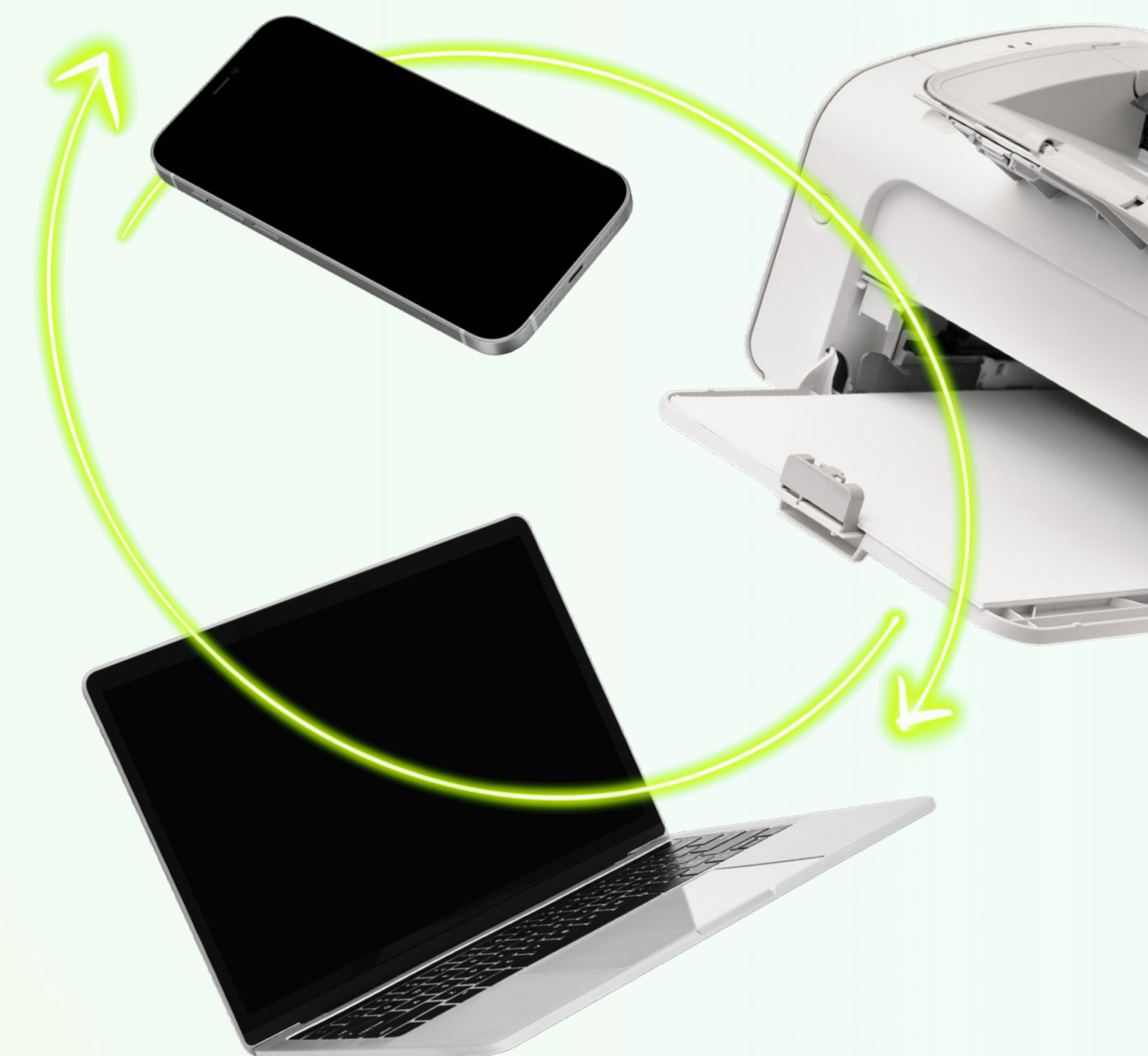
Relativamente aos restantes produtos, a ENTRAJUDA armazena todos os bens doados e distribui por associações que tenham necessidade.

Com esta parceria, não só reduzimos o desperdício, como também contribuímos para causas sociais. Esta é apenas uma das muitas maneiras pelas quais estamos empenhados em agir de forma responsável e fazer a diferença na nossa comunidade e no meio ambiente.

+1390
smartphones

6 000 kg
de produtos diversos de loja

350
equipamentos (impressoras, desktops, caixas, monitores e outros equipamentos)



Doação indireta à Ukrainian Refugees UAPT

Na LEROY MERLIN temos como missão promover práticas de responsabilidade social e ambiental, e uma das formas de concretizar esse compromisso é através da iniciativa de Doação Indireta à Ukrainian Refugees UAPT.

Esta iniciativa foi concebida para dar uma segunda vida aos equipamentos que seriam retirados do nosso parque durante o Rollout de Smartphones de 2023 e que ainda estavam em condições de uso. Desta forma, permitimos que os colaboradores mantivessem o smartphone que lhes estava atribuído, mediante um donativo para a instituição. Esta ação não só promove uma doação indireta, como também mantém os equipamentos em uso, contribuindo para a redução do desperdício eletrônico e para a sustentabilidade ambiental.

Anualmente, realizamos o Rollout de Smartphones com o objetivo de fornecer equipamentos adequados às necessidades da organização. Embora estes equipamentos deixem de atender às necessidades da LEROY MERLIN, continuam a ser 100% operacionais e são perfeitamente adequados para uso pelo utilizador comum não profissional. Com esta iniciativa, conseguimos estender a vida útil dos equipamentos para além do ambiente da LEROY MERLIN, mantendo-os em utilização útil.

1 506

equipamentos adquiridos pelos colaboradores

45 422€

revertidos para a Ukrainian Refugees UAPT



3 Promoção da Mobilidade Elétrica



Edgar Malato

Responsável pelos projetos técnicos de manutenção e segurança



Um dos epicentros do nosso compromisso com a sustentabilidade é a energia. A redução do consumo e dos custos energéticos associados aos edifícios tem sido uma das nossas preocupações. Temos vindo a trabalhar na mobilidade elétrica e estamos orgulhosos por, em 2023, termos contribuído ativamente para a promoção da mobilidade elétrica e eficiência energética, através do desenvolvimento de diversos projetos e parcerias.

No compromisso contínuo de impulsionar a transição energética dos nossos clientes e colaboradores para uma mobilidade mais sustentável, na LEROY MERLIN temos desempenhado um papel ativo na instalação de postos de carregamento para veículos elétricos (PCVE).

Em 2023, demos início a projetos em três locais - Ponta Delgada, Gaia e Serviços Internos. Estes projetos visam expandir a

infraestrutura de carregamento, facilitando a adoção e acomodação de veículos elétricos.

Estamos empenhados em tornar o carregamento de veículos elétricos uma realidade acessível em diversas localidades, contribuindo para uma transformação mais ampla no cenário da mobilidade. Desta forma, temos como meta, até 2026, garantir a instalação de carregadores em todas as lojas.

4 Dando continuidade ao nosso compromisso para com o ambiente,...

Na procura contínua pela excelência e alinhados com a visão da ADEO, intensificamos os nossos esforços no posicionamento mais sustentável dos nossos edifícios. Pretendemos assegurar a máxima eficiência energética através de medidas de melhoria que são requisitos de uma certificação reconhecida, entre outras.

Como resultado deste processo, iniciamos a implementação da certificação ambiental BREEAM nos nossos edifícios próprios, tendo como objetivo, em 2023, obter 4 certificações. Devido aos nossos esforços, conseguimos dar início às 4 certificações, sendo que dessas, 2 já foram concluídas e as restantes estão a ser emitidas.

5 Recorremos à instalação de painéis fotovoltaicos, para promover a utilização de energias renováveis

Comprometidos com a redução do consumo de energia proveniente de origens fósseis e com a otimização da autonomia dos nossos edifícios, instalamos centrais fotovoltaicas para autoconsumo.

Ao longo do ano de 2023, demos início à instalação em três locais (Ponta Delgada, Gaia e Braga). Estabelecemos como meta, até 2027, garantir a instalação de Unidades de Produção para Autoconsumo (UPAC) em todas as lojas de propriedade, sempre que possível.



6 Instalação de Gestão Técnica Centralizada

Reforçamos o nosso compromisso com a excelência na Eficiência Energética (EE) através de um rigoroso controlo de equipamentos e monitorização constante de energia. Este sistema fornece-nos informações cruciais e capacita-nos a agir de forma estratégica nas áreas que mais necessitam de intervenção.

Uma parte significativa desta iniciativa envolve a instalação de um sistema de gestão técnica centralizada, que visa otimizar o controlo operacional e monitorizar o consumo energético em tempo real.

Temos como meta, até 2028, garantir a instalação da gestão técnica centralizada (GTC) em todas as lojas que sejam grandes consumidoras de energia.

Como vamos progredir no futuro?

Resíduos

- Consolidar, melhorar e otimizar os processos associados à gestão de resíduos, tendo como objetivo atingir a meta de taxa de triagem de 85% até 2025;
- Fornecer formas de maximizar iniciativas de redução de resíduos e implementar oportunidades de reciclagem para reduzir a quantidade de resíduos depositados em aterros;
- Criar um currículo de formação dedicado à Gestão de Resíduos;
- Consolidar as parcerias de doações e ampliar o nosso Impacto Positivo na Comunidade;

Edifícios

- Dar continuidade às medidas e iniciativas implementadas nos anos anteriores;
- Atualizar o caderno de encargos para contemplar as medidas previstas no Caderno de Encargos Sustentabilidade da ADEO;

Digital Data

- Dar continuidade às medidas e iniciativas implementadas nos anos anteriores;
- Diagnosticar e definir um plano de ação (quick wins) para redução da pegada de carbono.



3.2.2 Os nossos colaboradores também são embaixadores do habitat positivo¹

Porque é que é importante o compromisso com os nossos colaboradores?



A Leroy Merlin reconhece a importância da formação contínua para o desenvolvimento profissional dos seus colaboradores, contribuindo para crescimento individual e o sucesso da empresa, influenciando positivamente toda a nossa cadeia de valor, desde fornecedores até aos consumidores finais

Ana Pinto

Responsável pela formação e aprendizagem

O caminho rumo a uma empresa mais sustentável começa com o reconhecimento da importância deste tema para cada um de nós e o seu impacto no mundo como um todo. Neste contexto, desenvolvemos um plano abrangente de formação, que começa com o currículo de impacto positivo, que visa trazer consciência e capacitar as nossas equipas sobre os desafios atuais e como as soluções que oferecemos contribuem para enfrentá-los.

O nosso propósito é impactar positivamente as casas dos portugueses com soluções construtivas alinhadas com a sustentabilidade, representando o propósito e objetivo da nossa organização. Reconhecemos a necessidade de ampliar a nossa oferta de produtos sob a perspetiva da sustentabilidade e, ao mesmo tempo, capacitamos as nossas equipas para que possam não apenas compreender as características técnicas, mas também os benefícios sociais e ambientais das soluções que oferecemos aos nossos clientes.

Investir na formação das nossas equipas em sustentabilidade, dentro da estratégia de Impacto Positivo e Produtos + Positivos, é fundamental para alcançarmos a nossa missão de gerar um impacto positivo. Estamos, por isso, comprometidos em assegurar que os nossos colaboradores têm o conhecimento e as ferramentas necessárias para desempenhar um papel ativo na promoção da sustentabilidade e na orientação dos nossos clientes em direção a escolhas mais conscientes e responsáveis.

¹ O que é um Habitat Positivo? Habitat Positivo é um Habitat seguro, digno, ambientalmente sustentável, interconectado, inclusivo e acolhedor.

Progresso 2023 e Ambição 2024-2025

De modo a avaliar o nível de compromisso dos nossos colaboradores com as soluções + positivas, assim como a sua capacidade de serem seus embaixadores junto de clientes e da sua própria rede de relações, recorreremos à percentagem de colaboradores com currículo de impacto positivo concluído.

Em 2023, obtivemos um resultado de 73,25% de colaboradores com currículo de impacto positivo mantendo a tendência evolutiva positiva, em relação aos anos anteriores.

KEY RESULT INDICADORES PRINCIPAIS	2020	2021	2022	2023	VARIAÇÃO 2022-2023	META 2023-2025
Colaboradores promotores do Habitat Positivo						
Colaboradores com curriculum vitae de Impacto Positivo concluído (%)	N.A.	42,16%	69,41%	73,25%	3,84 pp	100%

Em que iniciativas estivemos focados em 2023?

Capacitação de colaboradores promotores do Habitat Positivo

- 1 Atualização da formação de Sustentabilidade e Eficiência Energética para vendedores
- 2 Campanha de descontos na aquisição de produtos + positivos
- 3 Início da revisão do E-learning Useful de Impacto Positivo
- 4 POR UMA CASA + EFICIENTE

1 Formação Sustentabilidade e Eficiência Energética para vendedores

A formação sobre eficiência energética capacita vendedores para compreenderem melhor os benefícios e características das soluções energéticas.

Durante o ano de 2023, atualizámos a formação de Sustentabilidade e Eficiência Energética, criando duas formações neste âmbito, com o intuito de disponibilizar mais detalhe em cada formação sobre os temas mencionados e que estão alinhados com a estratégia de Impacto Positivo.

Esta formação está maioritariamente destinada aos vendedores da secção de conforto, mas encontra-se disponível para toda a empresa, com o objetivo de melhorar a venda nesta área, dotando os participantes de noções teórico-práticas que lhes permitam apresentar soluções de maior eficiência energética aos seus clientes. As temáticas abordadas nesta formação são:

- **Casa Inteligente:** Vantagens de uma Casa Inteligente; Redes Zigbee e rede WI FI; Instalação Elétrica; Rede Sem Fios Wireless; Prática: Como transformar uma instalação elétrica atual numa instalação elétrica conectada/inteligente; Produtos LEROY MERLIN; Análise e questões colocadas pelo cliente
- **Energias Renováveis I:** Noções básicas sobre energias renováveis
- **Energias Renováveis II:** dimensionamento, projeto e instalação.

4 805

Colaboradores formados sobre a Estratégia de Impacto Positivo

3,13

Nº horas de formação de e-learning sobre Impacto Positivo frequentadas, em média, por colaborador



2 Campanha de descontos na aquisição de produtos + positivos



Carmo So

Responsável pela comunicação interna



Na LEROY MERLIN todos contribuímos para Fazer da Casa um Lugar mais Positivo para Viver. Refletindo sobre 2023, é gratificante ver o impacto que alcançamos ao promover uma cultura de sustentabilidade com iniciativas como descontos exclusivos para colaboradores em Produtos Positivos, que respeitam a segurança e a saúde das pessoas, os recursos naturais e o ambiente do planeta. Acreditamos que os nossos colaboradores podem ser os melhores embaixadores dos Produtos Positivos e viver de forma direta o nosso propósito enquanto Empresa.

Com foco nos nossos colaboradores, criamos um desconto adicional, para que possam vivenciar os benefícios associados aos Produtos + positivos.

Com o intuito de capacitar os nossos colaboradores, para se tornarem defensores ativos dos Produtos + Positivos, reconhecemos que a experimentação destes produtos nas suas próprias residências desempenha um papel crucial.

Por esta razão, mantivemos as condições comerciais favoráveis, criadas em anos anteriores, oferecendo um desconto comercial adicional de 10% na aquisição destes 175 produtos. Além disso, ambicionamos implementar descontos comerciais futuros para a compra de soluções que facilitem a transição energética nas suas casas.

3 Início da revisão do E-learning Useful de Impacto Positivo

Em 2023 demos início à revisão do E-learning Useful de Impacto Positivo, uma iniciativa vital para nos mantermos alinhados com as alterações implementadas na nossa Estratégia de Impacto Positivo.

O objetivo desta revisão é atualizar o conteúdo do E-learning para refletir as mudanças e evoluções na nossa Estratégia Useful da ADEO, destacando ainda mais a importância do Impacto Positivo em todas as nossas operações. Estamos comprometidos em assegurar que todos os colaboradores tenham acesso a informações atualizadas e relevantes sobre como podem contribuir para o nosso objetivo comum de gerar um impacto positivo nas comunidades em que atuamos.

4 POR UMA CASA + EFICIENTE

Na LEROY MERLIN, estamos unidos por um propósito maior: permitir que os nossos habitantes vivam numa casa positiva em todas as suas vertentes: humana, ambiental e económica.

Com esta iniciativa, comprometemo-nos a disponibilizar produtos e soluções que não só ajudem os nossos clientes a poupar, mas também a viver num ambiente mais confortável e a contribuir para um futuro mais sustentável. Os episódios em vídeo da série “Por uma Casa + Eficiente” são uma forma envolvente e informativa de demonstrar como os nossos produtos e soluções podem tornar as casas mais eficientes em termos energéticos, financeiros e ambientais.

Como vamos progredir no futuro?

- Formar 100% dos colaboradores sobre produtos + positivos e sobre a nossa estratégia de Impacto Positivo.
- Construir um novo e-learning associado aos produtos + positivos, a ser disponibilizado para toda a empresa;
- Continuar a formação da nossa equipa na área da eficiência energética.

3.2.3

Nas casas dos portugueses, de forma a maximizar o nosso impacto

Porque é que é importante o compromisso de minimizarmos o nosso impacto nas casas dos portugueses?

CUMPRIREMOS A NOSSA MISSÃO QUANDO TODAS AS CASAS DOS HABITANTES EM PORTUGAL SE TORNAREM UM LUGAR MAIS POSITIVO PARA VIVER.

A nossa missão de sermos líderes em ambientes de vida positivos, reflete a nossa utilidade como empresa que pretende contribuir para melhorar a eficiência e o conforto das casas, a sustentabilidade do ambiente e a vida dos nossos residentes.

Queremos criar uma gama de produtos cada vez mais positiva, utilizando matérias-primas sustentáveis cuja extração respeite o ambiente, produzidos de forma a poupar no consumo de energia e água, e que sejam duráveis e reparáveis. Esta nossa prioridade exige um redesenho do nosso modelo de negócio e uma mudança significativa nos processos, desde o momento em que uma solução é concebida, até ao final do seu ciclo de vida. Portanto, esta é uma transformação que está a acontecer no ecossistema, na nossa cadeia de abastecimento e em todas as fases do desenvolvimento de produtos.



Produtos + Positivos

Os Produtos + Positivos são o ADN da oferta das nossas marcas próprias (MDH).

Porque é que decidimos fazer dos produtos + positivos o nosso novo ADN?

Os nossos clientes necessitam de respostas face aos novos e constantes desafios ambientais, ecológicos e financeiros. É crucial fornecer respostas à legislação emergente, hábitos e mudanças que surgem no mercado, na sociedade e no planeta. É neste contexto que, com base na metodologia Home Index, atribuímos um score aos produtos que disponibilizamos, possibilitando ao cliente que compreenda, de forma rápida e simples, o nível de sustentabilidade das várias opções de compra.



Home Index - O que é?



A criação do Home Index possibilita aos nossos clientes fazer escolhas mais sustentáveis. Este indicador, criado pela LEROY MERLIN, simplifica a comunicação ao atribuir um score de A a E com base na análise das diferentes fases do ciclo de vida do produto, permitindo que os nossos clientes tomem decisões mais informadas. O Home Index representa um avanço significativo na promoção do consumo sustentável, em prol de um lar e um planeta mais positivo para viver.

Sofia Taveira
Responsável Factory

A abordagem Produtos + Positivos levou-nos a criar o Home Index.

O Home Index é um índice de confiança que será visível ao longo da jornada do cliente, refletindo o desempenho social e ambiental do produto. O Home Index traduz um sistema de avaliação, de A a E, onde cada uma das letras reflete um nível de avaliação distinto.

Desde a fase de design ao final da sua vida útil, os nossos produtos têm impacto nas pessoas e no planeta. Mas, acima de tudo, também contribuem para melhorar as condições de habitabilidade das casas dos nossos clientes.

Por isso, é nossa responsabilidade disponibilizar soluções + positivas, mais sustentáveis e mais eficientes. Para garantir que estas soluções são adotadas pelo maior número de pessoas possível, precisamos de apoiar os nossos clientes na jornada para tornar a sua casa mais Positiva. Estamos convencidos que educar as pessoas sobre o consumo responsável é uma parte essencial para este processo.

Com o Home Index, estamos a criar as condições que permitirão os nossos clientes fazer compras mais sustentáveis, contribuindo para a redução do consumo energético e de recursos, para que juntos possamos fazer das nossas casas e do nosso planeta um lugar positivo para viver.



Home Index - Como definimos o que são os Produtos + Positivos?

O Home Index baseia-se na abordagem à metodologia dos Produtos mais Positivos, que tem evoluído ao longo dos últimos 3 anos e que em 2023, de acordo com **6 pilares**, nos permite medir o impacto dos nossos produtos.

Estes 6 pilares e os 31 critérios que compõem o ciclo de vida do produto e permitem-nos avaliar cada um deles e através desse diagnóstico desenvolver um processo de melhoria contínua da nossa oferta como parte de um processo de melhoria contínua.

