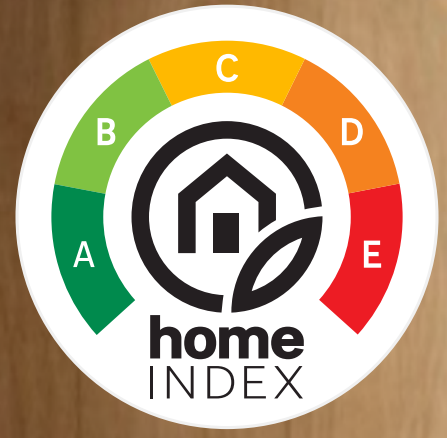


Relatório de Sustentabilidade 2024

Fazer da casa um lugar mais positivo para viver

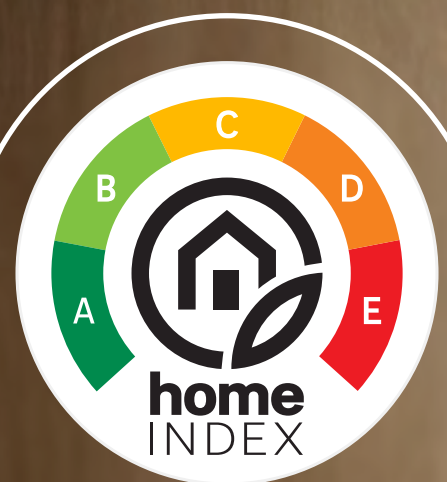


LEROYMERLIN



O futuro constrói-se produto a produto

O que é o home INDEX?



O home INDEX é um indicador que avalia o impacto ambiental e social de um produto ao longo do seu ciclo de vida, categorizado de **A** a **E**.

A letra **A** é atribuída aos produtos mais sustentáveis e a **E** destina-se aos produtos que ainda precisam de ser melhorados. Damos alguns exemplos nesta página.

Saber mais →



Caixa de cartão
60X40X40CM 96L



Protetor plástico
DEXTER INTERIOR



Tapete redondo juta
Inspire Nils D150cm
natural



Tinta acetinada fluor
250ml verde pajarita



Índice

01



Mensagem

Sebastien Bruchet
João lavos

02



Quem Somos

- 2.1 O nosso negócio omnicanal
- 2.2 Estratégia de Impacto Positivo
- 2.3 Destaques 2024
- 2.4 Algumas das nossas conquistas em 2024

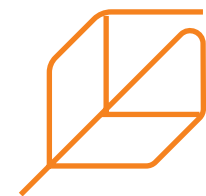
03



Casa do Impacto Positivo

- 3.1 Human Centric
- 3.2 Habitat Positivo para todos
- 3.3 Negócios Circulares

04



Bases do Impacto Positivo

- 4.1 Performance Positiva
- 4.2 Ética e Cultura
- 4.3 Governance

05



Sobre o relatório

- 5.1 Como navegar no nosso relatório
- 5.2 Materialidade



01 Mensagens

Sebastien Bruchet
João Lavos



Mensagens



A

* Almofadas Karan
30x50 cm branco
e preto

Mensagem

Sebastien Bruchet

Líder de empresa
LEROY MERLIN Portugal



Este foco no bem-estar traduziu-se em equipas mais envolvidas, criativas e produtivas, capazes de responder de forma ágil e eficaz aos desafios do mercado.



Após dois anos e meio à frente da LEROY MERLIN Portugal e a sua adaptação a um novo país, qual o balanço que faz da sua experiência profissional e pessoal?

É um balanço muito positivo, Portugal é um país de grandes oportunidades, gosto muito da cultura e do território português, que tem uma diversidade ímpar. Na empresa encontrei uma equipa dedicada e motivada, sempre pronta para os desafios que trago, para que possamos progredir, reforçando a nossa cultura empresarial, que procura dia a dia fazer mais, e melhor.

2024 foi um ano de resultados notáveis para a empresa. Aque fatores atribuiu sucesso no alcance dos objetivos traçados?

O sucesso alcançado pela LEROY MERLIN Portugal em 2024 deve-se a uma estratégia clara e consistente, baseada em antecipar tendências de mercado, responder às crescentes expectativas dos consumidores e adaptar a sua oferta às novas exigências de sustentabilidade.