Por isso, consideramos estes 6 pilares cruciais na abordagem da sustentabilidade e como base de construção da nossa oferta Positiva:



Progresso 2023 e Ambição 2024-2025

A evolução da quota parte de mercado das vendas de produtos + positivos, nas vendas totais da empresa, é o indicador principal que seguimos para avaliar o nosso progresso face ao propósito que temos em liderar o negócio do habitat positivo.

Em 2023, 76,82% das nossas vendas estão associadas a produtos + positivos, face a 55,7% em 2022. Este aumento de 21,12 pontos percentuais traduz uma evolução positiva, e um maior impacto do nosso negócio na melhoria do nível de sustentabilidade do edificado português.

Sabendo que algumas das nossas soluções positivas são indutoras de poupança e menores impactos ambientais, esta transição para produtos + positivos traduz-se numa redução de custos e melhoria da qualidade de vida dos clientes, que habitam espaços mais saudáveis, confortáveis e mais eficientes. Se tivermos em conta todos os critérios dos produtos + positivos, como explicámos anteriormente, este indicador também reflete impactos positivos sociais e económicos nos fornecedores que produzem estes produtos + positivos.

KEY RESULT INDICADORES PRINCIPAIS		2020	2021	2022	2023	VARIAÇÃO 2022-2023	META 2023-2025
Produtos + positivos							
Venda de produtos + positivos nas vendas totais (%)		N.A.	N.A.	55,70%	76,82%	+21,12 pp	80%
Fornecedores locais com código de compra responsável assinado (%)		N.D.	N.D.	92,00%	78,34%	-13,66 pp	100%
Criadores de gerações							
Pessoas impactadas pelas pedagogias sobre sustentabilidade	visualizações em <i>live streaming</i> (N.º)	N.D. ^[1]	286 471 ^[1]	35 327 ^[1]	75 800 ^[1]	+114,57%	-
	Workshops realizados (N.º)	310 ^[2]	10 ^[2]	96 ^[2]	995 ^[2]	+936,46%	-

N.D. Não disponível; N.A. Não aplicável, devido à alteração de metodologia

[1] Total de visualizações em live streaming

[2] Nos anos de 2020 a 2022 são considerados Workshops da Casa e Brico-aulas. No ano de 2023 são considerados os Workshops Mãos à Obra.

Em que iniciativas estivemos focados em 2023?

Iniciativas promotoras de produtos + positivos

1 Atualização da metodologia Home Index

Iniciativas promotoras de criadores de gerações

2 Workshops *Mãos à Obra* + Sustentáveis

Divulgação de soluções sustentáveis promotoras da pedagogia do melhor consumo

3 Campanhas de soluções + sustentáveis

1 Atualizámos a metodologia Home Index

Definido pela acompanhamento jurídico que usaríamos score ABC um produto + sustentável e DE um produto menos sustentável que temos um produto + positivo, e que um score D/E significa que não se trata de um produto positivo.

Temos como ambição ter uma metodologia exigente, regida por fatores científicos e que acompanha também a evolução legislativa. Em 2023 procedemos à revisão dos critérios da

metodologia Home Index para incorporar o feedback dos diferentes stakeholders (fornecedores, parceiros externos, colaboradores, etc), tornando-a muito mais robusta e credível. Com esta atualização, a metodologia passa a ter um total de 31 critérios, organizados em 8 pilares, que estão, por sua vez, enquadrados em 2 tópicos.

Este trabalho de análise, realizado em 2023, terá visibilidade para o cliente no ano de 2024.

Cronologia do trabalho de atualização do método Home Index



Março-Abril 2023:
Campanha de feedback - Inquérito dedicado à recolha de feedback.

Abril- Maio 2023:
Síntese do feedback - De forma a definir os principais requisitos da evolução, foi desenvolvida e partilhada uma síntese do feedback recebido

Verão 2023:
Validação - Validação da nova metodologia com o comité de método. Validação e auditoria por um especialista externo. Comunicação sobre pontos críticos.

2024 e anos seguintes:
Lançamento do novo método e melhoria contínua.

Abril 2023:
Grelha metodológica - Definição da lista de critérios a cumprir, para validar a atualização da metodologia.

Maió-Junho 2023:
Evolução do método - Considerando a grelha metodológica e a síntese do feedback, foi proposta e testada a atualização do método de avaliação.

Segundo semestre 2023:
Industrialização- Trabalho com equipa digital para implementar as evoluções do método de cálculo. Teste e validação da implementação.

2 Promovemos o Mãos à Obra, workshops direcionados aos habitantes



Por sermos a maior plataforma do habitat, temos a responsabilidade de capacitar os nossos clientes para serem agentes da melhoria das suas casas e, por isso, investimos na promoção de workshops presenciais e online sobre diversas temáticas. Em 2023 foi um privilégio contribuir para o desenvolvimento e crescimento das comunidades com os workshops "Mãos à Obra", que acreditamos serem catalisadores de mudanças positivas que melhoram a vida das pessoas.

Ana André
Diretora de marca e conteúdos

MÃOS À OBRA



MÃOS À OBRA NO NATAL DEZ 2023

106
workshops realizados

1 017
Clientes formados

31
lojas que realizaram eventos

MÃOS À OBRA NO JARDIM MAR 2023

85
workshops realizados

526
clientes formados

47
lojas que realizaram eventos

MÃOS À OBRA + SUSTENTÁVEL JUN 2023

85
workshops realizados

556
clientes formados

39
lojas que realizaram eventos

MÃOS À OBRA NA DECORAÇÃO E ORGANIZAÇÃO OUT 2023

115
workshops realizados

979
clientes formados

40
lojas que realizaram eventos

WORKSHOPS MÃOS À OBRA EM LOJAS, ESCOLAS, FEIRAS, FÓRUNS E LARES

Evento onde são desenvolvidos Workshops de DIY em lares, escolas, fóruns, com o objetivo de trabalhar a proximidade com vários targets

982
workshops realizados

13 699
Clientes formados

MÃOS À OBRA FESTIVAL 20 ANOS LEROY MERLIN

Iniciativa inserida no evento de celebração dos 20 anos da LEROY MERLIN na Fábrica do Braço de Prata

18
workshops (em 48h)

383
Clientes formados (em 48h)



**WORKSHOPS
MÃOS À OBRA
SUSTENTABILIDADE -
PROGRAMA CASA FELIZ**

No âmbito da parceria com o programa da SIC - “Casa Feliz” - realizámos um workshop cujo tema principal foi Economia Circular, onde ensinámos os telespectadores a reaproveitar materiais para fazerem um saco de praia sustentável

00:07:33

de duração

5,0%

% Share

365 842€

AAV



**WORKSHOPS
MÃOS À OBRA
DECORAÇÃO & DIY -
PROGRAMA CASA FELIZ**

No âmbito da parceria com o programa da SIC - “Casa Feliz” - realizamos um workshops cujo o tema principal foi decoração e como conseguimos, com pequenas alterações, dar uma nova vida à nossa casa

00:10:53

de duração

13.1%

% Share

702 856€

AAV

**MÃOS À OBRA
NO YOUTUBE**

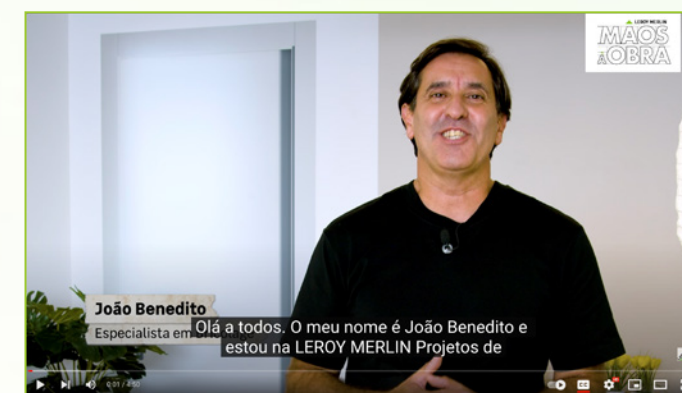
Realizámos workshops online com partilha de dicas de diversos temas ligados à sustentabilidade, por exemplo, “Como criar uma horta sustentável” ou “Como tornar a casa mais sustentável”. 3 dos workshops foram desenvolvidos em parceria com um endorser reconhecido no mundo da bricolage, o João Benedito.

11

workshops realizados

75 800

views em youtube



3 Realizámos campanhas comerciais específicas para a venda de soluções + sustentáveis



Estamos empenhados em promover campanhas comerciais que enfatizem produtos e soluções sustentáveis, através de uma oferta diversificada que melhore o conforto e eficiência da casa do nosso habitante, ajudando na transição para um habitat mais sustentável.

Catarina Correia

Especialista de campanhas comerciais

Seguindo a prática de anos anteriores, em 2023 realizámos campanhas para a promoção de produtos e soluções mais eficientes e sustentáveis.

Estas campanhas tiveram como objetivo democratizar o acesso dos clientes a produtos e soluções que melhoram a eficiência energética das casas e edifícios portugueses. Permitem ainda que os nossos clientes compreendam, melhor, o impacto económico e ambiental das suas decisões.

Para além de comunicarem soluções com foco no bem-estar humano, que consequentemente promovem a redução do impacto ambiental, estas campanhas promovem ainda a poupança para famílias e empresas, quando associadas, por exemplo, a soluções que reduzem a quantidade de água ou energia consumida.

CAMPANHA CASA EFICIENTE
SET 25 a 09 OUT

CAMPANHA ENERGIAS RENOVÁVEIS
MAI 08 a 15

761 850
impressões
(soma total campanhas)

3 510
page views em
leroymerlin.pt
(soma total campanhas)



ATIVACÃO CASA EFICIENTE

Ativação de marca que consistiu na construção de uma casa em verde total, onde apenas os produtos eficientes, acompanhados de uma pequena descrição dos impactos positivos que promovem, permaneceram na sua cor natural, com o objetivo de chamar a atenção dos clientes para a grande poupança que é possível alcançar com produtos + positivos LEROY MERLIN. Esta ativação esteve presente no Festival dos 20 anos, em Setembro, e num momento exclusivo na Loja Projetos em Telheiras, em Outubro.

~150
visitas à Casa Eficiente

Notoriedade no eixo de sustentabilidade:

SET=0,5%
OUT=0,8%
NOV=0,9%
(Fonte: Estudo Nielsen)

LP DEDICADA A EFICIÊNCIA ENERGÉTICA

3 188
page views em 2023

2 532
sessões em 2023



Como vamos progredir no futuro?

Produtos + Positivos

- Atualização, em 2024, do score dos produtos, com base na nova metodologia Home Index
- Melhoria contínua da metodologia Home Index, com base em potenciais novos insights legislativos, e de stakeholders
- Lançamento Home Index no Portal de Fornecedores
- Democratização do acesso, por parte dos nossos parceiros, ao score dos seus produtos, bem como do acesso a propostas de melhoria e análise DATA em falta nos seus produtos.
- Lançamento de campanhas promocionais para incentivar a aquisição de produtos + positivos

Criadores de gerações

- Lançamento do 1º podcast LEROY MERLIN sobre sustentabilidade;
- Reforço da agenda com eventos relacionados com poupança energética, de modo a que o cliente tenha acesso a ainda mais dicas para tornar a sua casa mais eficiente.

Pedagogia do melhor consumo

- Desenvolvimento da campanha de lançamento do Home Index;
- Criação do catálogo "Casa Eficiente";
- Realização da campanha "Casa Eficiente"



3.2.4

No habitat de todos nós, o nosso Planeta

Porque é que é importante o compromisso com o Planeta?

Na LEROY MERLIN somos agentes de um habitat positivo, e isso não se aplica apenas aos nossos edifícios e às casas dos nossos clientes, mas também, à casa de todos nós, o Planeta.

O nosso foco tem sido, e continuará a ser, fazer face à urgência climática que vivenciamos, sendo este um dos maiores desafios globais. Por esta razão, procuramos agir sobre as nossas emissões de gases com efeito de estufa.

O nosso compromisso com o Planeta passa pela redução da nossa pegada de carbono. Para tal, consolidámos o conhecimento dos fatores que contribuem para a nossa pegada, de forma a podermos agir de forma eficaz para a redução das nossas emissões.



O que é dióxido de carbono equivalente (CO₂e)?

Resulta da multiplicação das toneladas emitidas de gases com efeito estufa (GEE) pelo seu potencial de aquecimento global por referência ao potencial de aquecimento global do CO₂ (igual a 1).

O que são as diretrizes do GHG Protocol e a norma ISO 14064?

Referenciais que estabelecem diretrizes metodológicas e indicam os requisitos para as empresas calcularem o seu inventário corporativo de emissões de gases com efeito de estufa ou pegada de carbono.

Trajетória climática da LEROY MERLIN

A análise detalhada das nossas emissões de carbono revelou que a sua maior parte tem origem na extração de matéria-prima e na fase de utilização dos produtos. Diante deste cenário, estruturamos um plano dividido em três categorias de macro ações, focadas especificamente nas fases de extração, de utilização e outras áreas relevantes, totalizando 11 iniciativas. Reconhecemos que o aumento das vendas influencia diretamente as emissões de carbono, o que reforça a importância das nossas estratégias de mitigação. Em 2024 temos como principal objetivo a implementação da trajetória de descarbonização definida em 2023 e o acompanhamento do nosso desempenho.

Progresso 2023 e Ambição 2024-2025

Compreender a nossa pegada de carbono é fundamental para agir com base em princípios sustentáveis, reconhecendo que o capital natural é a base de qualquer atividade.

Neste sentido, para acompanhar o desenvolvimento da nossa pegada de carbono, tendo em conta as ambiciosas metas que estabelecemos, recorreremos a indicadores que permitem analisar a sua redução. Mais especificamente, estes indicadores abrangem emissões associadas aos produtos que disponibilizamos nas nossas lojas, sendo

que realizamos uma análise do ciclo de vida dos produtos, abrangendo a extração da matéria prima, a produção, o transporte, a fase de utilização e o fim de vida. Os indicadores abrangem também as emissões provenientes das nossas instalações físicas, incluindo lojas e plataformas.

KEY RESULT INDICADORES PRINCIPAIS	2020	2021	2022	2023	VARIAÇÃO 2022-2023	META 2023-2025
Neutralidade Carbônica						
Emissões âmbito 1 – toneladas de CO ₂ e	911	2 795	1 836	1 927	+5%	-50%
Emissões âmbito 2 – toneladas de CO ₂ e	14 980	18 460	6 111*	5 621	-8,00%	-50%
Emissões âmbito 3 – toneladas de CO ₂ e	377 505	1 992 150	1 908 263	1 767 444	-7,40%	-50%
Emissões totais – toneladas de CO ₂ e	393 396	1 842 186	1 916 209	1 774 992	-7,40%	-50%

*Meta 2023; **Meta 2024;

Nota 1: Desde 2020 que a metodologia de cálculo da pegada de carbono dos produtos que vendemos tem evoluído, de forma a melhorar a qualidade dos dados de emissões dos produtos que vendemos. Pela aplicação do princípio da transparência estamos a publicar, anualmente, os resultados do nosso inventário. Os valores referentes às emissões dos produtos, para o ano de 2023, foram atualizados com a nova metodologia. É expectável que estes resultados sejam revistos no próximo ciclo de reporte, dado que iremos continuar a melhorar a metodologia de cálculo.

* No âmbito 2 o valor é referente ao cálculo segundo o método Location-based.



Em que iniciativas estivemos focados em 2023?

Iniciativas LEROY MERLIN para endereçar a emergência climática, no âmbito de governance

- | | |
|---|---|
| 1 Capacitação sobre o tema das alterações climáticas | 2 Criação do Comité do Clima |
| 3 Definição da trajetória de descarbonização - Pegada do Produto | 4 Definição de plano de ação - Redução da Pegada dos Edifícios |

Iniciativas LEROY MERLIN para endereçar a emergência climática, no âmbito operacional

- | | |
|--|---|
| 5 Substituição de equipamentos de movimentação de cargas a diesel | 6 Implementação de Gestão Técnica Centralizada (GTC) nos edifícios |
| 7 Redução do consumo energético | 8 Otimização da taxa de ocupação no transporte de produtos |
| 9 Transporte com combustíveis alternativos | 10 Centralização dos fluxos com o Centro de Distribuição Nacional |

1 Capacitámos colaboradores no tema das alterações climáticas



Na LEROY MERLIN, reconhecemos a urgência das questões sobre as alterações climáticas, colocando-as como prioridade máxima na empresa. Enfrentamos desafios globais que exigem ação coletiva e informada e, por isso, pretendemos sensibilizar e capacitar os nossos colaboradores para compreenderem os impactos das alterações climáticas e contribuir para a descarbonização da habitação. Pretendemos ser uma força positiva de mudança e inspiração para as pessoas.

Martim Grange

Técnico especialista em impacto positivo carbono e clima

Com o nosso propósito direcionado para a sustentabilidade, temos o compromisso de garantir que os nossos colaboradores compreendam e possuam conhecimento sobre as questões associadas às alterações climáticas, capacitando-os para desempenhar um papel crucial na transição da empresa para práticas mais sustentáveis.

Durante o ano de 2023, e uma vez que mais de 80% das nossas emissões de carbono estão associadas aos produtos que comercializamos, estabelecemos, em parceria com o COMEX, espaços de capacitação de colaboradores, iniciando assim um movimento climático junto dos cargos de topo.

Estes espaços de capacitação foram utilizados para a realização de uma sessão completa, onde se exploraram detalhadamente as alterações climáticas e o papel do IPCC. Após uma abordagem geral, entrámos em aspetos mais práticos, definindo como é que estes atores podem contribuir para a transição ao longo de 2023.

Para além desta sessão, tivemos também uma sessão de teambuilding onde foram abordadas as causas e consequências das alterações climáticas. O objetivo desta sessão foi dar uma base de fundamentos científicos comuns para estabelecer um debate sobre os planos de ação que podemos implementar na empresa.

Em 2023 contámos com cerca de 50 participantes, e em 2024 ambicionamos alargar o público-alvo desta iniciativa, de modo a estender esta sensibilização e capacitação a outros públicos prioritários no âmbito da trajetória de descarbonização da empresa.

2 Criamos o Comitê do Clima, uma iniciativa rumo à sustentabilidade

Na LEROY MERLIN comprometemo-nos com a sustentabilidade e a responsabilidade ambiental através da criação do Comitê do Clima, uma iniciativa estratégica que reúne todos os diretores de departamentos da empresa.

Este comitê tem como objetivo facilitar a comunicação e promover o envolvimento dos líderes de cada setor em iniciativas transversais voltadas para a mitigação das alterações climáticas.

No âmbito deste Comitê do Clima, são tomadas decisões estratégicas que impactam diretamente o clima e que são fundamentais para impulsionar iniciativas e projetos abrangentes em toda a empresa. A equipa do Comitê do Clima, em conjunto com a equipa de Impacto Positivo, recebe mensalmente uma newsletter que oferece uma visão abrangente das notícias climáticas atuais e os desenvolvimentos internos sobre ações climáticas.

Esta iniciativa visa estabelecer uma presença constante ao longo do tempo, acompanhando de perto o progresso das ações implementadas na empresa, contribuindo para o acompanhamento e concretização dos objetivos de redução de emissões de gases com de efeito estufa.

3 Trabalhamos na redução da Pegada de Produto

A pegada de carbono é uma prioridade para a LEROY MERLIN, tendo em conta que o âmbito 3 de emissões relacionado com o produto representa 86% das emissões da nossa empresa. Concentramos assim os nossos esforços na gestão ativa deste desafio, demonstrando o nosso compromisso com a sustentabilidade e responsabilidade ambiental.

Em 2023 identificámos os produtos que têm maior impacto nas nossas emissões de carbono. A nossa abordagem procura agrupar estes produtos em unidades de utilização, visando não apenas atender às necessidades dos clientes, mas também garantir que cada venda está alinhada com uma solução efetiva e mais sustentável.

Estamos comprometidos em identificar potenciais mudanças nos produtos, que possam reduzir significativamente o impacto ambiental, mantendo sempre o compromisso de satisfazer as necessidades dos nossos clientes.

O nosso objetivo é ambicioso: delinear as principais etapas do nosso caminho para alcançar uma redução de 50% nas emissões de carbono até 2035 e alcançar a neutralidade carbónica até 2050, tendo em conta também a previsão de aumento nas vendas de produtos. Esta primeira iteração representa um passo significativo na construção da nossa trajetória para os próximos 12 anos. Comprometemo-nos a atualizar e rever continuamente esta estratégia, garantindo que permanecemos na vanguarda das melhores práticas de descarbonização.

4 Reduzimos a Pegada de Carbono através do reaproveitamento sustentável do mobiliário técnico

Para além da atuação sobre os produtos que disponibilizamos aos nossos clientes, também tomámos medidas dentro da nossa empresa de modo a diminuir a nossa pegada.

Estas medidas foram aplicadas nos edifícios da empresa, passando pelo reaproveitamento e requalificação do mobiliário técnico, uma forma de economia circular interna da LEROY MERLIN.

Para tal, foi estabelecido um armazém completamente dedicado à recuperação de material utilizado nas nossas lojas, sendo que o material é, na sua totalidade, aço.

Durante o ano de 2023, mais de 200 toneladas de aço foram recuperadas, evitando assim o equivalente a cerca de 400 toneladas de CO₂, que teriam sido emitidas caso tivéssemos comprado este material novo.



5 Transição sustentável: substituímos todos os equipamentos de movimentação de cargas a diesel



O nosso compromisso é reduzir significativamente o impacto ambiental de nossa atividade. Investimos em soluções para uma mobilidade mais limpa, segura e eficiente, focando na digitalização das operações de transporte. Investimos na otimização de rotas, na monitorização e controlo das emissões e no recurso a veículos menos poluentes, de maior capacidade e mais eficientes energeticamente.

Dalila Tavares
Diretora de transportes

A LEROY MERLIN está empenhada em reduzir significativamente a sua pegada de carbono, tomando medidas concretas para enfrentar este desafio climático.

Decidimos realizar a substituição de todos os equipamentos de movimentação de cargas movidos a diesel, não apenas com o intuito de reduzir as emissões de carbono, mas também de diminuir a dependência de combustíveis fósseis na nossa atividade.

De modo a atingir este objetivo, foi realizada a troca de praticamente todos os equipamentos empilhadores a diesel, substituindo-os pelo seu equivalente elétrico.



6 Implementação de Gestão Técnica Centralizada (GTC)

Numa procura constante pela eficiência e responsabilidade ambiental, a LEROY MERLIN aprimorou significativamente a sua gestão e monitorização das emissões de carbono associadas à energia elétrica.

Introduzimos, por isso, a tecnologia GTC (Gestão Técnica Centralizada) como uma solução inovadora, proporcionando uma gestão mais eficaz e uma monitorização detalhada dos consumos de energia elétrica nas nossas lojas.

A implementação do sistema GTC oferece uma melhor programação dos equipamentos, otimizando o seu uso e contribuindo para uma redução mais significativa das emissões de carbono associadas à energia elétrica. Além disso, proporciona uma visibilidade mais precisa dos padrões de consumo de energia dentro de cada loja, permitindo ajustes e tomadas de decisão mais assertivas e eficazes.

O nosso objetivo é estender esta iniciativa a todas as lojas LEROY MERLIN. Ambicionamos alcançar uma operação totalmente equipada com o sistema GTC, garantindo uma gestão eficiente e sustentável das nossas emissões de carbono associadas ao consumo de energia elétrica.

7 Iniciamos os processos de redução do consumo de eletricidade nas lojas LEROY MERLIN

Dando continuidade às iniciativas promotoras do ambiente, desta vez atuamos ao nível do consumo de eletricidade.

Parte das medidas tomadas consistiram na iniciativa de implementação de painéis fotovoltaicos e carregadores elétricos para auto-consumo, que envolveu a negociação, obtenção de autorizações e apoio no licenciamento em lojas arrendadas e de propriedade.

Para além desta medida, foi também iniciada uma iniciativa de redução do consumo de eletricidade nas lojas, nomeadamente na secção de iluminação, através da implementação de sensores de movimento. Esta medida resultou na criação de um roadmap (2023-2025) para a sua implementação em todas as lojas.

Estamos comprometidos na procura de diferentes caminhos a seguir, como por exemplo, as comunidades de energia.

8 Demos continuidade à otimização da taxa de ocupação dos transportes

A eficiência da ocupação dos transportes B2B permite uma redução significativa de emissões de CO₂.

Desta forma, procuramos aumentar significativamente a taxa de ocupação dos veículos nos fluxos de aprovisionamento às lojas e plataformas, permitindo também, uma redução do número de veículos em circulação com impacto direto no custo e pegada de carbono por unidade transportada.

Com esta iniciativa, em 2023, obteve-se uma redução de 6,7% das emissões de CO₂eq global e 25,19% de emissões de CO₂eq por palete transportada.

6,7%
redução das emissões de CO₂eq

25,19%
redução de emissões de CO₂eq por palete transportada



9 Apostámos no aumento do número de viaturas mais sustentáveis

O nosso compromisso com a redução da pegada de carbono também passa pela utilização das melhores opções energéticas possíveis, sendo por isso importante para a LEROY MERLIN a aposta em viaturas movidas a energia de origem não fóssil.

O peso dos kms percorridos com recurso a viaturas movidas a energias mais sustentáveis cresceu dos 2,53% em 2022 para os 8,01% em 2023.

A frota a GNL contribuiu para reduzir 223 ton CO₂eq em 2023 e a frota a BioMetano / HVO permitiu a redução de 141 ton CO₂eq em 2023.



10 Iniciámos o processo de centralização dos fluxos com o projeto Centro de Distribuição Nacional

A evolução da cadeia de abastecimento da LEROY MERLIN está fortemente ligada ao desenvolvimento da empresa, o que levou a um crescimento muito significativo dos volumes a todos os níveis. Este contexto obrigou a um desenvolvimento rápido com operações dispersas e nem sempre com a otimização necessária.

Para fazer face a este desafio e, com o objetivo de centralizar todos os fluxos, surgiu o Centro de Distribuição Nacional (CDN), cujo desenvolvimento se iniciou em 2020.

O CDN preconiza o maior projeto na área de logística e encontra-se localizado na Plataforma Logística de Lisboa Norte, na Castanheira do Ribatejo, com um total de 105 000 m² de área coberta, capacidade aproximada de 110 000 paletes e 130 cais de carga e descarga.

O Centro de Distribuição Nacional, com a centralização dos fluxos, permite melhorar as sinergias operacionais e a fiabilidade dos stocks, ao mesmo tempo que permitirá reduzir o custo operacional.

Como vamos progredir no futuro?

Neutralidade

- Criar uma cultura de emergência climática dentro da LEROY MERLIN. Neste âmbito pretendemos aumentar, até 2027, a abrangência das sessões de capacitação sobre as alterações climáticas com workshops de capacitação para todos os colaboradores.
- Iniciar a trajetória de descarbonização definida em 2023;
- Contribuir para o projeto de descarbonização da cidade de Guimarães;
- Estender a Gestão Técnica Centralizada a todas as lojas, potenciando, a eficiência energética e a correspondente redução de emissões de GEEs;
- Preparar a empresa para a integração formal do custo de carbono na vertente financeira;

Transportes

- Aumentar a taxa de ocupação das viaturas em 25%, no âmbito da iniciativa B2B Fill Rates, e diminuir em 5% as emissões de CO₂eq por unidade transportada.

3.3 Negócio Circular

3.3.1 Fazemos evoluir o modelo de negócio, tornando-o mais circular e, por isso, mais sustentável



Consideramos de elevada importância a constante evolução do business-model e torná-lo mais sustentável é uma das nossas missões. Encontramos na economia circular o veículo que permite fazer de cada decisão e de cada ação, uma oportunidade de integração da sustentabilidade.

Vanessa Seixas
Técnica especialista em impacto positivo

Porque é que é importante o compromisso com um modelo de negócio circular?

Na LEROY MERLIN, temos uma constante preocupação com a evolução do nosso modelo de negócio, para que este nos aproxime do propósito que definimos para a empresa.

É fundamental evoluirmos o nosso modelo de negócio, tornando-o mais circular/sustentável e, para tal, criámos novas atividades e novos negócios que nos permitem cada vez mais maximizar o impacto económico, social e ambiental.

O serviço de reparação de produtos, o aluguer de ferramentas e máquinas Marcas da Casa ou o acondicionamento de paletes, são exemplos de serviços que são exemplos de serviços que dinamizamos e disponibilizamos e que contribuem, que contribuem para a redução da produção em massa e para a redução de resíduos.

Com esta abordagem, afirmamos a nossa posição de agentes ativos da transformação que o mundo e as pessoas necessitam e, simultaneamente, contribuimos para uma maior sustentabilidade económica da empresa ao oferecer ao cliente uma gama diversificada de opções de aquisição de produtos e serviços.

Progresso 2023 e Ambição 2024-2025

A análise da evolução ao nível da circularidade do nosso negócio é feita através de dois indicadores: a percentagem de faturação de produtos circulares e a percentagem de

faturação de serviços circulares. Estes indicadores avaliam e indicam o impacto que os produtos e serviços circulares têm na economia da empresa. No âmbito dos produtos circulares, estão incluídos produtos que têm como atributo a presença de material reciclado na sua composição, bem como produtos revendidos através do projeto "Quase Perfeitos". A notória evolução deste indicador face ao ano anterior é resultado da aposta da empresa no tema da circularidade, trabalhando diariamente com fornecedores cada vez mais comprometidos com o tema e com informação, a cada dia mais precisa, relativa ao produto.

No mesmo sentido, os serviços circulares incluem a reparação e o aluguer, demonstrando que para além de uma gama mais positiva, queremos também uma gama mais duradoura e oferecer ao cliente novas formas de adquirir o produto que não seja o gesto tradicional de comprar novo, apelando desta forma ao consumo responsável.



KEY RESULT INDICADORES PRINCIPAIS	2020	2021	2022	2023	VARIAÇÃO 2022-2023	META 2023-2025
Novos negócios						
Faturação de produtos circulares (%)	N.D.	N.D.	1,20%	4,65%	3,45 pp	10%.
Faturação de serviços circulares (%)	N.D.	N.D.	N.D.	0,1%	-	25%

N.D. Não disponível;

Em que iniciativas estivemos focados em 2023?

Desenvolvemos mais serviços e iniciativas

- 1 Projeto "Quase Perfeitos"
- 2 Novos serviços dos Ateliers Pós-venda
- 3 Aluguer de máquinas Profissional
- 4 Aluguer de máquinas Marca da Casa (MDH)
- 5 Armazém de Mobiliário Técnico
- 6 Rework de paletes usadas/danificadas

1 Quase Perfeitos - uma 2ª oportunidade a produtos

Enquadrado na estratégia de Impacto Positivo e alinhado com os objetivos da empresa, o projeto dos **Quase Perfeitos** surge como uma resposta à circularidade dos nossos produtos em fim de vida, como quebras de loja, artigos de exposição e devoluções de clientes.

Esta iniciativa foi criada para oferecer uma segunda oportunidade a estes produtos que, numa economia linear, seriam considerados resíduos.

Através de um sistema de aplicação de descontos de 40%, 60% e 80%, conseguimos prolongar o ciclo de vida dos produtos na sua fase de utilização, reduzindo assim os resíduos produzidos. Isto contribui não apenas para a economia circular, mas também para a valorização económica das quebras, resultando consequentemente numa diminuição dos resíduos produzidos e custos associados à gestão dos mesmos.

Os "Quase Perfeitos" foram lançados como projeto piloto na loja de Albufeira a 1 de setembro de 2023, representando uma oportunidade para testar, aprender e validar um modelo de negócios que será fundamental no futuro. O nosso objetivo é garantir que este projeto é atraente e útil para o negócio de todas as lojas. Em 2024, ambicionamos testar e validar o modelo de negócio com vista à desmultiplicação do projeto em outras lojas, ao mesmo tempo que analisamos a presença em marketplace.

Em 4 meses de projeto:

23 276,64€
Faturação

31,93€
Carrinho médio

24,82€
PVP médio dos artigos vendidos

938
Nº artigos vendidos

8,42%

Índice de recuperação das quebras, atingindo valores na ordem dos 33% nas secções de ferramentas e sanitários

37%

Índice de revenda dos artigos, superando os 75% em secções como sanitários, iluminação, decoração e ferramentas

729

Nº clientes



2 Expandimos os serviços dos Ateliers Pós-venda para fazer face às necessidades dos clientes

Em 2023, demos continuidade à validação do modelo de negócio dos nossos ateliers pós-venda, reforçando assim o nosso compromisso em proporcionar serviços de qualidade e valor acrescentado aos nossos clientes. Expandimos o serviço de reparação de produtos da Marca da Casa (MD) e disponibilizámos novos serviços para atender às necessidades dos nossos clientes.

Um desses novos serviços consiste na “Preparação e Arranque de Máquinas”, que permite ao cliente sair da loja com o seu novo equipamento pronto a usar, acompanhado de uma explicação detalhada sobre o seu funcionamento e manutenção. Esta iniciativa é fundamental para garantir a utilização adequada de equipamentos como compressores, geradores ou motoenxadas, evitando devoluções ou avarias por má utilização e prolongando a vida útil do equipamento. Para além disto, lançámos também o serviço “Reparação Express 48h”, destacando a nossa especialização na reparação de produtos MDH da Marca da Casa e prometendo aos clientes um prazo de reparação de 48 horas úteis.

Outro serviço adicional disponível é a realização de furos em lava loiças, corte de varões de cortinados ou redes mosquiteiras e outras atividades de precisão que visam tornar a experiência do cliente em loja o mais conveniente, útil e satisfatória possível.

A taxa de reparação da LEROY MERLIN Portugal, que engloba tanto os centros de reparação externos quanto os internos, é de 78,7%. Estas taxas de reparação são possíveis de atingir graças a uma mão de obra especializada e à disponibilidade de peças de reparação, contribuindo para um negócio que se quer a cada dia mais circular e com menos impacto no ambiente.

Estes números refletem o nosso compromisso em disponibilizar soluções eficazes e confiáveis, oferecendo ao nosso cliente um serviço pós-venda de excelência.



3 Mantivemos o serviço de aluguer de máquinas profissional

O serviço de aluguer põe ao alcance do habitante as ferramentas e máquinas profissionais certas e adequadas para levar a cabo todo o tipo de projetos.

Durante o ano de 2023, mantivemos o serviço de aluguer de máquinas destinado ao nosso segmento de mercado profissional, o que nos permitiu crescer 10,06% em vendas deste serviço, relativamente a 2022.

Benefícios do serviço de aluguer de ferramentas



PARA A LEROY MERLIN

Nova área de negócio para determinadas famílias de produtos



Contributo para uma produção mais responsável que evita produção em massa e, conseqüentemente, promove uma utilização mais responsável de matérias-primas, energia, transporte e geração de resíduo



PARA O CONSUMIDOR

Menor custo comprar custa mais do que alugar



Contributo para um consumo mais responsável ao alugarmos em vez de comprarmos um produto, estamos a evitar a produção de novos produtos e o consumo das matérias-primas, energia e transporte associados à sua produção

4 Disponibilizámos o aluguer de máquinas Marca da Casa (MDH)

Dentro da célula de ferramentas, desenvolvemos uma iniciativa pioneira para criar um serviço conectado a esta categoria, com o objetivo de responder às necessidades dos clientes, ao mesmo tempo que reduzimos a quebra de ferramentas compradas para uso pontual.

O conceito de aluguer para uso pontual surgiu como uma solução para disponibilizar ferramentas versáteis, promovendo assim a economia circular e prolongando a vida útil dos produtos.

O projeto foi lançado como um teste piloto na loja da Alta de Lisboa a 14 de fevereiro de 2022, através da disponibilização de cinco ferramentas para aluguer. Ao longo de três meses, foram realizados apenas três alugueres, o que nos levou a uma revisão completa do processo, incluindo análise do percurso do cliente, comunicação feedback da loja e aspetos positivos e negativos do teste inicial.

Após esta análise, realizámos melhorias significativas na comunicação, tanto offline, com estratégias de cross-selling na secção de ferramentas, como online, com o desenvolvimento de uma página dedicada ao aluguer de ferramentas. Em paralelo, aumentámos a variedade de ferramentas disponíveis. A 5 de junho de 2023, expandimos o projeto para as lojas de Loures e Braga e, a 15 de agosto, para as lojas do Funchal e do Montijo.

Esta expansão reflete o nosso compromisso contínuo em oferecer serviços inovadores e sustentáveis, adaptados às necessidades dos clientes e promovendo práticas económicas e ambientalmente responsáveis.

Esta iniciativa permitiu uma faturação de 3 134€, com 263 alugueres, em 7 meses de projeto.



263
alugueres em 7 meses
de projeto

3 134€
faturação

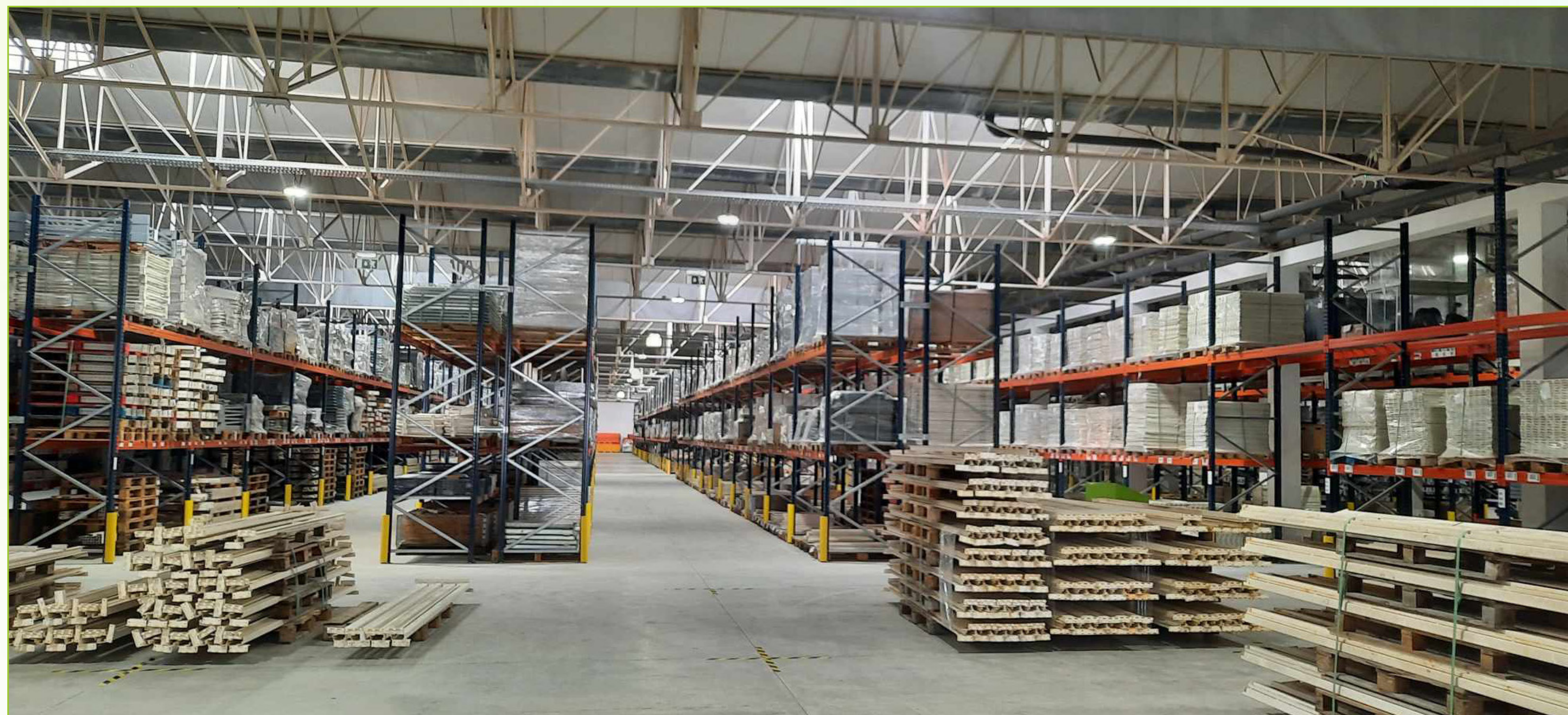
5 Armazém de Mobiliário Técnico

Com o objetivo de centralizar todo o material técnico excedente ou não utilizado, que estava disperso por lojas, armazéns e espaços alugados, a LEROY MERLIN Portugal tomou medidas significativas para promover a reutilização de materiais técnicos.

No início de 2023, a LEROY MERLIN iniciou uma operação de armazenamento de mobiliário técnico, disperso e sem utilização, num espaço dedicado com 9000 m² de área. Num momento em que o preço das matérias-primas aumentou e os prazos de entrega dos fornecedores se estenderam, esta ação revelou-se ainda mais importante.

Foi alocada uma equipa permanente no armazém e implementado um software logístico para garantir uma gestão eficiente do mobiliário, agilizando assim o processo de envio e recolha de material técnico e arquivo para todas as lojas. Isto resultou numa economia global significativa, pela ausência da necessidade de compra de novo mobiliário, e aumento de espaço disponível nas lojas para armazenamento de stock de produto.

Quando uma loja precisa de um determinado mobiliário técnico, pode, de uma forma prática e rápida, consultar o stock disponível no armazém, evitando assim a compra de novos materiais e utilizando recursos que já estavam disponíveis internamente. Para além dos benefícios diários proporcionados a todas as lojas, este projeto foi crucial na



transformação de algumas lojas em 2023, como foi o caso do Barreiro, Ponta Delgada e Gondomar.

Esta iniciativa demonstra o compromisso contínuo da LEROY MERLIN Portugal em adotar práticas sustentáveis e eficientes, enquanto promove uma gestão inteligente dos recursos disponíveis.

1 435 607,88€

Valor do stock expedido

6 Priorizámos o rework de paletes usadas / danificadas

O objetivo principal desta iniciativa foi criar um sistema eficiente de logística inversa, onde paletes danificadas são devolvidas, reparadas ou recondicionadas no entreposto nacional e, em seguida, reutilizadas e enviadas para as lojas. Esta abordagem visa evitar a compra de paletes novas e, conseqüentemente, reduzir os custos associados ao tratamento de resíduos.