A capacidade da empresa em alinhar o seu modelo de negócio com as prioridades ambientais e sociais, bem como o foco na inovação e na melhoria contínua da experiência do cliente, foram fatores chave para alcançar os objetivos definidos.

A proximidade com os clientes, a forte aposta em soluções para casas mais eficientes e o envolvimento das equipas na concretização da estratégia foram igualmente determinantes. Esta combinação de fatores permitiu não só obter bons resultados operacionais, como reforçar a relevância da marca no mercado.

O conceito de Human Centric é central para o desenvolvimento do negócio. De que forma acredita que o bem-estar dos colaboradores contribuiu para o desempenho da empresa em 2024?

Ao colocar as pessoas no centro da sua estratégia — alinhado com o conceito de Human Centric — a empresa criou um ambiente de trabalho mais positivo, colaborativo e motivador.

Este foco no bem-estar traduziu-se em equipas mais envolvidas, criativas e produtivas, capazes de responder de forma ágil e eficaz aos desafios do mercado. O sentimento de pertença e o alinhamento com os valores e propósito da empresa reforçaram o compromisso de cada colaborador, o que teve um impacto direto na qualidade do serviço prestado aos clientes e, consequentemente, nos resultados alcançados.



Mensagens



01

Mensagem

Investir no bem-estar das pessoas é investir no crescimento sustentável da empresa, numa cultura de proximidade e num serviço cada vez mais relevante e diferenciador para os clientes.

O mercado do DIY, ao longo dos últimos anos, vem diversificando cada vez mais o seu modelo de negócio. A que fatores é que o Sebastien atribui essa mudança?

A diversificação do modelo de negócio no mercado do DIY deve-se, em grande parte, à constante evolução da sociedade e às novas necessidades que vão surgindo. Hoje, os consumidores procuram não apenas produtos e soluções práticas para as suas casas, mas também respostas alinhadas com preocupações ambientais e sociais, o que obriga as empresas a adaptarem-se e inovarem.

A sustentabilidade é um dos motores desta transformação, com uma procura crescente por produtos mais eficientes, duráveis e com menor impacto ambiental. Um bom exemplo desta resposta é o Home Index, uma ferramenta inovadora lançada em 2024, que ajuda os clientes a fazer escolhas mais conscientes, avaliando a sustentabilidade dos produtos ao longo do seu ciclo de vida.

Esta mudança de paradigma, que alia conveniência, inovação e responsabilidade ambiental, é hoje essencial para a relevância e crescimento das empresas no setor do DIY.

Entre estes novos modelos de negócios sustentáveis que estão a surgir, qual é aquele em que o Sebastien acredita ter maior potencial para contribuir para a melhoria dos resultados da empresa?

Entre os novos modelos de negócio sustentáveis, acredito que a Economia Circular representa o maior potencial de contribuição para a melhoria dos resultados da LEROY MERLIN Portugal. Este modelo permite criar valor de forma responsável, prolongando o ciclo de vida dos produtos, reduzindo o desperdício e promovendo a reutilização e reciclagem.

Para além disso, facilitar a escolha de produtos mais sustentáveis será essencial. A consolidação do Home Index desempenhará um papel central neste processo, ao ajudar os clientes a identificar, de forma simples e transparente, as soluções com menor impacto ambiental.

Ao integrar cada vez mais estes princípios na oferta e na experiência de compra, a LEROY MERLIN não só reforça o seu compromisso com a sustentabilidade, como também cria novas oportunidades de negócio e de diferenciação no mercado.

Por fim, de que forma é que o Sebastien acredita que poderá contribuir, enquanto cidadão, para que consigamos alcançar os acordos atualmente estabelecidos, como, por exemplo, o Acordo de Paris?

Como cidadão, acredito que posso contribuir para alcançar metas como as definidas no Acordo de Paris através das minhas escolhas diárias — desde a forma como consumo, como me desloco ou como utilizo os recursos no meu dia a dia. Mas, sobretudo, acredito que o meu maior impacto virá do meu papel enquanto líder empresarial, ajudando a LEROY MERLIN a tornar-se uma referência na promoção de casas mais sustentáveis e acessíveis para todos.