Em 2022, devido ao crescimento e centralização das operações nacionais, e ao aumento das operações de armazenamento, enfrentámos uma escassez de paletes necessários para garantir a cadeia de abastecimento das nossas lojas e plataforma, surgindo a necessidade de investir na compra de paletes.

Para garantir o abastecimento para o ano de 2023, decidimos criar uma equipa dedicada ao rework de paletes danificadas provenientes das lojas/plataformas. Esta equipa, composta por cinco pessoas, teve acesso a formação em máquinas de movimentação de cargas, equipamentos de proteção individual (EPIs) específicos e recebeu kits com todo o material necessário para realizarem as tarefas. Além disso, foram designadas áreas identificadas e protegidas em cada um dos armazéns para esta finalidade.

A reparação de paletes de diversas tipologias, algumas com valor mais elevado no mercado, permitiu criar um ciclo de uso interno na LEROY MERLIN Portugal, eliminando a necessidade de comprar novas paletes para as operações. Adicionalmente, esta iniciativa resultou na redução dos custos de tratamento de resíduos, contribuindo para um modelo de negócios mais sustentável e eficiente.

38 501

Número de paletes recondicionadas

600 352€

Valor das paletes recondicionadas

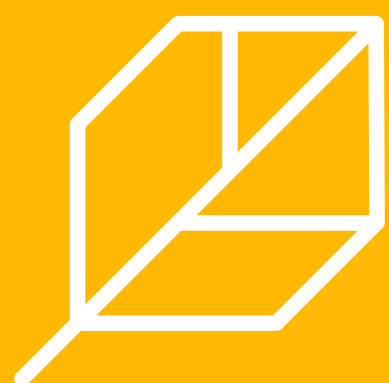
1 683 585 Kgs

Peso, em Kgs, das paletes recondicionadas



Como vamos progredir no futuro?

- Expandir o projeto "Quase Perfeitos" para outras lojas - formato físico;
- Analisar o lançamento do projeto 2nd Life/"Quase Perfeitos" no Marketplace;
- Medir o impacto dos negócios circulares no reaproveitamento de quebras;
- Validar Business Cases de Circularidade de Resíduos.



04

FUNDAÇÕES IMPACTO POSITIVO

4.1 Performance

4.2 Cultura

4.3 Ética



4.1 Performance

4.1.1 Suportamos os nossos pilares de atuação através das fundações da Casa do Impacto Positivo

Porque é que é importante o compromisso com a performance, a cultura e a ética?

Os pilares da Casa Impacto Positivo - performance, cultura e ética - são áreas fundamentais à transformação da nossa organização, necessária para alcançar o nosso propósito de tornar todas as casas um lugar positivo para viver.

Estes pilares permitem a convergência de todos os desafios e o envolvimento de toda a equipa da LEROY MERLIN em torno de uma agenda comum de Impacto Positivo.

A criação da cultura de Impacto Positivo é, por sua vez, suportada pela governance da empresa, uma vez que é neste elemento da nossa gestão que são definidas as estruturas, as responsabilidades e os processos que colocam em prática a sustentabilidade, moldando a construção da cultura de Impacto Positivo da LEROY MERLIN.



Na LEROY MERLIN procuramos fazer a diferença ao adotar uma abordagem centrada no valor social e ambiental, além do económico. As nossas práticas comerciais sustentáveis e nosso compromisso com a responsabilidade corporativa impulsionam o nosso crescimento financeiro e têm um impacto positivo nos nossos colaboradores, clientes e comunidades.

Francisco Rito
Diretor modelo económico

Na LEROY MERLIN, encaramos a performance de uma maneira holística, onde não valorizamos apenas a performance económica, mas também a criação de valor social e ambiental. Acreditamos que o equilíbrio destes três pilares é fundamental para fornecer valor a todos os nossos stakeholders.

Em termos económicos, um bom desempenho nos negócios e uma base financeira sólida são essenciais para a continuidade e progresso das nossas operações. Isto permite-nos proporcionar condições justas e atrativas para os nossos colaboradores, para além de libertar recursos para reinvestir e financiar as transformações positivas que procuramos realizar.

Devido à importância do Impacto Positivo na LEROY MERLIN, procurámos reforçar o acompanhamento, monitorização e reporte de performance do Impacto Positivo, através da contratação de uma pessoa para esta finalidade.

Durante o ano de 2023, a LEROY MERLIN Portugal alcançou um volume de negócios de 939 milhões de euros, consolidando a sua posição como líder no mercado em que atua. Para além disso, registámos também uma evolução positiva de clientes, de 5,3%, e um crescimento de novos clientes com Cartão da Casa de 20,3%. Observámos também um

crescimento contínuo nos canais de venda não tradicionais, com um aumento de 13,30%.

Para além disso, o investimento social em formação aumentou em relação a 2022, em 6,46% atingindo 1,5 milhões de euros, destacando o compromisso da empresa com o desenvolvimento de competências e capacitação da equipa.



Para além dos indicadores que utilizamos para acompanhar e avaliar o nosso progresso e performance, pretendemos acompanhar a evolução da nossa quota de mercado, no sentido de percebermos se o nosso crescimento reforçou ou não a nossa liderança. Este indicador tem uma grande importância não só para a LEROY MERLIN, mas também para o Grupo ADEO.



A NOSSA ABORDAGEM E VISÃO DESENVOLVE-SE EM TORNO DOS SEGUINTE EIXOS:

ATRATIVIDADE

Reforçamos os nossos compromissos e a criação de **impacto positivo**, de forma a servirmos uma base crescente de clientes todos os anos

NOVOS MERCADOS

Desenvolvemos novos mercados em torno do **habitat positivo** e trabalhamos a nossa plataforma para milhares de parceiros, no sentido de progredirmos juntos no nosso volume de vendas anual

LIDERANÇA POSITIVA, DIGITAL E ECOLÓGICA

Agimos para uma melhor utilização dos recursos e melhoramos continuamente os nossos rácios de gastos para financiarmos as nossas transformações positivas e **tornarmo-nos um Líder digital e de Impacto Positivo**

O primeiro eixo é a nossa ambição mais tangível, sendo suportado pelos restantes dois. É por isso monitorizado por um indicador chave da empresa, indexado aos objetivos anuais e objeto de análise diária. Quanto maior a base de clientes, mais robusto é o nosso desempenho financeiro e maior é o Impacto Positivo que poderemos trazer às casas dos portugueses.

Em que iniciativas estivemos focados em 2023?

Iniciativas promotoras do nosso negócio

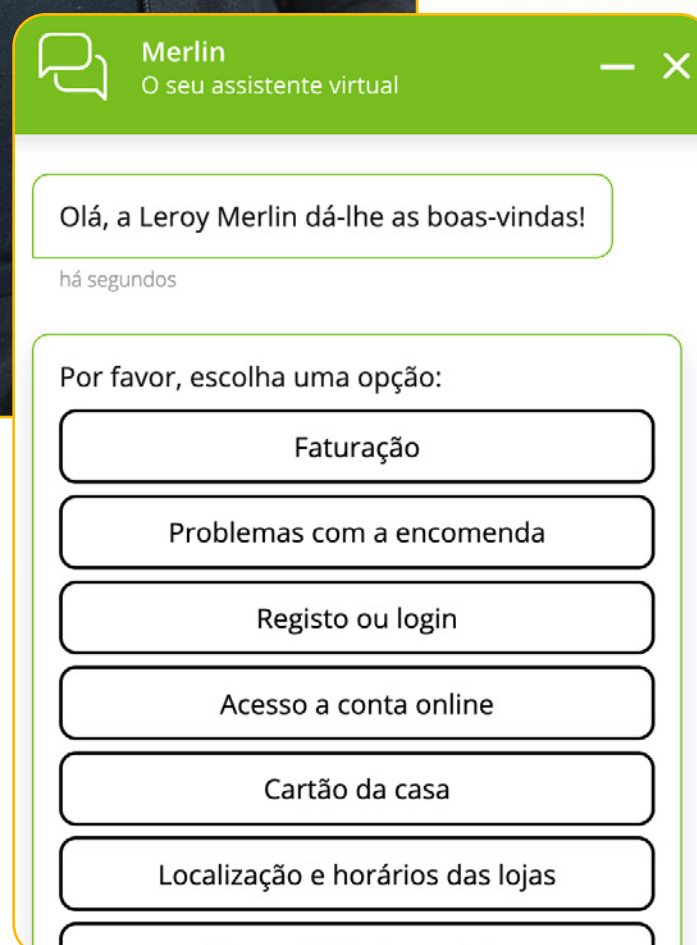
- 1** Aposta no crescimento das vendas dos canais não tradicionais
- 2** Atratividade do nosso programa de fidelização de clientes
- 3** Iniciativas transversais com vista ao aumento de clientes



1 Apostámos no crescimento das vendas dos canais não tradicionais (digital, chat e vendas à distância)

Na LEROY MERLIN Portugal, estamos empenhados em proporcionar aos nossos clientes uma variedade de opções de compra que se adaptem às suas necessidades e preferências individuais.

Com a nossa iniciativa de desmultiplicação de opções de compra, estamos a melhorar a experiência de compra dos clientes e a ampliar, a uma escala significativa, os canais através dos quais os clientes podem adquirir os nossos produtos.



O objetivo desta iniciativa é claro: expandir a nossa presença no mercado ao oferecer diferentes canais de venda que vão além das tradicionais lojas físicas. Queremos estar onde os nossos clientes estão, tornando mais fácil e conveniente a compra dos produtos que necessitam.

Para alcançar este objetivo, desenvolvemos os canais não-tradicionais, entre eles os canais digitais, chat e as vendas à distância (VAD).

Esta iniciativa gerou um resultado positivo, permitindo atingir um crescimento de 13,30% dos canais de venda não tradicionais.

2 Tornámos o nosso programa de fidelização de clientes mais atrativo, através de ações promocionais, parcerias e ainda mais vantagens

Na LEROY MERLIN Portugal, estamos empenhados em oferecer aos nossos clientes uma experiência de compra excepcional, repleta de vantagens e benefícios, tendo por isso, focado esforços na potencialização dos benefícios do Cartão da Casa para todos os nossos clientes.

Através desta iniciativa, procuramos promover de forma ativa, o uso do Cartão da Casa, proporcionando descontos exclusivos e tornando as compras dos nossos clientes mais acessíveis. Queremos garantir que cada cliente aproveita ao máximo as vantagens oferecidas pelo nosso programa de fidelização, tornando a sua experiência de compra ainda mais gratificante.

Com esta iniciativa, conseguimos um aumento de 8% de novos clientes com cartão de fidelização.



3 Implementámos Iniciativas transversais com vista ao aumento de clientes

O nosso objetivo é impulsionar o crescimento da empresa, concentrando os nossos esforços em trazer um aumento de, pelo menos, 5% de novos clientes anualmente.

Para alcançar este objetivo, tomámos uma posição transversal, em colaboração com outras equipas internas. Pretendemos investir em ações direcionadas para atrair mais clientes para a empresa, com o intuito de promover uma maior fidelização. Esta iniciativa será integrada em novos projetos focados no desenvolvimento de estratégias para conquistar novos clientes e na análise de oportunidades de mercado em novos segmentos do retalho.

Associado a esta iniciativa, temos o indicador que avalia a percentagem de crescimento de clientes (tickets), que, em 2023, cresceu 5,3%. Ambicionamos manter esta meta de crescimento de 5% anualmente.

4.2 Cultura



A contribuição para a Sustentabilidade é transversal a toda a nossa organização. Acreditamos que a evolução da nossa cultura organizacional é essencial para que todos saibam de que forma a missão que desempenham contribui para as ambições do nosso grupo e da LEROY MERLIN Portugal.

João Lavos
Líder de Impacto Positivo

A transformação digital e a sustentabilidade têm sido identificadas por muitos como as duas grandes mudanças que irão moldar as sociedades e economias nas próximas décadas.

É importante que todos, desde cidadãos a governos e empresas, saibam lidar com essa mudança, especialmente no que diz respeito à sustentabilidade. Integrar a sustentabilidade na nossa forma de ver e operar o mundo, é fundamental para nos prepararmos para essa mudança e ajustarmos o nosso modelo de negócio.

Dado que a sustentabilidade é um tema transversal que diz respeito a todos, acreditamos que a evolução da nossa cultura organizacional é essencial para envolver todos os membros da equipa. Uma cultura de sustentabilidade permite que cada área da empresa incorpore e promova o seu próprio Impacto Positivo, com colaboradores capacitados por meio de um plano de formação específico para cada função.

Por isso, a evolução cultural é, e continuará a ser, a principal prioridade do Desafio de Impacto Positivo. Uma cultura sólida é a base necessária para transformar efetivamente a nossa empresa. Assim, a cultura continuará a desempenhar um papel crucial na implementação da estratégia de Impacto Positivo em toda a organização, apoiada por uma governação clara que define responsabilidades e procedimentos.

A construção da cultura de Impacto Positivo na LEROY MERLIN Portugal



Em que iniciativas estivemos focados em 2023?

Alinhámos os nossos colaboradores pelos mesmos princípios e normas de conduta

- 1 Estratégia de Gestão da Mudança
- 2 Preparação da implementação da ferramenta Lakaa
- 3 Disponibilização de fóruns de pedagogia/Inspiring fridays
- 4 Mapeamento de eventos externos de sustentabilidade para participação das equipas
- 5 Referencial para eventos positivos
- 6 Mapeamento de certificações úteis para a LEROY MERLIN
- 7 Mapeamento de prémios externos de sustentabilidade e apresentação de candidaturas

1 Aplicação da estratégia de gestão da mudança

Para avançarmos de forma mais eficaz em direção à sustentabilidade, desenvolvemos um enquadramento estratégico abrangente, onde o nosso objetivo passa por enquadrar estrategicamente a gestão da mudança em relação à sustentabilidade, fortalecer a nossa estratégia de Impacto Positivo e alinhar as ações para colocar esta estratégia em prática.

Esta iniciativa consiste num diagnóstico inicial e na posterior realização de um plano de ação no âmbito da estratégia de gestão de mudança da cultura.

De modo a acompanhar a eficácia e progresso desta iniciativa, analisamos o indicador da percentagem de desafios com plano de ação, enquadrado no KR1 "Ajudamos a fazer evoluir cada métier da empresa para incorporar a dimensão IP". Este indicador em 2023 atingiu os 100%.

2 Demos início à preparação da implementação da ferramenta Lakaa

Estamos a implementar uma iniciativa para impulsionar as prioridades da ADEO e os KPIs prioritários da LEROY MERLIN Portugal. Esta iniciativa visa fortalecer a nossa responsabilidade social corporativa, utilizando uma abordagem de gamificação para envolver as nossas equipas.

Desenvolvemos uma ferramenta inovadora a que chamamos de **Lakaa**. Esta plataforma permite que as nossas equipas participem ativamente na implementação de ações relacionadas com a responsabilidade social corporativa. Através da gamificação, transformamos o processo de atingimento de metas numa experiência divertida e envolvente.

Esta ferramenta permite-nos criar uma rede partilhada e acessível, que mobiliza equipas em todas as nossas lojas, operações logísticas e serviços internos. Adicionalmente, permite acompanhar o progresso das iniciativas, celebrar conquistas e identificar áreas de melhoria.

Durante o ano de 2023 esta iniciativa esteve em fase de preparação, estando previsto ter início efetivo em 2024.

3 Fóruns de pedagogia/Inspiring Fridays

O envolvimento dos nossos colaboradores com os temas da sustentabilidade é de grande importância para garantir o alinhamento com o nosso propósito.

Por esta razão, disponibilizámos fóruns especializados, acessíveis a todos os colaboradores, onde se realizam momentos de partilha com convidados externos. Durante o ano de 2023, realizaram-se 2 fóruns temáticos em matéria de sustentabilidade, tendo sido esse o objetivo proposto para este ano.



4 Realizámos o mapeamento de eventos externos de sustentabilidade para participação das equipas

Reconhecendo a importância da capacitação e acesso à informação mais atualizada em todos os temas, mas em especial na matéria da sustentabilidade, realizámos um mapeamento de eventos externos ligados a essa área para divulgação junto das equipas.

Esta iniciativa permite a sistematização, divulgação e participação dos nossos colaboradores em eventos externos nacionais e internacionais, como conferências, webinars, entre outros, em matéria de sustentabilidade.



5 Criámos um referencial para eventos positivos

Na LEROY MERLIN estamos empenhados em garantir que todos os nossos eventos sejam conduzidos com responsabilidade ambiental e social. Como parte desse compromisso, lançámos o referencial para eventos positivos, uma iniciativa projetada para orientar e promover práticas sustentáveis em todas as nossas atividades.

O objetivo principal deste referencial é garantir o cumprimento das normas de sustentabilidade definidas pela LEROY MERLIN em todos os eventos que organizamos. Queremos que cada evento contribua de forma positiva para o ambiente, para as pessoas envolvidas e para a comunidade em geral.

Este referencial é mais do que um conjunto de regras. Trata-se de um guia abrangente que oferece uma visão integrada com orientações detalhadas para o planeamento e realização de eventos com Impacto Positivo.

Ao adotar este referencial, estamos a demonstrar o nosso compromisso em fazer a diferença e em contribuir para um futuro mais sustentável.

6 Realizámos o mapeamento de certificações úteis para a LEROY MERLIN

Na LEROY MERLIN estamos empenhados em promover a sustentabilidade em todas as nossas operações. Como parte desse compromisso, lançámos a iniciativa de Mapeamento de Certificações Úteis para a LEROY MERLIN.

O nosso objetivo principal com esta iniciativa é garantir o reconhecimento da marca LEROY MERLIN como uma empresa comprometida com a sustentabilidade. Para além disso, procuramos garantir o cumprimento de normativos que promovam práticas sustentáveis em todas as nossas operações.

Para alcançar esse objetivo, desenvolvemos um referencial de certificações úteis no âmbito da sustentabilidade.

Ao adotar estas certificações, estamos a demonstrar o nosso compromisso em promover boas práticas e contribuir para um futuro mais responsável. Estamos empenhados em fazer a diferença e em inspirar outros a seguirem o mesmo caminho.

7 Mapeamento de prémios externos de sustentabilidade e apresentação de candidaturas

A sustentabilidade é uma prioridade em todas as nossas operações. Por isso, lançámos a iniciativa de Mapeamento de Prémios Externos de Sustentabilidade e Apresentação de Candidaturas.

O nosso principal objetivo com esta iniciativa é obter o reconhecimento da marca LEROY MERLIN como uma empresa verdadeiramente sustentável. Para alcançar este objetivo, mapeámos os prémios e iniciativas externas que reconhecem e valorizam práticas sustentáveis nas empresas.

Desenvolvemos um referencial abrangente que lista os prémios relevantes e as iniciativas que podem reconhecer a LEROY MERLIN como uma marca sustentável e/ou com iniciativas sustentáveis. Estamos comprometidos em submeter candidaturas a estes prémios, demonstrando assim o nosso compromisso com a sustentabilidade em todas as áreas do nosso negócio.

Ao receber estes prémios e reconhecimentos, não só fortaleceremos a nossa posição como líderes em sustentabilidade no mercado, mas também inspiraremos outras empresas a seguirem o nosso exemplo e a adotarem práticas mais responsáveis.



4.3 Ética



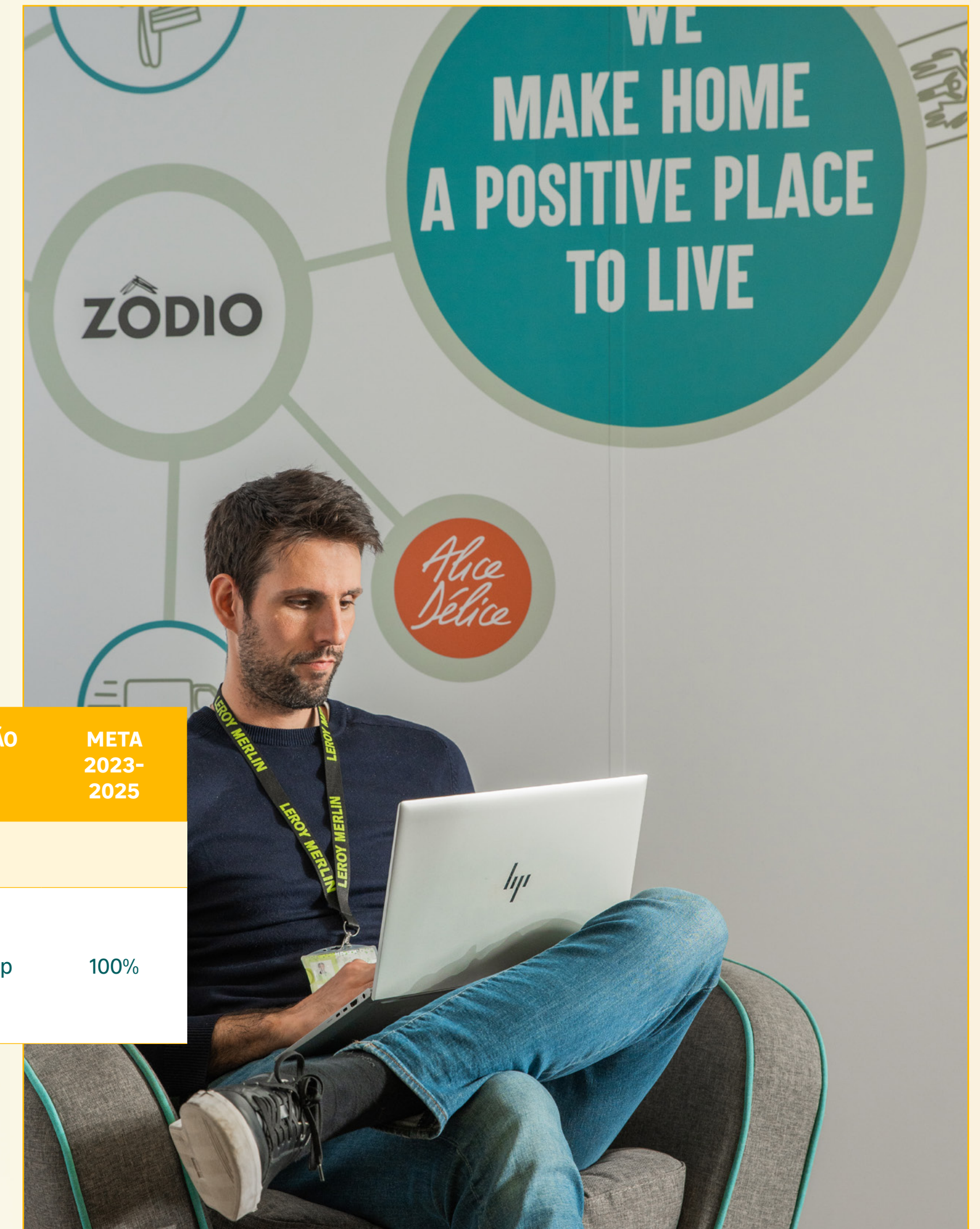
Priorizar o respeito e a integridade é fundamental para o bom funcionamento da empresa. Assim, foi essencial desenvolvermos o Código de Conduta Ética de forma a demonstrar o nosso compromisso no cumprimento legislativo que combate qualquer tipo de Corrupção, Fraude, Discriminação ou Assédio Laboral

Vanessa Pires
Responsável gestão de risco e compliance

Os nossos valores guiam-nos diariamente, orientando as nossas ações e o nosso comportamento no ambiente de trabalho e nas interações com clientes, fornecedores e outros parceiros. Respeitamos integralmente as leis que visam combater a discriminação, o assédio laboral e a corrupção.

Para formalizar estas diretrizes e garantir a sua coerente aplicação, desenvolvemos o Código de Conduta Ética. Este documento é essencial para que todos os colaboradores, independentemente da sua localização ou background cultural, compreendam como devem agir no exercício das suas funções. Assim, promovemos um ambiente de trabalho ético e transparente, alinhado com os nossos valores e obrigações legais.

KEY RESULT INDICADORES PRINCIPAIS	2020	2021	2022	2023	VARIAÇÃO 2022-2023	META 2023-2025
Novos negócios						
Colaboradores formados no Código de Conduta Ética (%)	91,42%	91,60%	97,58%	86,00%	-11,58 pp	100%



Em que iniciativas estivemos focados em 2023?

Apostámos na formação e na comunicação

- 1 Formação de colaboradores no Código de Conduta Ética
- 2 Formação de colaboradores sobre a Proteção de Dados
- 3 Disponibilização do Canal de Escuta
- 4 Criação do Ethos - avatar de comunicação

1 Demos continuidade à formação dos colaboradores em Ética

A ética é o pilar sobre o qual construímos a nossa empresa, uma vez que engloba todos os valores que nos definem e a forma como atuamos no mercado.

Tendo em conta o peso que a ética tem na nossa empresa, mantemos a formação obrigatória dos colaboradores. Esta formação foca-se principalmente no Código de Conduta Ética e visa garantir que todos os colaboradores têm conhecimento sobre o tema e que estão corretamente formados.

Em 2023, assistimos a uma redução de 11,58 pp de colaboradores formados no Código de Conduta Ética relativamente ao ano passado, passando de 97,58% em 2022 para 86,00% em 2023. Esta variação negativa ocorreu devido a um novo módulo de formação realizado pela ADEO, no decorrer da revisão do Código de Conduta Ética de colaborador, obrigando todos os colaboradores a realizarem a mesma novamente.

2 Mantivemos a formação dos colaboradores em Proteção de Dados

Com o intuito de alinhar a compreensão e de explicar todos os processos que devem ser seguidos pelos colaboradores na área de proteção dos dados dos clientes, mantivemos a formação desta área.

Colocámos em prática um plano formativo para todos os colaboradores no âmbito da privacidade de dados, mais especificamente sobre o RGPD.

Durante o ano de 2023 registou-se uma redução de 16,6 pp na percentagem de colaboradores formados nesta área. Esta redução deveu-se à necessidade de atualizar a formação para que se mantenha alinhada com os cumprimentos normativos. Por esta razão, foi construída e partilhada uma nova formação sobre a temática apenas no mês de setembro, justificando assim a diminuição de colaboradores formados.



3 Disponibilizámos o Canal de Escuta

É importante para nós como empresa, que os nossos colaboradores tenham uma voz ativa e que se sintam à vontade e em segurança para exercerem esta prática.

Por esta razão, disponibilizamos o Canal de Escuta e procuramos garantir que os colaboradores têm conhecimento sobre este meio de comunicação e como usar (forma de aceder, os passos a realizar e a proteção ao denunciado e denunciante).

Durante o ano de 2023, incentivámos a comunicação através deste canal com as seguintes medidas:

- Guia de acesso ao Canal de Escuta
- Disponibilização de uma APP com o canal em todos os smartphones;
- Garantia da confidencialidade da informação mencionada no canal;
- Explicação de como o processo é realizado desde o momento em que a denúncia é recebida até ao seu tratamento final.

Este incentivo da comunicação através do canal de escuta refletiu-se no aumento do número de denúncias relativamente aos anos anteriores, atingindo as 33 denúncias.

4 Atualizámos a nossa comunicação de compliance com o Ethos - avatar de comunicação

Com o objetivo de reforçar e atualizar a imagem e comunicação de compliance, criámos o Ethos.

Todos os nossos estabelecimentos - lojas, armazéns, plataformas e serviços internos - passaram a ter o novo Ethos, a nova imagem e comunicação do Programa de Compliance da empresa.



Como vamos progredir no futuro?

Performance

- Consolidar e dar continuidade às iniciativas desenvolvidas em 2023;
- Trabalhar no suporte à rentabilidade dos negócios circulares, como os "Quase Perfeitos" e o Atelier de Reparação.
- Atuar na animação do ADEOPositive Index (API) - indicador que valorizará ou depreciará a ação (Valadeo).

Cultura

- Promover a aproximação das equipas para nos darmos a conhecer e apresentarmos a estratégia de Impacto Positivo;
- Rever e integrar os temas de Impacto Positivo nos descritivos das missões;
- Rever os currículos de formação de Impacto Positivo;
- Mapear e implementar as iniciativas simbólicas/emblemáticas;
- Animar as ações das equipas, através de gamificação;

Ética

- Animar e reforçar a formação dos colaboradores;
- Atingir o KPI para a formação da população considerado de maior criticidade;
- Reforçar a avaliação da honorabilidade dos nossos fornecedores;
- Reforçar a comunicação sobre o Programa de Compliance.

4.3.1

Os valores, o código de conduta ética e o modelo de liderança que caracteriza a nossa cultura

Os valores e o código de conduta de ética são dois elementos nos quais se baseia a cultura da LEROY MERLIN. São estes elementos que definem a nossa forma de estar no mercado e o comportamento que os colaboradores devem ter com os outros stakeholders. Esta é a estrutura base na construção da cultura de Impacto Positivo

Com o intuito de orientar os nossos colaboradores sobre a forma como estes valores devem ser aplicados desenvolvemos um código de conduta ética.

Princípios do código de conduta ética

RESPEITO PELAS PESSOAS

- 1 Primeiro a segurança
- 2 Diversidade
- 3 Assédio e comportamento sexista
- 4 Proteção de dados pessoais
- 5 Conflitos de interesse

RESPEITO PELAS EMPRESA E PELO ECOSISTEMA

- 1 Convites e presentes
- 2 Corrupção e pagamentos de facilitação
- 3 Relação com fornecedores, prestadores de serviços e intermediários
- 4 Subsídios, patrocínios, lobbying
- 5 Combate à fraude

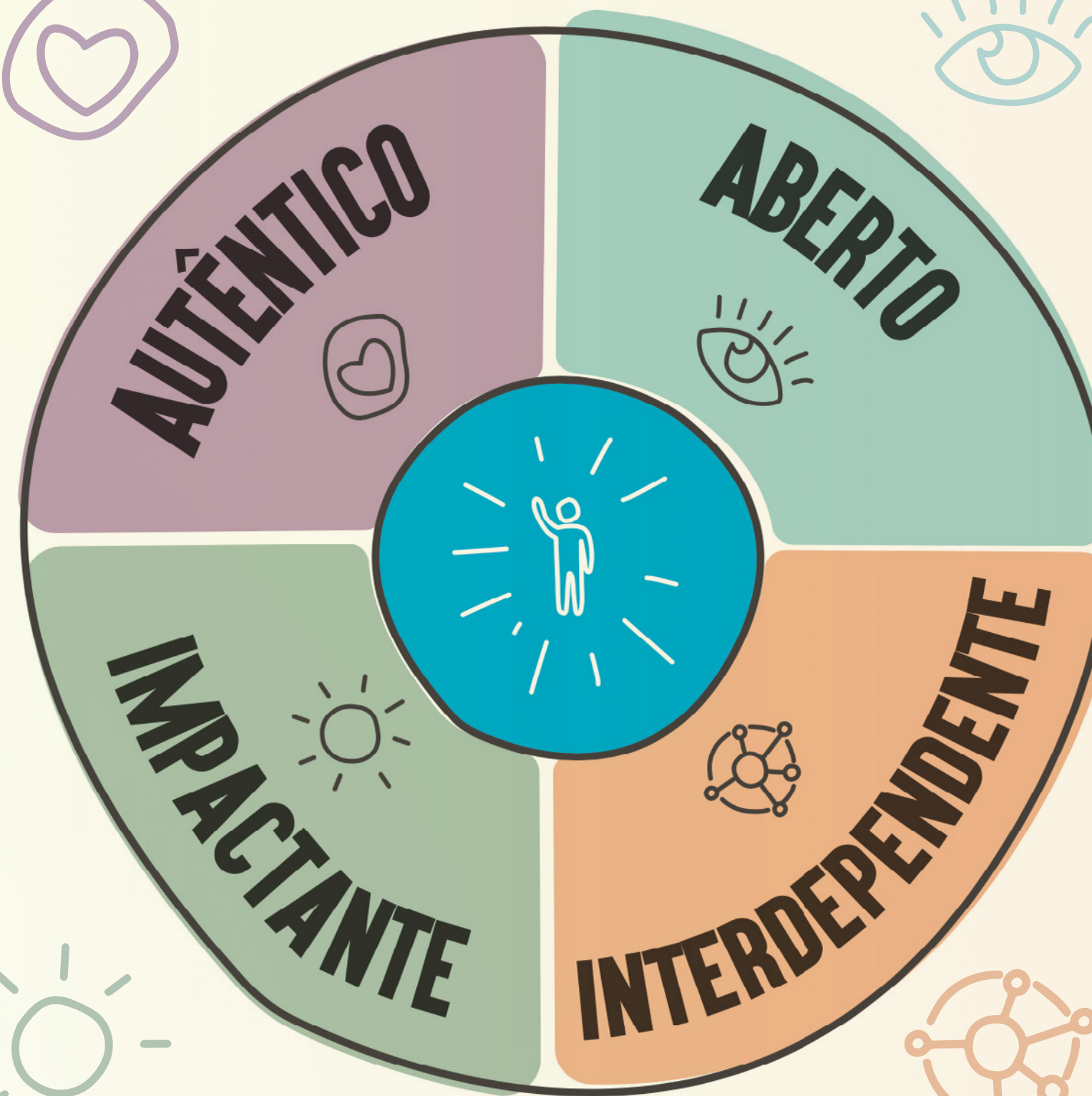


Os nossos valores são também os 4 eixos do nosso Modelo de Liderança, que olha para cada colaborador como um líder.

Na LEROY MERLIN, ser líder implica aderir a valores fundamentais e a uma cultura de colaboração, onde cada colaborador contribui para a melhoria sustentável do Habitat. O plano de desenvolvimento de cada elemento da equipa é fundamentado nos 4 quadrantes do modelo de liderança, sendo o fio condutor de todas as nossas ações na empresa. Acreditamos que as pessoas são o nosso capital mais importante, e é por esta razão que cada colaborador está implicado, como líder, na vida, no desenvolvimento e na prosperidade da empresa.

Ser líder na LEROY MERLIN significa aderir a uma base de valores sólida e a uma cultura de partilha, onde todos têm um papel na melhoria do habitat de forma sustentável.

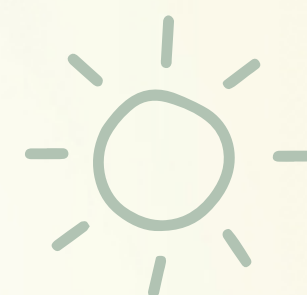
Somos autênticos na nossa entrega aos outros, conhecemos o nosso talento e capacidades, que oferecemos para criar novas possibilidades para as pessoas.



Geramos impacto com as nossas relações, pois transformamos a vida das pessoas e da sociedade. O nosso guia são as necessidades dos outros.



Geramos impacto com as nossas ações, pois transformamos a vida das pessoas e da sociedade. O nosso guia são as necessidades dos outros.



Evoluímos dentro de um ecossistema inter-relacionado, como agentes de mudança e criando valor em tudo o que nos rodeia.



Governance



Na nossa jornada rumo à empresa Plataforma Positiva, é essencial que permaneçamos ágeis e adaptáveis, alinhando-nos continuamente com as expectativas e regulamentações do mercado. Através de uma governance descentralizada e uma estrutura hierárquica plana, procuramos capacitar as nossas equipas para tomar decisões responsáveis e promover a iniciativa individual. A nossa governance está alinhada com nossa estratégia e é uma alavanca para os resultados.

Sébastien Bruchet

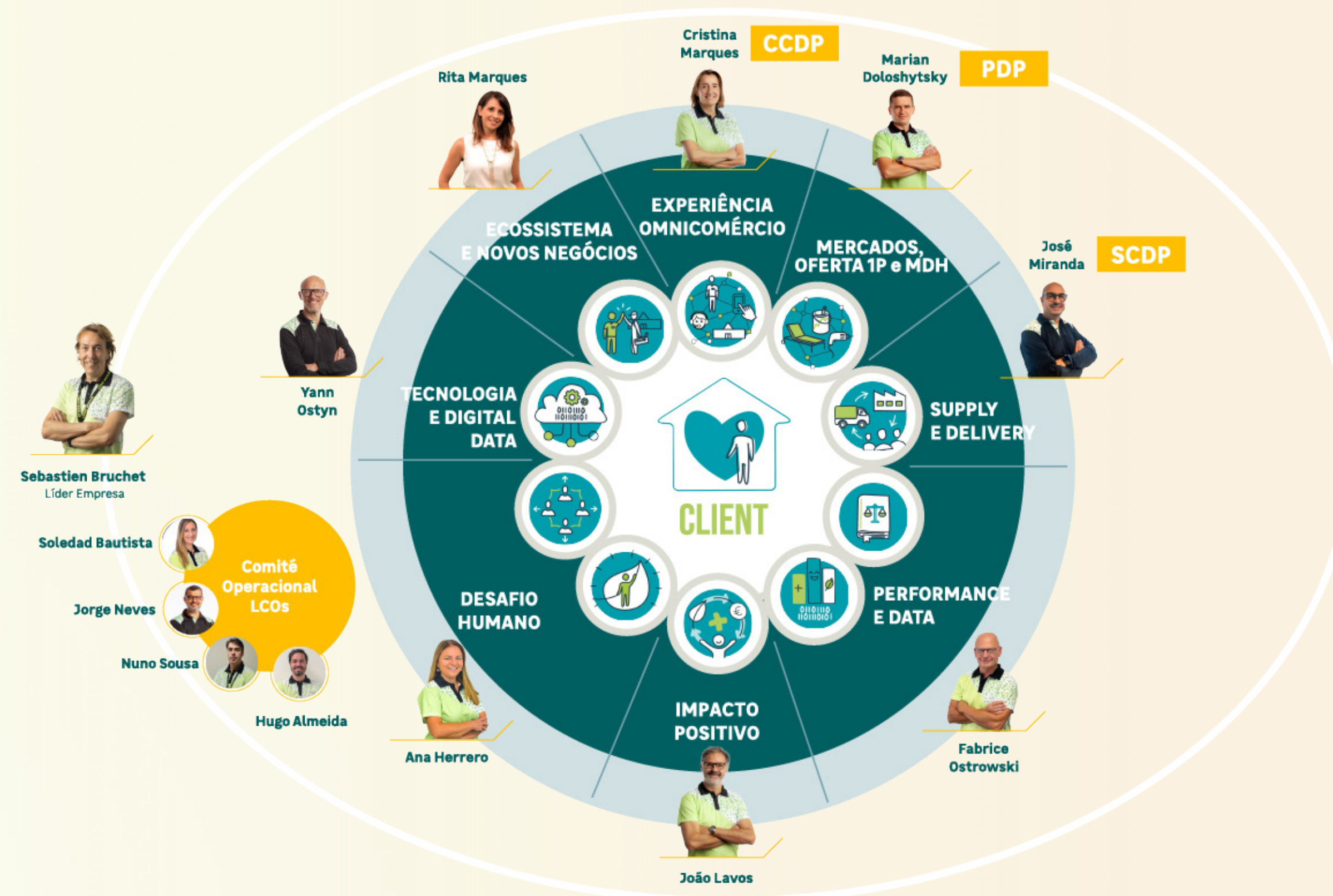
Líder de empresa

A evolução do nosso propósito e a adaptação do negócio ao ecossistema em que desenvolvemos a nossa atividade requer que a organização mude de forma a estar alinhada com a regulamentação e expectativas do mercado.

Continuamos organizados em Desafios, num modelo criado para acelerar o caminho rumo à empresa Plataforma. A nova governance continuou a promover, no nosso dia-a-dia, como princípios fundamentais, a descentralização das decisões, o incentivo à iniciativa individual, a responsabilização das equipas, a gestão participativa e uma estrutura hierárquica plana.

A liderança da empresa é assegurada pelo Comité Executivo LEROY MERLIN Portugal (COMEX). É constituído pelos Líderes de Desafio, que trabalham em estreita cooperação com o Grupo ADEO no desenvolvimento e na integração das Plataformas Digitais ADEO, e na consecução e animação da estratégia da empresa. Este é o fórum de alinhamento estratégico, de decisão e escuta bottom-up.

A suportar os Líderes Desafio e o COMEX, o Comité Operacional LEROY MERLIN Portugal (COPER) é o fórum de declinação operacional e feedback. Nele estão representadas as Operações e as áreas de suporte mais transversais (RH, Performance, Supply, E-Commerce, Impacto Positivo, cliente e Data).



Desafio experiência omnicomércio, ecossistema e novos negócios

Tem como missão o desenvolvimento e a animação do comércio online e comércio físico, sustentado numa abordagem verdadeira customer e data centric e numa visão omnicanal. Tem também como responsabilidade a promessa da nossa marca LEROY MERLIN, a estratégia de aquisição, acompanhamento e fidelização dos nossos clientes e a animação das comunidades.

Mercados e Oferta 1P e MDH

Este desafio tem como missão o desenvolvimento de estratégias de mercado sustentáveis e ao serviço de cada projeto habitante, garantindo a boa seleção e negociação da gama 1P para as nossas lojas físicas e loja online e a comercialização das nossas marcas próprias, uma alavanca importante para a rentabilidade do nosso negócio e que nos permite ganhar um lugar de exclusividade no mercado.

Desafio supply chain e delivery

Desde a produção até ao cliente final, passando pelas nossas lojas, armazéns e plataformas logísticas, o Desafio Supply Chain e Delivery tem como missão servir e disponibilizar a nossa oferta de forma cada vez mais rápida, ágil e ao menor custo. Coloca o cliente no centro das suas decisões ao garantir o cumprimento da promessa cliente (quando, como e onde quiser) e utiliza a data para antecipar e prever a atividade comercial, bem como para monitorizar a performance e rentabilidade do negócio.

Desafio performance e data

O Desafio da Performance e Data mantém a sua missão ao nível da execução do plano económico e dos objetivos. Tem ao seu dispor os mecanismos necessários para a medição e gestão da nossa capacidade de criação de valor, métodos de financiamento, investimentos, tesouraria, fiscalidade, auditoria, jurídico, compliance e risco e data

Desafio impacto positivo

O Desafio Impacto Positivo tem como missão a evolução da nossa empresa e do nosso negócio com o intuito de ter o propósito do Impacto Positivo enraizado em todas as nossas ações, coordenando a estratégia de Impacto Positivo e a sua operacionalização junto de cada um dos métiers. Terá como responsabilidade a gestão dos temas relacionados com o ambiente, definindo o caminho para a neutralidade carbónica, a responsabilidade social externa e o programa de voluntariado, bem como a economia circular, permitindo a nossa evolução para um negócio mais sustentável.