Nos próximos anos, vejo a LEROY MERLIN como uma marca ainda mais comprometida com a sustentabilidade, que inspira clientes, parceiros e comunidades a adotarem soluções e comportamentos responsáveis. Se conseguirmos continuar a inovar, a educar e a facilitar escolhas mais sustentáveis, estaremos a contribuir ativamente para os objetivos globais e para um futuro mais positivo para as próximas gerações.

☐☐ Nos próximos anos, vejo a LEROY MERLIN como uma marca ainda mais comprometida com a sustentabilidade, que inspira clientes, parceiros e comunidades ☐☐



Mensagens



01

Mensagem

João Lavos

Líder Impacto Positivo
LEROY MERLIN Portugal



O principal fator de sucesso foi a criação de um conjunto de indicadores que identificámos como cruciais para traduzir a estratégia - o Adeo Positive Index



Existiu uma evolução do Desafio de Impacto Positivo na Leroy Merlin ao longo dos últimos anos. Quais foram os principais desafios, os fatores que mais contribuíram para o sucesso e as conquistas mais significativas alcançadas até o momento?

Acompanhar a evolução do Desafio de Impacto Positivo na Leroy Merlin tem sido, para mim, uma experiência muito gratificante, o projeto tem vindo a ganhar maturidade, visibilidade e, sobretudo, impacto real – tanto dentro da empresa como na comunidade.

O maior desafio foi conseguir gerar envolvimento e compromisso de todas as equipas, uma vez que a sustentabilidade ainda era vista por muitos como um conceito abstrato e distante das atividades quotidianas. Além disso, era necessário desenvolver métricas claras para medir o impacto das iniciativas.

O principal fator de sucesso foi a criação de um conjunto de indicadores que identificámos como cruciais para traduzir a estratégia. O Adeo Positive

Index tornou-se o ponto de referência e permitiu-nos, posteriormente, identificar as missões mais relevantes para atingir essas metas. Embora ainda haja muito a fazer, estamos, sem dúvida, no caminho certo e, sobretudo, com muita energia e entusiasmo em relação ao que temos pela frente.

Num mundo cada vez mais consciente da importância da sustentabilidade, qual é o papel contributivo da Leroy Merlin como player neste cenário, especialmente no que diz respeito ao Home Index?

Temos um propósito muito claro: 'Fazer da Casa um lugar mais Positivo para viver'. Este conceito abrange não só a nossa empresa, mas também as comunidades locais, e visa ter um impacto significativo em dois temas principais. O primeiro é a promoção do consumo sustentável; para isso, criámos o indicador de sustentabilidade dos produtos da Casa e estamos a testar e a desenvolver modelos de negócios circulares. Em segundo lugar, focamo-nos no trabalho de descarbonização, dado que o mercado da construção e o uso da casa são responsáveis por cerca de 40% das emissões globais. Queremos contribuir de forma substancial para a descarbonização deste setor.



Mensagens



01

Mensagem

Considerando que o Desafio do Impacto Positivo é uma área relativamente nova na organização, quais são as expectativas para os próximos anos? Como se pretende consolidar este tema nas decisões estratégicas da empresa, garantindo que a sustentabilidade seja um pilar central do negócio?

As nossas principais prioridades consistem em gerar um maior impacto com todas as iniciativas lançadas nos últimos anos. Destaco 3 temas: em primeiro lugar, a descarbonização, com a ambição de reduzir em 50% as nossas emissões até 2035; em segundo lugar, o desenvolvimento dos negócios circulares, sendo que o grupo pretende atingir 3% do volume de negócios nessa área; e, por último, o desenvolvimento dos programas de voluntariado, através do programa Recria, com o objetivo de criar um banco de voluntários e parceiros externos.

Para consolidar a sustentabilidade dentro da nossa actividade integrámos a performance do Adeo Positive Index na valorização económica da nossa empresa, o que em conjunto com a integração nos objectivos das missões dá a consistência e relevância para uma animação quotidiana e transversal a toda a organização.

Por fim, de que forma é que o João acredita que poderá contribuir, enquanto cidadão, para que consigamos alcançar os acordos atualmente estabelecidos, como, por exemplo, o Acordo de Paris?