Desafio humano

Este desafio tem como missão o acompanhamento e desenvolvimento dos nossos 6.000 colaboradores, líderes de um futuro positivo. Tem como responsabilidade garantir a estratégia e as políticas de RH que acompanham a evolução do nosso modelo de negócio, nomeadamente no que diz respeito à nossa atratividade e posicionamento enquanto empregador responsável; à aquisição e desenvolvimento das competências críticas ao negócio, fazendo evoluir as nossas equipas rumo ao omnicomércio, customer centric, on-line first, data-driven e impacto positivo. É o garante da nossa cultura e valores e ao mesmo tempo, um promotor

e facilitador da mudança; é um animador das boas práticas e gestos de management e atua como um promotor da segurança e bem-estar de todos os colaboradores e regra geral, de uma experiência colaborador positiva. Funciona como promotor da produtividade, no design de estruturas optimizadas e através da promoção da inovação interna, melhoria contínua e processos optimizados.

Desafio tecnologia e digital data

Este desafio tem como missão o desenvolvimento da plataforma de sistemas de informação, da arquitetura global, das redes tech-cloud, dos produtos digitais, da cibersegurança e pela produção de data fiável e em tempo real, respondendo de forma proativa aos desafios da inovação digital. Terá como responsabilidade a análise da eficiência e a digitalização dos processos sempre que necessário. Acompanha de forma transversal a implementação das plataformas logísticas digitais comuns ADEO.





05

ANEXOS

5.1 Sobre o Relatório

5.2 Contéudos GRI



5.1 Sobre o Relatório

Este relatório apresenta o desempenho social, económico e ambiental da LEROY MERLIN Portugal em 2023, seguindo como referência os standards da Global Reporting Initiative (GRI) 2021. Tem como âmbito o período de 1 de janeiro a 31 de dezembro de 2023, e abrange 100% da nossa atividade em Portugal, física e digital (lojas, plataformas logísticas e serviços internos). O relatório apresenta as iniciativas e resultados gerados para os temas materiais de sustentabilidade. Neste anexo apresentamos informação sobre o processo de revisão da materialidade, assim como o Índice de Conteúdos GRI.

Abordagem de relacionamento com os stakeholders

Enquanto empresa plataforma, e com uma filosofia de gestão centrada no cliente e na criação de impacto positivo, a LEROY MERLIN Portugal reconhece a importância crítica dos seus stakeholders para o desenvolvimento do negócio e concretização da missão da empresa. O mapeamento de stakeholders da organização, cuja lista em seguida transcrevemos, decorre de um procedimento interno prévio, não consubstanciando o resultado de um processo realizado no âmbito do relatório de sustentabilidade. Nele estão identificados os stakeholders críticos, assim como os principais meios utilizados na comunicação entre a empresa e cada um deles.

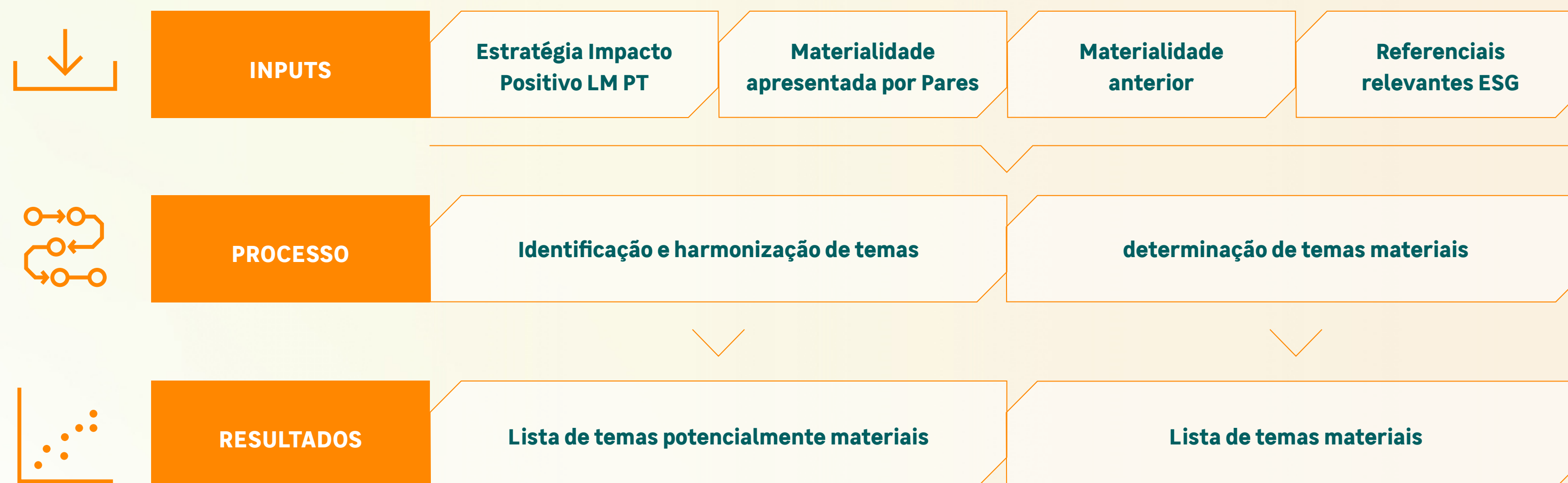
	COLABORADORES	CLIENTES	FORNECEDORES E PARCEIROS	CANDIDATOS	MEDIA	COMUNIDADE
leroymerlin.pt	●	●	●	●	●	●
leroymerlin.pt/recrutamento				●		●
Portais e sites internos LEROY MERLIN	●		●			
Rede Social interna (Workplace)	●					
Newsletter interna	●					
Televisões corporativas internas	●					
Televisões corporativas		●				
Redes Sociais: Facebook, LinkedIn, Youtube, Pinterest	●	●	●	●	●	●
Apps móveis	●	●				
Email e/ou SMS	●	●	●	●		
Participação em conferências e eventos setoriais			●	●	●	●
Press release e entrevistas		●	●	●	●	●
Inquéritos de satisfação	●	●				

Processo de revisão da materialidade

Em 2023 o processo de revisão da materialidade incluiu **três etapas**.

A primeira, denominada “Imputes”, incluiu o mapeamento e seleção das fontes de informação, de forma a assegurar a sua relevância estratégica, setorial e do contexto externo existente. Para além dos temas da estratégia Impacto Positivo, considerámos ainda como impute os temas materiais anteriores, os temas materiais dos pares analisados, e os temas relevantes dos seguintes referenciais SASB, S&P, WEF, NFRD/CSRD e GRI.

Na segunda fase, denominada de “Processo”, procedeu-se à harmonização de temas entre as fontes, obtendo-se a lista dos temas potencialmente materiais. A lista de temas materiais, que constitui o resultado deste exercício, foi determinada pelos seguintes critérios: pela seleção dos temas potencialmente relevantes, que estão diretamente associados aos compromissos da estratégia de impacto positivo, classificados como prioritários e/ou diferenciadores; e, adicionalmente, pelos temas do top 5 de cada fonte analisada.



Os **temas materiais**, que foram extraídos na terceira etapa, denominada “Resultados” estão associados a impactes dentro e fora da organização, e foram aprovados pelo responsável máximo de sustentabilidade da LEROY MERLIN Portugal. A lista de temas materiais não sofreu alteração face aos temas materiais do ano anterior.

TEMA MATERIAL	COMPROMISSO ESTRATÉGIA IMPACTO POSITIVO
Bem-estar e envolvimento do colaborador	Bem-estar e envolvimento do colaborador
	Solidariedade
Saúde e segurança no trabalho	Segurança
Diversidade, inclusão e igualdade de oportunidades	Diversidade
Alterações climáticas	Neutralidade do carbono
	Transportes
Gestão energética e de outros recursos	Edifícios
Gestão de resíduos	Resíduos
Produtos sustentáveis	Produtos positivos
	Eco-inovações
	Novos negócios
Economia circular	Produtos positivos
	Eco-inovações
	Novos negócios

TEMA MATERIAL	COMPROMISSO ESTRATÉGIA IMPACTO POSITIVO
Consumo responsável	Colaboradores promotores do habitat positivo
	Rotulagem de performance sustentável de produto
Parcerias locais e economia colaborativa	Pedagogia do melhor consumo
	Marketplace e circuitos curtos
	Criadores de gerações
	Emprego indireto
	Profissionais peritos do habitat
Investimento e apoio à comunidade	Solidariedade Local
Gestão responsável	Ética
Cibersegurança, privacidade e segurança de dados	
Práticas laborais, remuneratórias e condições de trabalho	Bem-estar e envolvimento com os colaboradores
Gestão de crises e emergências	Solidariedade
	Ética/Bem-estar e envolvimento com os colaboradores/Segurança/Solidariedade Local/Edifícios
Gestão da marca e do relacionamento com o cliente	Performance Sustentável/Novos negócios/Criadores de Gerações
Gestão da cadeia de abastecimento	Produtos positivos

COMPROMISSO	INDICADOR	UNIDADE	2019	2020	2021	2022	2023	VARIAÇÃO 21-22	VARIAÇÃO 22-23	VARIAÇÃO 20-23	META 2025
BEM-ESTAR E ENVOLVIMENTO DO COLABORADOR	Turnover	%	N.D.	7,90%	8,93%	14,40%	11,70%	5,47 pp	-2,7 pp	3,8 pp	N.D
	Horas de formação por colaborador	H	42,03	40	66	53,64	60,8	-18,73%	13,35%	52,00%	40
	Colaboradores que avaliam o seu bem-estar em 4 e 5 estrelas	%	N.D.	N.D.	N.D.	67,45%	64,00%	-	-3,45 pp	-	-
	Aulas de ginástica laboral	N.º	N.D.	N.D.	N.D.	571	1171	-	105,08%	-	-
	Sessões de fisioterapia	N.º	N.D.	N.D.	N.D.	444	4774	-	975,23%	-	-
	Sessões de bem-estar psicológico	N.º	N.D.	N.D.	N.D.	1281	2572	-	100,78%	-	-
BIODIVERSIDADE	Iniciativas de biodiversidade implementadas	N.º	N.D.	-	2	51	8	96,08%	-84,31%	-	-
	Colaboradores que participaram nas iniciativas de biodiversidade implementadas	N.º	N.D.	N.A.	mais de 620	643	88	-	-86,31%	-	-
	Árvores plantadas	N.º	N.D.	N.A.	421	767	1008	45,10%	31,42%	-	-
COLABORADORES PERITOS	Coletivo de vendedores formados na Academia de Atendimento e Vendas (Zona de Vida Algarve e Ilhas)	%	N.D.	13,66%	16,17%	30,02%	16,17%	30,02%	13,85 pp	30,00%	13,85 pp
	Colaboradores peritos da sua atividade	%	13,7	16,20%	30%	30%	30%	-	0 pp	-13,4 pp	-

Nota 2: Células preenchidas a cinzento significam que não foram utilizadas na tabela KPIs de 2022.



COMPROMISSO	INDICADOR	UNIDADE	2019	2020	2021	2022	2023	VARIAÇÃO 21-22	VARIAÇÃO 22-23	VARIAÇÃO 20-23	META 2025
COLABORADORES PROMOTORES DO HABITAT POSITIVO	Colaboradores formados sobre a Estratégia de Impacto Positivo ADEO	N.º	N.D.	2869	4458	4805	5396	7,78%	12,30%	88,08%	-
	Nº de colaboradores com CV IP concluído (n.º colaboradores que participaram na formação de e-learning sobre Impacto Positivo)	N.º	N.D.	N.A.	2341	3984	4313	70,18%	8,26%	-	-
	Horas da formação de e-learning sobre Impacto Positivo frequentadas, em média, por colaborador	N.º	N.D.	N.A.	3,13	3,13	2,21	0,00%	-29,39%	-	-
	Colaboradores com CV Impacto Positivo concluído	%	N.D.	N.A.	42,16%	69,41%	73,25%	27,25 pp	3,84 pp	-	100,00%
CONTRIBUIDORES DE EMPREGOS INDIRETOS	Colaboradores de fornecedores que exercem a sua atividade na LEROY MERLIN, ou em parceria com a LEROY MERLIN	N.º	N.D.	562	832	889	932	6,85%	4,84%	65,84%	N.D.
	Empresas fornecedoras e parceiras incluídas na cadeia de fornecimento da LEROY MERLIN	N.º	N.D.	N.D.	3195	4096	4731	28,20%	15,50%	-	N.D.
	Empresas fornecedoras e parceiras incluídas na cadeia de fornecimento da LEROY MERLIN - Fornecedores Nacionais	N.º	N.D.	N.D.	2329	2760	3091	18,51%	11,99%	-	N.D.
	Empresas fornecedoras e parceiras incluídas na cadeia de fornecimento da LEROY MERLIN - Fornecedores Ibéricos	N.º	N.D.	N.D.	623	883	970	41,73%	9,85%	-	N.D.
	Empresas fornecedoras e parceiras incluídas na cadeia de fornecimento da LEROY MERLIN - Fornecedores Internacionais	N.º	N.D.	N.D.	243	453	453	86,42%	0,00%	-	N.D.



COMPROMISSO	INDICADOR	UNIDADE	2019	2020	2021	2022	2023	VARIAÇÃO 21-22	VARIAÇÃO 22-23	VARIAÇÃO 20-23	META 2025
CRIADORES DE GERAÇÕES	Workshops realizados	N.º	N.D.	310	10	96	982		936,46%		
	Sessões de Lives Streaming Workshops Mãos à Obra	N.º	0	42	63	5	11	-92,06%	120,00%	-73,81%	-
	Visualizações dos LIVE STREAMING Workshops Mãos à Obra	N.º	0	272061	286471	35327	75800	-87,67%	114,57%	-72,14%	-
	Pessoas formadas nos workshops sustentáveis	N.º	N.D.	N.D.	N.D.	1112	2395	-	115,38%	-	-
	Cientes formados	N.º	N.D.	N.D.	N.D.	421	13 699	-	3153,92%	-	-
DIGITAL DATA	Equipamentos com aumento de vida útil (exceto mobilidade)	%	0	15%	20%	104%	-	84, pp	N.D.	-	-
	Resíduos de equipamentos informáticos encaminhados para reciclagem/reutilização	%	N.D.	100%	100%	100%	-	-	N.D.	-	-
DIVERSIDADE E INCLUSÃO	Colaboradores	N.º	N.D.	4 952,00	5 661,00	5 728,00	6 093	1,18%	6,37%	23,04%	-
	Contratações resultantes de recrutamento externo	N.º	N.D.	N.D.	N.D.	1 446,00	1 468	-	1,52%	-	-
	Contratações resultantes de recrutamento interno	N.º	N.D.	N.D.	N.D.	786,00	-	-	-	-	-
	Percentagem de Mulheres na direção geral (CODIR)	%	N.D.	27%	27%	16,67%	25,00	-10,33 pp	8,33 pp	-2, pp	
	Percentagem de Mulheres com cargos de direção	%	N.D.	40%	41%	42%	44,00	1 pp	2, pp	4, pp	40,00%



COMPROMISSO	INDICADOR	UNIDADE	2019	2020	2021	2022	2023	VARIAÇÃO 21-22	VARIAÇÃO 22-23	VARIAÇÃO 20-23	META 2025
DIVERSIDADE E INCLUSÃO	Colaboradores	N.º	N.D.	4 952,00	5 661,00	5 728,00	6 093	1,18%	6,37%	23,04%	-
	Contratações resultantes de recrutamento externo	N.º	N.D.	N.D.	N.D.	1 446,00	1 468	-	1,52%	-	-
	Contratações resultantes de recrutamento interno	N.º	N.D.	N.D.	N.D.	786,00	-	-	-	-	-
	Percentagem de Mulheres na direção geral (CODIR)	%	N.D.	27%	27%	16,67%	25,00	-10,33 pp	8,33 pp	-2, pp	-
	Percentagem de Mulheres com cargos de direção	%	N.D.	40%	41%	42%	44,00	1 pp	2, pp	4, pp	40,00%
	Mulheres com cargos de direção estratégicos	%	N.A.	N.A.	-%	33,71%	34,60%	-	0,89 pp	-	40,00%
	Percentagem de colaboradores com deficiência	%	N.D.	0,24%	0,41%	0,47%	0,83	0,06 pp	0,36 pp	0,59 pp	2,00%
	Percentagem de Mulheres na empresa	%	N.D.	47%	48%	48%	48	-	0 pp	1 pp	-
	Colaboradores - mulheres	%	N.D.	47,40%	47,90%	48,17%	47,91%	0,27 pp	-0,26 pp	0,5 pp	-
	Colaboradores - homens	%	N.D.	52,60%	52,10%	51,83%	52,09%	-0,27 pp	0,26 pp	-0,5 pp	-
	Colaboradores - menos de 25 anos	%	N.D.	12,56%	12,67%	10,49%	-	-2,18 pp	-	-	-
	Colaboradores - entre 25 e 34 anos	%	N.D.	40,25%	40,56%	40,17%	-	-0,39 pp	-	-	-
	Colaboradores - entre 35 e 44 anos	%	N.D.	34,16%	33,30%	34,03%	-	0,73 pp	-	-	-
	Colaboradores - entre 45 e 54 anos	%	N.D.	11,35%	11,84%	13,32%	-	1,48 pp	-	-	-



COMPROMISSO	INDICADOR	UNIDADE	2019	2020	2021	2022	2023	VARIAÇÃO 21-22	VARIAÇÃO 22-23	VARIAÇÃO 20-23	META 2025
DIVERSIDADE E INCLUSÃO	Colaboradores - entre 55 e 64 anos	%	N.D.	1,65%	1,63%	1,99%	-	0,36 pp	-	-	-
	Colaboradores - mais de 65 anos	%	N.D.	0,02%	0,02%	0%	-	-0,02 pp	-	-	-
	Colaboradores - menos de 20 anos	%	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0,4	-	-	-	-
	Colaboradores - entre 20 e 30 anos	%	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	25,9	-	-	-	-
	Colaboradores - entre 30 e 40 anos	%	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	39,7	-	-	-	-
	Colaboradores - entre 40 e 50 anos	%	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	26,9	-	-	-	-
	Colaboradores - entre 50 e 60 anos	%	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	6,5	-	-	-	-
	Colaboradores - mais de 60 anos	%	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0,6	-	-	-	-
	Nacionalidades na empresa	N.º	N.D.	N.D.	22	25	25	13,64%	0,00%	-	-
EDIFÍCIOS	Consumo de eletricidade rede	KWh	N.D.	31345559	31693836	33212257	33375274	4,79%	0,49%	6,48%	-
		GJ	N.D.	112844,01	114097,81	119564,13	120150,99	4,79%	0,49%	6,48%	-
	Consumo de fotovoltaico	KWh	N.D.	965482	2272890	3902800	3556233	71,71%	-8,88%	268,34%	-
		GJ	N.D.	3475,74	8182,40	14050,08	12802,44	71,71%	-8,88%	268,34%	-
	Consumo de eletricidade total	KWh	N.D.	32311041	33966726	37115057	36931507	9,27%	-0,49%	14,30%	-
		GJ	N.D.	116319,75	122280,21	133614,21	132953,43	9,27%	-0,49%	14,30%	-
	Consumo de eletricidade específico Consumo de eletricidade/m²	KWh/m²	N.D.	105,1	102,1	109,72	88,43	7,46%	-19,40%	-15,86%	-
	Consumo de energia total	GJ	N.D.	116394,25	122890,48	134309,96	133467,85	9,29%	-0,63%	14,67%	-



COMPROMISSO	INDICADOR	UNIDADE	2019	2020	2021	2022	2023	VARIAÇÃO 21-22	VARIAÇÃO 22-23	VARIAÇÃO 20-23	META 2025
EDIFÍCIOS	Evolução do consumo total de eletricidade face ao ano anterior	%	N.D.	N.D.	5,12%	8,48%	-0,49%	3,36 pp	-8,97 pp	-	-
	Evolução no consumo energia/m ²	%	N.D.	N.D.	-2,94%	7,46%	-19,40%	10,4 pp	-26,8 pp	-	-
	Eletricidade evitada adquirir (Consumo proveniente de autoprodução fotovoltaica (= a eletricidade que evitou ser adquirida à rede = autoconsumo))	KWh	N.D.	965482	2272890	3463866	3556233	52,40%	2,67%	268,34%	-
	Eletricidade produzida (consumo + injetada na rede)	KWh	N.D.	1153148	2663769	3902800	4113380	46,51%	5,40%	256,71%	-
	Custo de aquisição de eletricidade	Milhões de Euros	N.D.	4,7	4,4	8,1	3,8	83,91%	-53,50%	-20,17%	-
	Consumo de gás	m ³ /m ²	N.D.	1,93	15,8	18,0	13,33	14,01%	-26,06%	590,52%	-
		GJ/m ²	N.D.	74,50	610,27	695,75	514,42	14,01%	-26,06%	590,52%	-
	% lojas GSB com Gestão Técnica Centralizada (lojas elegíveis)	%	33,33	37,5	44,44	44,44%	15,69%	-	-28,7 pp	-99,58%	-
	Novas Instalações com Gestão Técnica Centralizada em GSB	Un.	1	1	2	0	0	-	-	-100,00%	-
	Eletricidade verde consumida (Eletricidade consumida com origem em fontes renováveis: rede + autoprodução; lojas e serviços internos)	%	N.D.	N.D.	91%	90,36%	90,50%	-0,64 pp	0,14 pp	-	-
Instalações em propriedade com autoconsumo	%	14,29%	40%	47,06%	58,82%	58,82%	11,76 pp	-	18,8 pp	-	



COMPROMISSO	INDICADOR	UNIDADE	2019	2020	2021	2022	2023	VARIAÇÃO 21-22	VARIAÇÃO 22-23	VARIAÇÃO 20-23	META 2025
EDIFÍCIOS	Novas instalações em propriedade com produção de energia para autoconsumo	N.º	2	4	2,00	2,00	0	-	-100,00%	-100,00%	-
	Instalações com Postos de Carregamento de Veículos Elétricos (lojas em propriedade)	%	28,57%	40%	35,29%	70,59%	70,59%	35,3 pp	-	30,6 pp	-
	Novas Instalações com Postos de Carregamento de Veículos Elétricos (lojas em propriedade)	N.º	1	2	0	6	0	-	-100,00%	-100,00%	-
	Consumo de água, por área dos estabelecimentos	m³/m²	0,239	0,234	0,2	0,2	0,21	-	6,53%	-8,95%	-
ÉTICA	Colaboradores formados no Código de Conduta Ética	%	89,35%	91,42%	91,60%	97,58%	86,00	5,98 pp	-11,58 pp	8508,58 pp	100,00%
		N.º	4 338	4 527	5 139	5 601	5 058	8,99%	-9,69%	11,73%	-
	Colaboradores com acesso ao Canal Whispli	%	100,00%	100,00%	100,00%	100%	100	-	-	9900 pp	-
	Colaboradores formados em proteção de dados	%	N.D.	90,00%	90,00%	94,60%	78	4,6 pp	-16,6 pp	-12 pp	-
	Nº de denúncias/alertas recebidos através do Canal Whispli	N.º	N.D.	N.D.	14	24	33	71,43%	37,50%	-	-
	Respostas em 30 dias a pedidos de Clientes sobre privacidade de dados	%	N.D.	95	88	N.D.	22	-	-	-73 pp	-
	N.º de de casos de quebra de privacidade de dados (N.º)	N.º	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	1	-	-	-	-



COMPROMISSO	INDICADOR	UNIDADE	2019	2020	2021	2022	2023	VARIAÇÃO 21-22	VARIAÇÃO 22-23	VARIAÇÃO 20-23	META 2025
NEUTRALIDADE CARBÔNICA	Emissões de âmbito 1	t CO ₂ e	1451	911	1445	1836,00	1927	27,06%	4,96%	111,53%	-50% face em 2035, face a 2021
	Emissões de âmbito 2	t CO ₂ e	12 251	14 980	10 799	6 111,00	5621	-43,41%	-8,02%	-62,48%	-50% face em 2035, face a 2021
	Emissões de âmbito 3	t CO ₂ e	463 046	377 505	1829 942	1908263,00	1767444	4,28%	-7,38%	368,19%	-50% face em 2035, face a 2021
	Emissões totais/Pegada de Carbono	t CO ₂ e	476 747	393 396	1842186	1916 210	1774992	4,02%	-7,37%	351,20%	-50,00%
NOVOS NEGÓCIOS	Lojas com serviço de aluguer de ferramentas (total de 46 lojas)	N.º	6	6	5	5	5	0,00%	0,00%	-16,67%	2024 + 5 lojas 2025 + 5 lojas
		N.º	10 237	9 846	9 879	9 483	10 011	-4,01%	5,57%	1,68%	-
	Equipamentos alugados	%	24,00%	28,00%	23,00%	9,22%	-	-13,78 pp	-	-	-
	Taxa crescimento em processos pós-venda	%	14,72%	-0,8	6,84%	9,92%	10,06%	3,08 pp	0,14 pp	90,06 pp	10%
	Taxa crescimento de valor de vendas aluguer de ferramentas	%	N.D.	N.D.	N.D.	1,20%	4,65%	-	3,45 pp	-	10%
	Faturação de produtos circulares	%	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	0,10%	-	-	-	25%
	Faturação de serviços circulares	%	100,00%	100,00%	100,00%	100%	100	-	-	9900 pp	-
	Faturação do projeto dos Quase Perfeitos (QP)	€	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	23 277 €	-	-	-	-



COMPROMISSO	INDICADOR	UNIDADE	2019	2020	2021	2022	2023	VARIAÇÃO 21-22	VARIAÇÃO 22-23	VARIAÇÃO 20-23	META 2025
NOVOS NEGÓCIOS	Artigos vendidos QP	N.º	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	938		-		
	Clientes QP	N.º	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	729		-		
	PVP médio dos artigos vendidos QP	€	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	24,82 €		-		
	Carrinho médio dos artigos vendidos QP	€	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	31,93 €		-		
	Índice de recuperação das quebras do projeto QP	%	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	8,42%		-		
	Índice de revenda dos artigos do projeto QP	%	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	37,20%		-		
	Crescimento de vendas do serviço de Aluguer Profissional	%	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	10,06%		-		
	Taxa de Reparação LMPT - Marca da Casa (MDH)	%	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	78,7%		-		
	Faturação do serviço de Aluguer MDH	€	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	3134€		-		
	Alugueres MDH	N.º	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	263		-		
	Valor do stock expedido através do armazém de mobiliário técnico	€	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	1435 607,88 €		-		
	Paletes reconcionadas	N.º	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	38501		-		
	Quantidade de paletes reconcionadas	tonelada	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	1684		-		
	Custo evitado do reconcionamento das paletes	€	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	600 352 €		-		



COMPROMISSO	INDICADOR	UNIDADE	2019	2020	2021	2022	2023	VARIAÇÃO 21-22	VARIAÇÃO 22-23	VARIAÇÃO 20-23	META 2025
PEDAGOGIA DO MELHOR CONSUMO	Reputação CSR	pp	N.D.	70,3	70,9	70,6	65,4	-0,3 pp	-5,2 pp	-4,9 pp	73 pp
	Pedagogias relacionadas com produtos (campanhas comerciais relacionadas com objetivos de sustentabilidade)	N.º	N.D.	N.D.	5	7	3	40%	-57,14%	-	-
PERFORMANCE	Evolução dos Clientes	%	N.D.	-5,40%	5,60%	-1,60%	5,3	-7,2 pp	531,6 pp	535,4 pp	-
	Crescimento de novos Clientes com cartão da casa	%	N.D.	82,70%	32,60%	18,60%	20,3	-14, pp	2011,4 pp	1947,3 pp	-
	Crescimento dos canais de venda não-físicos	%	N.D.	170,94%	44,96%	13,86%	13,30%	-31,1 pp	-0,56 pp	-157,64 pp	-
	N.º de aberturas - lojas	N.º	N.D.	N.D.	4	1	0	-75,00%	-100,00%	-	-
	N.º de transformações - lojas	N.º	N.D.	N.D.	14	1	2	-92,86%	100,00%	-	-
	N.º de fechos - lojas	N.º	N.D.	N.D.	3	2	1	-33,33%	-50,00%	-	-
	Volume de negócios	€	N.D.	N.D.	781624 574 €	878 006 097 €	939 333 296	12,33%	6,98%	-	-
	Investimento em formação	€	N.D.	N.D.	1182 457 €	1370 481 €	1459 060	15,90%	6,46%	-	-
	Impostos	€	N.D.	N.D.	21248192 €	24 778158 €	€19 959135	16,61%	-19,45%	-	-
	Valor de compras (produtos & Serviços) a fornecedores nacionais (Com NIF Português)	%	N.D.	N.D.	50,70%	55,40%	40%	4,7 pp	-15,4 pp	-	-
Donativos	€	N.D.	200 000 €	298 000 €	215 580 €	24 862 368 €	-27,66%	11432,78%	12331,18%	-	



COMPROMISSO	INDICADOR	UNIDADE	2019	2020	2021	2022	2023	VARIAÇÃO 21-22	VARIAÇÃO 22-23	VARIAÇÃO 20-23	META 2025
PRODUTOS POSITIVOS	Referências com madeira certificada	%	N.D.	87,00%	99,00%	98,00%	96,00%	-1 pp	-2, pp	9, pp	-
	Venda de produtos positivos nas vendas totais	%	N.A.	N.A.	N.A.	55,70%	76,82%	-	21,12 pp	-	80,00%
	Referências positive products na gama total LEROY MERLIN	N.º	N.A.	N.A.	N.A.	75350	133602	-	77,31%	-	-
	Colaboradores formados sobre Produtos Positivos	N.º	N.A.	N.A.	1934	3984	4898	106,00%	22,94%	-	-
	Elementos da equipa Oferta IP e MDH, formados sobre Eco-opções	%	N.D.	70,00%	100,00%	100%	47%	0 pp	-53,00%	-23 pp	-
	Fornecedores com política de madeira assinada	%	N.D.	60,00%	90,00%	81%	79%	-9, pp	-2, pp	19, pp	-
	Vendas de produtos produzidos ou transformados em Portugal	%	N.D.	N.D.	12,00%	17%	16	5, pp	-1 pp	-	-
	Fornecedores portugueses avaliados em responsabilidade social (método: questionário de auto avaliação)	%	N.D.	N.D.	38,00%	63,37%	84%	25,37 pp	20,63 pp	-	-
	Fornecedores portugueses avaliados em responsabilidade social (método: questionário de auto avaliação)	N.º	N.D.	N.D.	449	609	1069	35,63%	75,53%	-	-
	Fornecedores locais com código compra responsável assinado	%	N.D.	N.D.	N.D.	92,00%	78,34%	-	-13,66 pp	-	100,00%
PDM vendas de produtos eficiência, elegíveis ao progama de apoio edificios sustentáveis, do Fundo Ambiental	%	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	0,17%	-	-	-	-	



COMPROMISSO	INDICADOR	UNIDADE	2019	2020	2021	2022	2023	VARIAÇÃO 21-22	VARIAÇÃO 22-23	VARIAÇÃO 20-23	META 2025
PROFISSIONAIS ESPECIALIZADOS HABITAT	Empresas de serviços de instalação	N.º	N.D.	307	409	355	440	-13,20%	23,94%	43,32%	-
	NPS Instaladores	-	N.D.	N.D.	N.D.	46	47	-	2,17%	-	55
	N.º total de Clientes profissionais	N.º	N.D.	N.D.	18324	28072	32 698	53,20%	16,48%	-	-
	N.º profissionais formados (somatórios das seguintes linhas, se for possível)	N.º	N.D.	N.D.	20	180	470,00	800,00%	161,11%	-	-
	N.º profissionais formados através de ações de formação	N.º	N.D.	N.D.	20	180	470,00	800,00%	161,11%	-	-
RESÍDUOS	Quantidade total de resíduos produzidos	ton	12847	12575	15729	14751	19228,71	-6,21%	30,35%	52,91%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: indiferenciados	ton	3871	3838	3916	3615	3970,38	-7,67%	9,82%	3,44%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: inertes	ton	2957	2655	3113	3028	327,22	-2,72%	-89,20%	-87,68%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: madeira	ton	3765	3832	5586	5260	2575,99	-5,83%	-51,03%	-32,77%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: papel/ cartão	ton	1408	1515	2016	2117	8165,18	5,03%	285,72%	439,06%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: plástico	ton	134	161	242	279	180,15	14,89%	-35,31%	11,62%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: resíduos elétricos	ton	50	27	15	22	3473,34	43,80%	16002,64%	12764,22%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: metal	ton	419	220	409	115	111,37	-71,91%	-3,15%	-49,40%	-
Quantidade de resíduos - fileira: tintas/ vernizes	ton	50	43	75	56	398,08	-25,86%	614,04%	832,27%	-	



COMPROMISSO	INDICADOR	UNIDADE	2019	2020	2021	2022	2023	VARIAÇÃO 21-22	VARIAÇÃO 22-23	VARIAÇÃO 20-23	META 2025
RESÍDUOS	Quantidade de resíduos - fileira: outros não perigosos	ton	193	269	304	250	27	-17,73%	-89,19%	-89,95%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: outros perigosos	ton	193	16	53	10	20	-81,36%	103,25%	27,39%	-
	Quantidade de resíduos corretamente separados	ton	8977	8737	11813	11136	13951	-5,73%	25,28%	59,68%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: inertes	ton	2957	2655	3113	3028	3220	-2,72%	6,33%	21,27%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: madeira	ton	3765	3832	5586	5260	7504	-5,83%	42,65%	95,85%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: papel/ cartão	ton	1408	1515	2016	2117	2197	5,03%	3,79%	45,05%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: plástico	ton	134	161	242,4	279	279	14,89%	0,18%	72,86%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: resíduos elétricos	ton	50	27	15	22	133	43,80%	516,60%	392,59%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: metal	ton	419	220	409	115	188	-71,91%	63,49%	-14,58%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: tintas/ vernizes	ton	50	43	75	56	111	-25,86%	99,10%	159,95%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: outros não perigosos	ton	193	269	304	250	299	-17,73%	19,74%	11,32%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: outros perigosos	ton		16	53	10	20	-81,36%	103,25%	27,39%	-
	Taxa de triagem	%	69,90%	69,50%	75,10%	75,50%	79,50%	0,4 pp	4, pp	14,39%	85%



COMPROMISSO	INDICADOR	UNIDADE	2019	2020	2021	2022	2023	VARIAÇÃO 21-22	VARIAÇÃO 22-23	VARIAÇÃO 20-23	META 2025
RESÍDUOS	Resíduos produzidos	ton	12847,2	12575,3	15728,6	14751,16	17 488,08	-6,21%	18,55%	39,07%	-
	Taxa de resíduos específica	ton resíduos produzidos/vendas	15,94	14,94	16,57	13,91	15,57	-16,05%	11,96%	4,26%	-
	Evolução da produção de resíduos na nossa atividade	%	N.D	N.D	+25%	-6%	30,35%	-31 pp	36,3 pp	-	-15,00%
SATISFAÇÃO DO CLIENTE	NPS Cliente	-	N.D.	N.D.	42	58	49	16	-9	-	60
SEGURANÇA	Número de acidentes de trabalho dos colaboradores, com dias perdidos, para o período de referência	N.º	192	186	200	113	112	-43,50%	-0,88%	-39,78%	-
	Número de dias perdidos devido a acidentes de trabalho, durante o período	Dias	3706	4091	4950	3711	3421	-25,03%	-7,81%	-16,38%	-
	Índice de frequência de acidentes	Nº de acidentes por milhão de horas trabalhadas	23,43	22,87	21,01	11,63	11,11	-44,65%	-4,47%	-51,42%	5
	Índice de gravidade de acidentes	Nº de dias perdidos por mil horas trabalhadas	0,45	0,5	0,52	0,38	0,34	-26,92%	-10,53%	-32,00%	-
	Planos de ação de segurança	N.º	N.D.	N.D.	63	63	72	0,00%	14,29%	-	-



COMPROMISSO	INDICADOR	UNIDADE	2019	2020	2021	2022	2023	VARIAÇÃO 21-22	VARIAÇÃO 22-23	VARIAÇÃO 20-23	META 2025
SOLIDARIEDADE INTERNA	Apoio a colaboradores (vales de Natal)	€	N.A.	400000	563 250,00 €	707 625,00 €	400 000 €	25,63%	-43,47%	-	-
	Colaboradores apoiados em situação de emergência (habitacional, saúde, educação, alimentar, ...)	N.º	N.D.	ND	7	ND	20	-	-	-	-
	Investimento da empresa para melhoria do habitat de todos os colaboradores (habitacional, saúde, educação, alimentar, vales temáticos ...)	€	N.D.	N.D.	21000,00 €	ND	60 000,00 €	-	-	-	-
	Desconto adicional em Produtos Positivos	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	25,00 €	175,00 €	-	600,00%	-	-
	Apoio a colaboradores (vales Regresso às Aulas)	€	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	78 000,00 €	-	-	-	-
	Colaboradores do Universo ADEO apoiados pelo Fundo Solidário ADEO	N.º	N.D.	N.D.	N.D.	51	147	-	188,24%	-	-
SOLIDARIEDADE LOCAL	Número de colaboradores que participam em ações de voluntariado	N.º	N.D.	34	1479	4704	2037	218,05%	-56,70%	1176370,59%	-
	Número de dias de voluntariado corporativo	N.º	N.D.	53	1935	2832	3089	46,36%	9,07%	5728,30%	1 dia/colaborador
	Valor das doações feitas pelas nossas lojas à comunidade local	€	N.D.	199 869,00 €	298 317,90 €	215 580,00 €	248 623,68 €	-27,73%	15,33%	24,39%	-



COMPROMISSO	INDICADOR	UNIDADE	2019	2020	2021	2022	2023	VARIAÇÃO 21-22	VARIAÇÃO 22-23	VARIAÇÃO 20-23	META 2025
TRANSPORTES	Taxa de ocupação de camiões (BtoB armazém-loja; nº paletes/carro)	%	N.D.	96,12%	97,00%	97,00%	117%	-	-95,83 pp	20,88 pp	-
	Viaturas EURO 5 e EURO 6 e viaturas movidas a gás (reflete apenas o último trimestre de 2020) - EURO IV	%	N.D.	N.D.	0,00%	0,53%	0,00%	0,53 pp	-0,53 pp	-	-
	Viaturas EURO 5 e EURO 6 e viaturas movidas a gás (reflete apenas o último trimestre de 2020) - EURO V	%	N.D.	N.D.	19,00%	14,97%	12,50%	-4,03 pp	-14,845 pp	-	-
	Viaturas EURO 5 e EURO 6 e viaturas movidas a gás (reflete apenas o último trimestre de 2020) - EURO V	%	N.D.	N.D.	79,00%	82,35%	84,00%	3,35 pp	-81,51 pp	-	-
	Viaturas EURO 5 e EURO 6 e viaturas movidas a gás (reflete apenas o último trimestre de 2020) - GNL	%	N.D.	N.D.	2,00%	2,14%	2,00%	0,14 pp	-2,12 pp	-	-
	Kms transportadas em veículos a gás - B2B Plataforma/entrepoto - lojas	Km	N.D.	N.D.	22400	85397	376 478	281,24%	340,86%	-	-

5.2 Contéudos GRI

Índice de conteúdos da Global Reporting Initiative (GRI)

Este Relatório de Sustentabilidade constitui uma demonstração dos impactos gerados pela nossa atividade, utilizando como referência os princípios para o relato e as divulgações gerais da Global Reporting Initiative (GRI) 2021, assim como algumas das suas divulgações específicas.

Para os nossos temas materiais, optámos, no caso de temáticas não consideradas pelo GRI, por utilizar os nossos próprios indicadores de desempenho (KPI). Os KPIs divulgados neste relatório são utilizados para, internamente, avaliarmos o nosso desempenho de sustentabilidade, e a evolução que a empresa está a fazer em matéria de sustentabilidade face às metas estabelecidas.

A definição dos KPIs é um processo colaborativo com a participação de diversas áreas funcionais da organização. A colaboração ativa dos diversos Desafios da empresa é um princípio adotado em todas as fases da construção da estratégia de Impacto Positivo. A participação ativa e o envolvimento de uma vasta equipa de profissionais de distintos desafios/áreas funcionais da empresa foi determinante no processo de formulação dos compromissos, metas e indicadores de desempenho.

Declaração de utilização	A LEROY MERLIN Portugal reporta com referências às Normas GRI 2021, para o período de 1 Janeiro a 31 de Dezembro de 2023.
GRI 1 utilizado	GRI 1: Foundation 2021
Normas setoriais GRI aplicáveis	Não aplicável



STANDARD GRI	DIVULGAÇÃO	LOCALIZAÇÃO / RESPOSTA DIRETA
DIVULGAÇÕES GERAIS		
1. A Organização e as suas práticas de reporte		
	2-1 Perfil da Organização	A LEROY MERLIN Portugal assume a forma jurídica de uma Sociedade Anónima, com a denominação legal de BCM - Bricolage S.A.. Tem sede na Rua Quinta do Paizinho, n.º10 – 12 Código 2790 - 237 Carnaxide. A atuação desta sociedade tem como âmbito geográfico Portugal.
	2-2 Entidades incluídas no reporte de sustentabilidade da organização	Este relatório inclui as atividades da LEROY MERLIN no mercado português, que coincidem com o âmbito de atividade da BCM - Bricolage S.A., e da respetiva prestação de contas financeiras.
	2-3 Período do relatório, frequência e ponto de contacto	A LEROY MERLIN Portugal publica o seu relatório de sustentabilidade anualmente. Este relatório abrange o período de 1 de janeiro a 31 de dezembro de 2023. Este período coincide com o período de prestação de contas financeiras às autoridades portuguesas. Os pedidos de esclarecimentos ou questões sobre o relatório de sustentabilidade devem ser endereçadas para: impacto.positivo@leroymerlin.pt
	2-4 Reformulações de informação	Sempre que aplicável, as reformulações de informações são mencionadas junto à informação reportada
	2-5 Assurance externa	Este relatório não foi objeto de um processo de verificação externo
2. Atividades e colaboradores		
	2-6 Atividades, cadeia de valor e outras relações comerciais	"A informação sobre as atividades é disponibilizada nas páginas 12 a 16 . A cadeia de valor da LEROY MERLIN Portugal é caracterizada na secção representação da atividade, na página 19 , e nas secções do reporte dedicadas aos compromisso produtos positivos e contribuidores de empregos indiretos."
	2-7 Colaboradores	Informação disponibilizada na página 17
	2-8 Trabalhadores que não são colaboradores	Em 2023 a LEROY MERLIN Portugal contou com colaboradores temporários e prestadores de serviços que desempenharam as suas funções nas nossas instalações, em atividades como consultoria, vigilância, limpeza e transporte.