Pessoalmente, existem dois compromissos aos quais tenho dado maior atenção: em primeiro lugar, o consumo sustentável, no qual procuro, cada vez mais, comprar e vender artigos usados em vez de novos; em segundo lugar, a redução da minha pegada de carbono. Todos os anos, calculo a minha pegada e tento reduzir em 5% anualmente. Para isso, faço escolhas, especialmente na alimentação e na mobilidade, que contribuem para uma pegada mais reduzida.



☐☐ Temos um propósito muito claro: “Fazer da Casa um lugar mais Positivo para viver” ☐☐



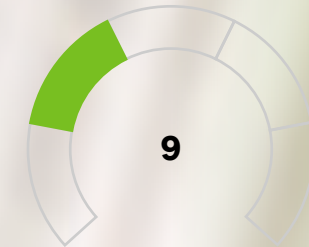
Mensagens



02

Quem Somos

- 2.1 O nosso negócio omnicanal
- 2.2 Estratégia de Sustentabilidade
- 2.3 Destaques 2024
- 2.4 Algumas das nossas conquistas em 2024



Quem Somos



* Pavimento vinílico SPC Artens com base extremo Teramo OSC420



02

Quem Somos

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 viver.

Somos orientados por esse 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 a criação de valor é transversal e holística, colocando no mesmo patamar a criação de valor humano, económico e ambiental.

A que Grupo pertencemos?

Fazemos parte de uma grande casa, o 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".



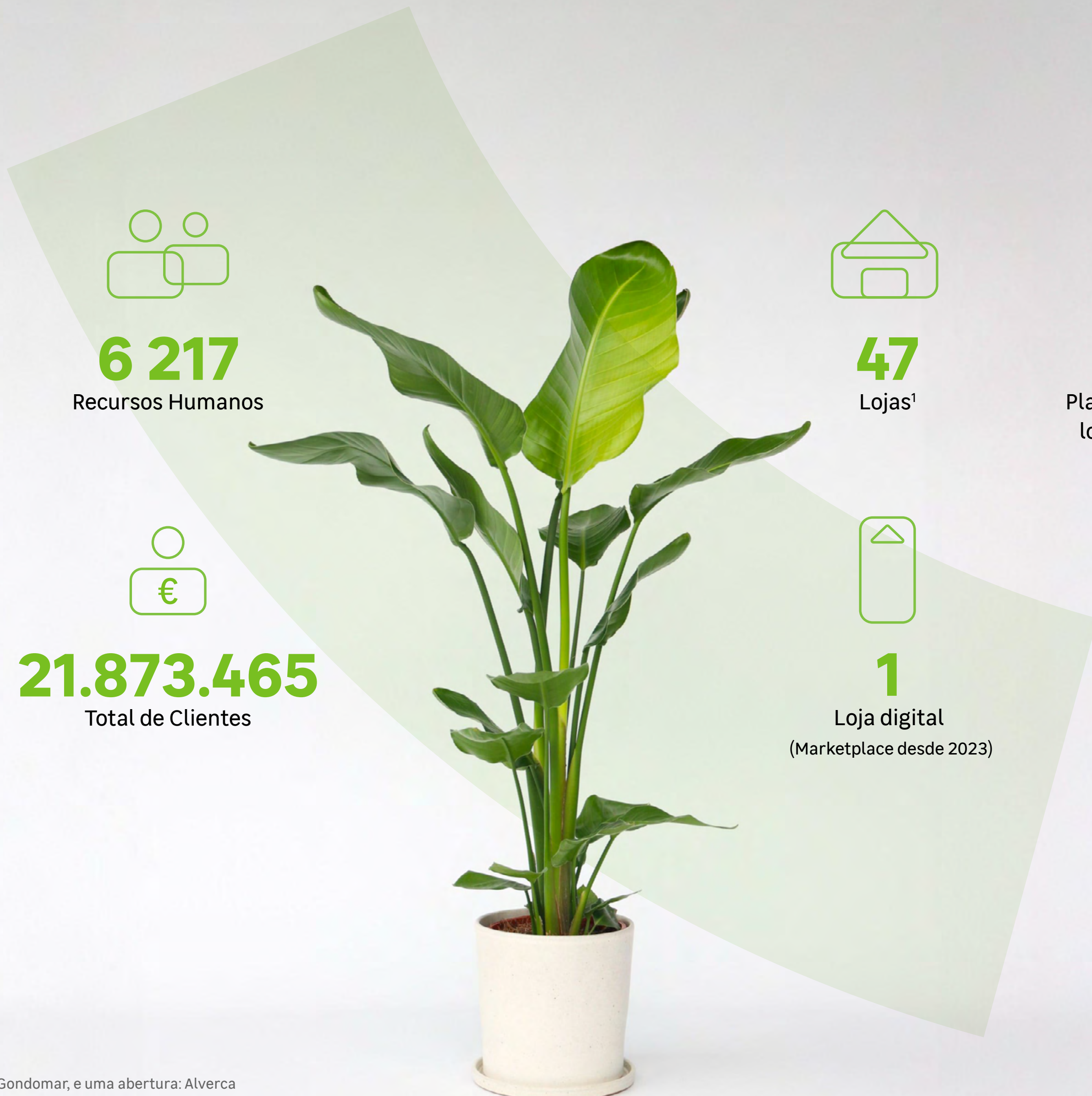
>500 milhões de Clientes	>1200 pontos de venda	Presente em 23 países	Nº 3 no mercado mundial de bricolage	>115 000 Colaboradores ADEO pelo mundo
--	------------------------------------	---------------------------------	--	--