STANDARD GRI	DIVULGAÇÃO	LOCALIZAÇÃO / RESPOSTA DIRETA
DIVULGAÇÕES GERAIS		
3. Governance		
	2-9 Estrutura de governance e composição	Informação disponibilizada na página 103
	2-10 Nomeação e seleção do órgão de governo hierarquicamente mais elevado	O responsável máximo da Leroy Portugal é indicado pela ADEO. O líder de cada desafio é também designado internacionalmente, pela estrutura internacional com esta responsabilidade, para os diversos mercados onde a empresa opera.
	2-11 Presidência do órgão de governo hierarquicamente mais elevado	Sébastien Bruchet é o diretor geral da LEROY MERLIN Portugal, e superintende ao comité executivo LEROY MERLIN Portugal (COMEX)
	2-12 Papel do órgão de governo hierarquicamente mais elevado na supervisão da gestão de impactes	Informação disponibilizada nas páginas 103 e 104
	2-13 Delegação de responsabilidade da gestão de impactes	A gestão dos principais impactes é feita transversalmente pelos diferentes Desafios da LEROY MERLIN Portugal. Cada um deles tem atribuídas responsabilidades, entre as quais, a gestão de um ou mais compromissos de sustentabilidade. A coordenação da gestão dos impactes de sustentabilidade é assegurada pelo Desafio Marca, Comunicação, Serviços e Impacto Positivo. Para acelerar a integração da sustentabilidade, foi criado um Comité de Sustentabilidade, com representantes de cada Desafio, onde estão também representadas as nossas operações. O Comité de Sustentabilidade tem como responsabilidades: adaptar e incorporar a estratégia de sustentabilidade da ADEO na operação em Portugal, apoiar os Desafios e as operações na definição de metas, e na identificação das iniciativas e programas para o alcance das metas traçadas, e respetivos indicadores de progresso. É ainda responsável pelo apoio na monitorização de resultados, bem como a partilha de informação e resultados de sustentabilidade, interna e externamente. Esta informação deve ser complementada com a informação que é disponibilizada nas páginas 103 e 104 .
GRI 2 Divulgações Gerais 2021	2-14 Papel do órgão de governo hierarquicamente mais elevado no relatório de sustentabilidade	"relatório de sustentabilidade é aprovado pelo líder do Desafio Impacto Marca, Comunicação, Serviços e Impacto Positivo, assim como pelos membros do CODIR. É ainda diretamente aprovado pelo diretor geral da operação. Ao líder do Desafio Marca, Comunicação, Serviços e Impacto Positivo cabe ainda a responsabilidade de aprovação dos diferentes entregáveis, associados ao processo de elaboração do relatório, nomeadamente a determinação dos temas materiais que, no relatório referente a 2023, resultou de um processo de revisão da materialidade de 2019."
	2-15 Conflitos de interesse	Os conflitos de interesse são endereçados no nosso código de ética. Disponibilizamos informação sobre este código na página 101 .



STANDARD GRI	DIVULGAÇÃO	LOCALIZAÇÃO / RESPOSTA DIRETA
DIVULGAÇÕES GERAIS		
GRI 2 Divulgações Gerais 2021	2-16 Comunicação de preocupações críticas	Informação nas páginas 99 e 100
	2-17 Conhecimento coletivo do órgão de governo hierarquicamente mais elevado	O Diretor Geral e os líderes dos Desafios da Leroy Merlin Portugal têm participado em reuniões e fóruns dedicados a iniciativas de sustentabilidade que a empresa está a operacionalizar. Nesse âmbito têm construído uma base de conhecimento associada a estas iniciativas.
	2-18 Avaliação de desempenho do órgão de governo hierarquicamente mais elevado	Informação não disponibilizada neste relatório
	2-19 Políticas de remuneração	Informação não disponibilizada neste relatório
	2-20 Processos que determinam a remuneração	Informação não disponibilizada neste relatório
	2-21 Rácio de compensação anual	Informação não disponibilizada neste relatório
4. Estratégia, Políticas e Práticas		
	2-22 Declaração sobre a estratégia de desenvolvimento sustentável	Informação disponibilizada nas páginas 4 a 7
	2-23 Compromissos das Políticas	A LEROY MERLIN Portugal não possui uma Política de Sustentabilidade formal. A sua estratégia Impacto Positivo congrega os compromissos e metas voluntárias associadas a cada um dos 24 compromissos da empresa em matéria de sustentabilidade. As metas podem ser consultadas na secção 1.3. onde apresentamos o desempenho e metas dos indicadores chave de sustentabilidade. Ao longo do relatório apresentamos a agenda futura, que detalha as ações a implementar no futuro.
	2-24 Incorporação de compromissos	A LEROY MERLIN Portugal não possui uma Política de Sustentabilidade. A incorporação de cada compromisso na organização, com a implementação de iniciativas para atingir as metas traçadas, é da responsabilidade de cada Desafio. O Desafio Impacto Positivo tem a responsabilidade de acompanhar a implementação das iniciativas e documentar o progresso realizado nos respetivos indicadores de desempenho.



STANDARD GRI	DIVULGAÇÃO	LOCALIZAÇÃO / RESPOSTA DIRETA
DIVULGAÇÕES GERAIS		
	2-25 Processos para remediar impactes negativos	A estratégia Impacto Positivo procura minimizar os impactos negativos, não tendo até ao momento uma sistematização formal e sistemática de iniciativas, para remediar os seus impactos negativos. A adoção das iniciativas de sustentabilidade tem seguido, sobretudo, uma lógica de prevenção e/ou mitigação dos impactes atuais e potenciais negativos.
	2-26 Mecanismos para procurar aconselhamento e levantar questões	A LEROY MERLIN Portugal dispõe do canal de escuta Whispli, que permite apresentar preocupações sobre conduta contrária aos princípios de conduta. O canal é descrito na página 100 .
	2-27 Conformidade com leis e regulamentos	Em 2023 não se verificaram contraordenações ambientais.
	2-28 Participação em associações	APED, BCSD
4. Abordagem ao Stakeholder		
	2-29 Abordagem ao envolvimento das partes interessadas	Informação disponibilizada na página 108
	2-30 Acordos de negociação coletiva	100% dos nossos colaboradores são abrangidos por um contrato de trabalho coletivo
TÓPICOS MATERIAIS		
GRI 3: Tópicos materiais 2021	3-1 Processo para determinar os tópicos materiais	Informação disponibilizada na página 109
	3-2 Lista de temas materiais	Informação disponibilizada na página 110
Alterações Climáticas		
GRI 3: Tópicos materiais 2021	3-3 Gestão do tópico material	Informação disponibilizada nas páginas 77 a 83
GRI 305 Emissões 2016	305-1 Emissões GEE Diretas (âmbito 1)	Informação disponibilizada na página 78
	305-2 Emissões GEE Indiretas (âmbito 2)	Informação disponibilizada na página 78
	305-3 Outras Emissões GEE Indiretas (âmbito 3)	Informação disponibilizada na página 78



STANDARD GRI	DIVULGAÇÃO	LOCALIZAÇÃO / RESPOSTA DIRETA
DIVULGAÇÕES GERAIS		
	305-4 Intensidade das Emissões GEE	Informação disponibilizada na página 79
	Emissões totais (ton CO ₂ e)	Informação disponibilizada na página 78
	Taxa de ocupação de camiões (BtoB armazém-loja; nº paletes/carro) (%)	Informação disponibilizada na página 126
	Viaturas EURO 5 e EURO 6 e viaturas movidas a gás (reflete apenas o último trimestre de 2020) - EURO IV (%)	Informação disponibilizada na página 126
KPI	Viaturas EURO 5 e EURO 6 e viaturas movidas a gás (reflete apenas o último trimestre de 2020) - EURO V (%)	Informação disponibilizada na página 126
	Viaturas EURO 5 e EURO 6 e viaturas movidas a gás (reflete apenas o último trimestre de 2020) - EURO V (%)	Informação disponibilizada na página 126
	Viaturas EURO 5 e EURO 6 e viaturas movidas a gás (reflete apenas o último trimestre de 2020) - GNL (%)	Informação disponibilizada na página 126
	Kms transportadas em veículos a gás - B2B Plataforma/entrepasto - lojas (Kms)	Informação disponibilizada na página 126
Bem-estar e envolvimento do colaboradores/Práticas laborais, remuneratórias e condições de trabalho/Gestão de crises e emergências		
GRI 3: Tópicos materiais 2021	3-3 Gestão do tópico material	Informação disponibilizada na página 33 a 45
GRI 403: Saúde e Segurança Ocupacional 2018	403-6 Promoção da saúde do colaborador	Informação disponibilizada na página 35
KPI	Colaboradores embaixadores (%)	Informação disponibilizada na página 35
	Colaboradores acionistas (%)	Informação disponibilizada na página 19



STANDARD GRI	DIVULGAÇÃO	LOCALIZAÇÃO / RESPOSTA DIRETA
DIVULGAÇÕES GERAIS		
KPI	ENPS (Employee Net Promotor Score)	Informação disponibilizada na página 35
	Colaboradores que avaliam o seu bem-estar em 4 e 5 estrelas (N.º)	Informação disponibilizada na página 37
	Aulas de ginástica laboral (N.º)	Informação disponibilizada na página 111
	Sessões de fisioterapia (N.º)	Informação disponibilizada na página 111
	Sessões de bem-estar psicológico (N.º)	Informação disponibilizada na página 111
Consumo responsável		
GRI 3: Tópicos materiais 2021	3-3 Gestão do tópico material	Informação disponibilizada na página 67 a 69
KPI	N.º de Pedagogias relacionadas com produtos (campanhas comerciais relacionadas com objetivos de sustentabilidade) (N.º)	Informação disponibilizada na página 120
	Colaboradores formados sobre a Estratégia de Impacto Positivo ADEO (N.º)	Informação disponibilizada na página 68
	N.º de colaboradores com CV IP concluído (n.º colaboradores que participaram na formação de e-learning sobre Impacto Positivo) (N.º)	Informação disponibilizada na página 112
	Horas da formação de e-learning sobre Impacto Positivo frequentadas, em média, por colaborador (horas)	Informação disponibilizada na página 68
	Colaboradores com CV Impacto Positivo concluído (%)	Informação disponibilizada na página 67
	Reputação CSR	Informação disponibilizada na página 120



STANDARD GRI	DIVULGAÇÃO	LOCALIZAÇÃO / RESPOSTA DIRETA
DIVULGAÇÕES GERAIS		
Diversidade, inclusão e igualdade de oportunidades		
GRI 3: Tópicos materiais 2021	3-3 Gestão do tópico material	Informação disponibilizada nas páginas 33 a 35, 39 e 45
GRI 405 Diversidade e Igualdade de Oportunidades 2016	405-1 Diversidade dos órgãos de governo e dos colaboradores	Informação disponibilizada na página 35
Economia circular / Produtos sustentáveis / Gestão da cadeia de abastecimento		
GRI 3: Tópicos materiais 2021	3-3 Gestão do tópico material	Informação disponibilizada na página 84 a 88
GRI 308 Avaliação ambiental de fornecedores 2016	308-2 Impactos ambientais negativos na cadeia de fornecedores e medidas implementadas	Informação disponibilizada na página 85 a 88
GRI 204 : Práticas de procurement 2016	204-1 Proporção de compras a fornecedores locais	Informação disponibilizada na página 120
GRI 306 Resíduos 2020	306-2 Gestão dos impactos associados aos resíduos	Informação disponibilizada na página 58
KPI	Lojas com serviço de aluguer de ferramentas (total de 46 lojas) (N.º)	Informação disponibilizada na página 118
	Equipamentos alugados (N.º)	Informação disponibilizada na página 118
	Taxa crescimento em processos pós-venda (%)	Informação disponibilizada na página 118
	Taxa crescimento de valor de vendas aluguer de ferramentas (%)	Informação disponibilizada na página 118
	Faturação de produtos circulares (€)	Informação disponibilizada na página 84
	Faturação do projeto dos Quase Perfeitos (QP) (€)	Informação disponibilizada na página 85
	Artigos vendidos QP (N.º)	Informação disponibilizada na página 85



STANDARD GRI	DIVULGAÇÃO	LOCALIZAÇÃO / RESPOSTA DIRETA
DIVULGAÇÕES GERAIS		
	Clientes QP (N.º)	Informação disponibilizada na página 85
	PVP médio dos artigos vendidos QP (€)	Informação disponibilizada na página 85
	Carrinho médio dos artigos vendidos QP (€)	Informação disponibilizada na página 118
	Índice de recuperação das quebras do projeto QP (%)	Informação disponibilizada na página 85
	Índice de revenda dos artigos do projeto QP (%)	Informação disponibilizada na página 85
	Crescimento de vendas do serviço de Aluguer Profissional (%)	Informação disponibilizada na página 86
KPI	Taxa de Reparação LMPT - Marca da Casa (MDH) (%)	Informação disponibilizada na página 86
	Faturação do serviço de Aluguer MDH (€)	Informação disponibilizada na página 87
	Alugueres MDH (N.º)	Informação disponibilizada na página 87
	Valor do stock expedido através do armazém de mobiliário técnico (€)	Informação disponibilizada na página 88
	Paletes reconcionadas (N.º)	Informação disponibilizada na página 88
	Quantidade de paletes reconcionadas (Ton)	Informação disponibilizada na página 88
	Custo evitado do reconcionamento das paletes (€)	Informação disponibilizada na página 88
Gestão energética e de outros recursos		
GRI 3: Tópicos materiais 2021	3-3 Gestão do tópico material	Informação disponibilizada nas páginas 58 a 66
GRI 302: Energia 2016	302-1 Energia consumida dentro da organização	Informação disponibilizada na página 61



STANDARD GRI	DIVULGAÇÃO	LOCALIZAÇÃO / RESPOSTA DIRETA
DIVULGAÇÕES GERAIS		
KPI	Lojas GSB com Gestão Técnica Centralizada (lojas elegíveis) (%)	Informação disponibilizada na página 116
	Eletricidade verde consumida (Eletricidade consumida com origem em fontes renováveis: rede + autoprodução; lojas e serviços internos) (%)	Informação disponibilizada na página 61
	Instalações em propriedade com autoconsumo (%)	Informação disponibilizada na página 60
	Instalações com Postos de Carregamento de Veículos Elétricos (lojas em propriedade) (%)	Informação disponibilizada na página 60
Gestão de resíduos		
GRI 3: Tópicos materiais 2021	3-3 Gestão do tópico material	Informação disponibilizada nas páginas 58, 59, 62 a 66
GRI 306: Resíduos 2020	306-3 Resíduos gerados	Informação disponibilizada na página 59
KPI	Taxa de triagem	Informação disponibilizada na página 58
Gestão da marca e do relacionamento com o cliente		
GRI 3: Tópicos materiais 2021	3-3 Gestão do tópico material	Informação disponibilizada na página 90 a 93
KPI	Crescimento de clientes (%)	Informação disponibilizada na página 90
	Crescimento de novos clientes com cartão da casa (%)	Informação disponibilizada na página 90
	Crescimento dos canais de venda não-tradicionais/físicos (%)	Informação disponibilizada na página 90
	Vendas (€)	Informação disponibilizada na página 91
	Impostos (€)	Informação disponibilizada na página 91



STANDARD GRI	DIVULGAÇÃO	LOCALIZAÇÃO / RESPOSTA DIRETA
DIVULGAÇÕES GERAIS		
KPI	Investimento em formação (€)	Informação disponibilizada na página 91
KPI	Valor de compras (produtos & Serviços) a fornecedores nacionais (%)	Informação disponibilizada na página 91
Gestão responsável / Cibersegurança, privacidade e segurança de dados		
GRI 3: Tópicos materiais 2021	Instalações em propriedade com autoconsumo (%)	Informação disponibilizada na página 60
GRI 205: Anti corrupção 2016	Instalações com Postos de Carregamento de Veículos Elétricos (lojas em propriedade) (%)	Informação disponibilizada na página 60
KPI	Colaboradores com acesso ao Canal Whispli (%)	Informação disponibilizada na página 117
KPI	Colaboradores formados em proteção de dados (%)	Informação disponibilizada na página 117
KPI	Respostas em 30 dias a pedidos de clientes sobre privacidade de dados (%)	Informação disponibilizada na página 117
KPI	Nº de denúncias/alertas recebidos através do Canal Whispli (N.º)	Informação disponibilizada na página 117
Investimento e apoio à comunidade		
GRI 3: Tópicos materiais 2021	3-3 Gestão do tópico material	Informação disponibilizada na página 49 a 57
GRI 413: Comunidades locais 2016	413-1 Operações com envolvimento da comunidade local, avaliação de impacto e programas de desenvolvimento	Informação disponibilizada na página 53 a 57
	Número de colaboradores que participam em ações de voluntariado (N.º)	Informação disponibilizada na página 125
KPI	Número de dias de voluntariado corporativo (N.º)	Informação disponibilizada na página 50
	Valor das doações feitas pelas nossas lojas à comunidade local (€)	Informação disponibilizada na página 125



STANDARD GRI	DIVULGAÇÃO	LOCALIZAÇÃO / RESPOSTA DIRETA
DIVULGAÇÕES GERAIS		
Parcerias locais e economia colaborativa		
GRI 3: Tópicos materiais 2021	3-3 Gestão do tópico material	Informação disponibilizada nas páginas 33 a 35, 49 a 52
GRI 203 Impactos Ecoómicos Indiretos 2016	203-2 Impactos económicos indirectos significativos	Informação disponibilizada na página 50
KPI	N.º de empresas fornecedoras e parceiras incluídas na cadeia de fornecimento da LEROY MERLIN (N.º)	Informação disponibilizada na página 50
	N.º de empresas fornecedoras e parceiras incluídas na cadeia de fornecimento da LEROY MERLIN - Fornecedores Nacionais (N.º)	Informação disponibilizada na página 50
	N.º de empresas fornecedoras e parceiras incluídas na cadeia de fornecimento da LEROY MERLIN - Fornecedores Ibéricos (N.º)	Informação disponibilizada na página 50
	N.º de empresas fornecedoras e parceiras incluídas na cadeia de fornecimento da LEROY MERLIN - Fornecedores Internacionais (N.º)	Informação disponibilizada na página 50
	Coletivo de vendedores formados na Academia de Atendimento e Vendas (Zona de Vida Algarve e Ilhas) (%)	Informação disponibilizada na página 35
	Workshops realizados (N.º)	Informação disponibilizada na página 72
	Sessões de Lives Streaming Workshops Mãos à Obra (N.º)	Informação disponibilizada na página 113
	Visualizações dos LIVE STREAMING Workshops Mãos à Obra (N.º)	Informação disponibilizada na página 72
	Pessoas formadas nos workshops sustentáveis (N.º)	Informação disponibilizada nas páginas 74 e 75
	Clientes formados (N.º)	Informação disponibilizada nas páginas 74 e 75



STANDARD GRI	DIVULGAÇÃO	LOCALIZAÇÃO / RESPOSTA DIRETA
DIVULGAÇÕES GERAIS		
Saúde e segurança no trabalho		
GRI 3: Tópicos materiais 2021	3-3 Gestão do tópico material	Informação disponibilizada nas páginas 33 a 36 e 42 a 45
GRI 403: Saúde e Segurança Ocupacional 2018	403-1 sistema de gestão de saúde e segurança ocupacional	Informação disponibilizada na página 39
KPI	Índice de frequência de acidentes	Informação disponibilizada na página 35
	Índice de gravidade de acidentes	Informação disponibilizada na página 124
	Planos de ação de segurança (N.º)	Informação disponibilizada na página 124

Relatório de Sustentabilidade 2023

Fazer da casa um lugar
mais positivo para viver

Este documento é propriedade
da LEROY MERLIN Portugal.

Sede:

Rua Quinta do Paizinho no 10 – 12
2790-237 Carnaxide

Edição: LEROY MERLIN Portugal

Consultoria: Sustentare Consultoria de Sustentabilidade

Design e Paginação: Flúor Studio Design Advisors
Maio 2024



O Relatório de Sustentabilidade 2022
da LEROY MERLIN Portugal encontra-se disponível em:
www.leroymerlin.pt

Em caso de dúvidas não hesite em
enviar-nos as suas recomendações
ou pedidos de esclarecimento para
impacto.positivo@leroymerlin.pt