-
-
- Quem somos
-
-
-






02

Quem Somos

Qual o perfil em 2024 da LEROY Merlin Portugal?



¹ Realizaram-se duas transformações comerciais: Alfragide, Gondomar, e uma abertura: Alverca

- 
- 
Quem somos
- 
- 
- 



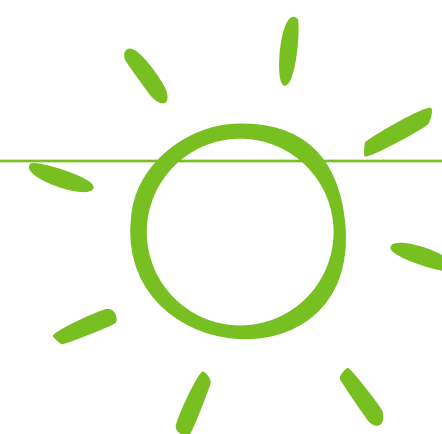
02

Quem Somos

Modelo de Liderança



Veja [aqui](#) o nosso vídeo de apresentação da empresa



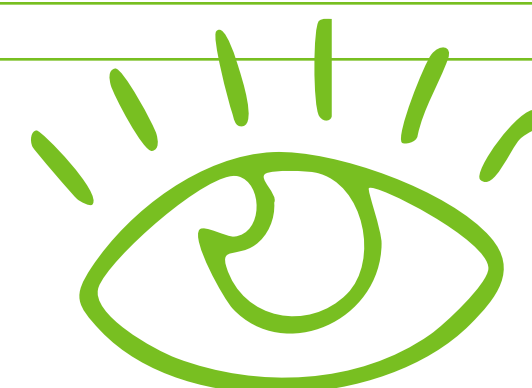
IMPACTANTES

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



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



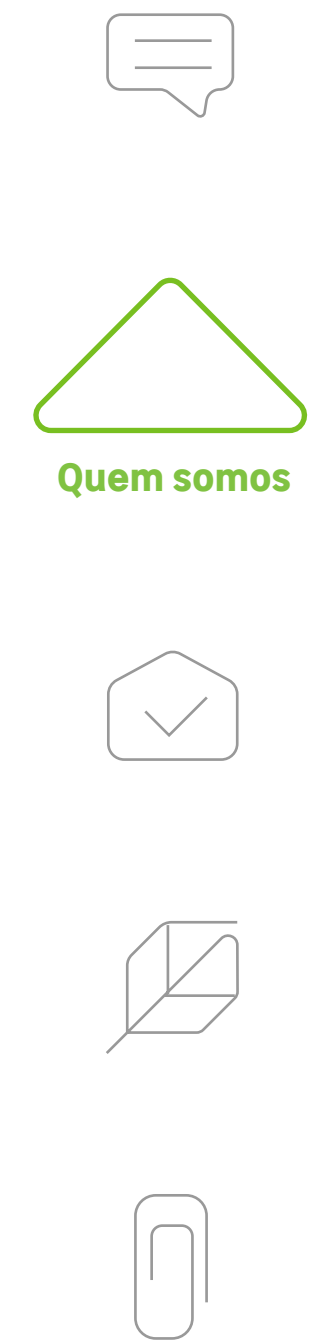
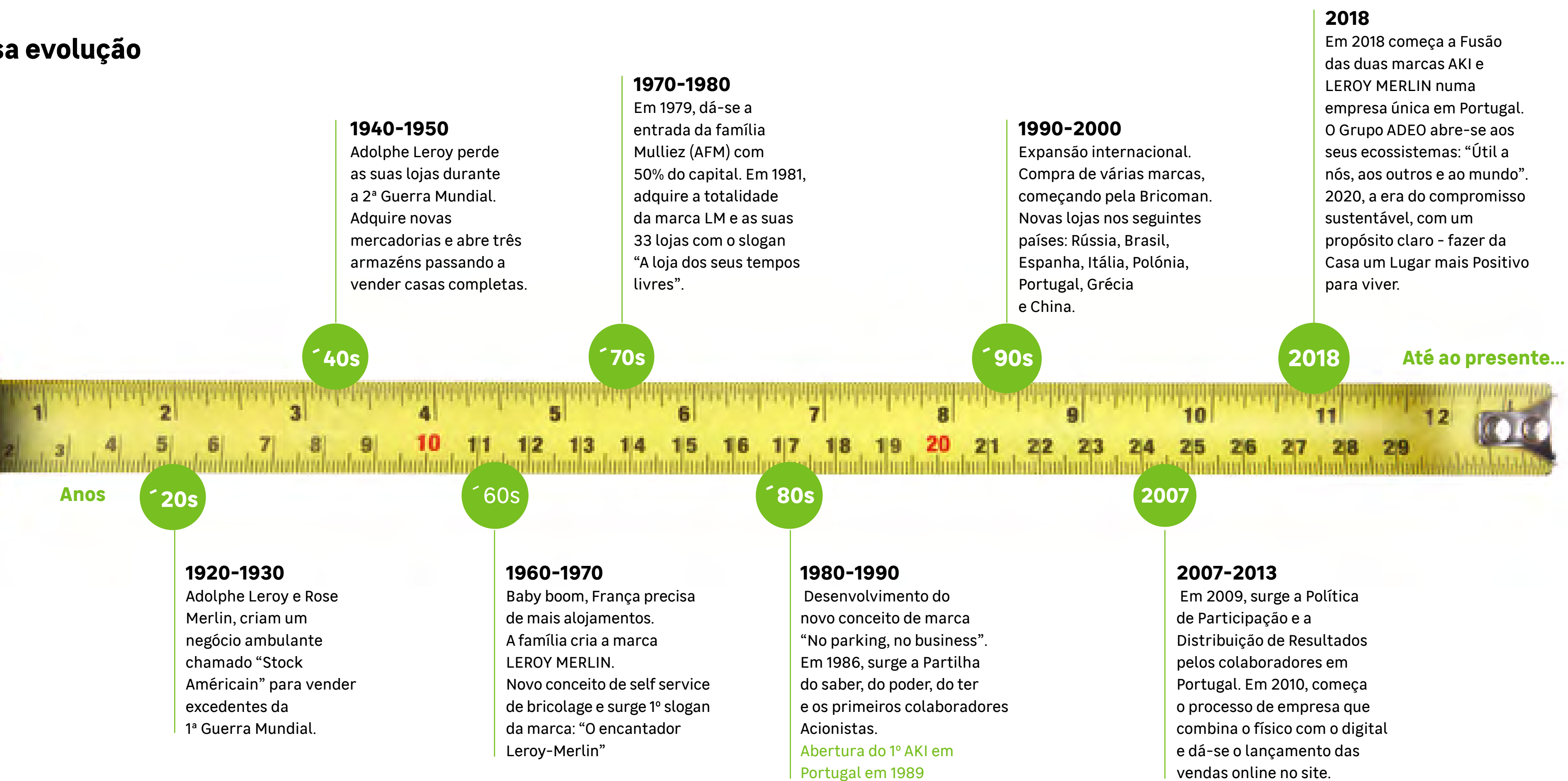
Quem somos



02

Quem Somos

A nossa evolução



Quem somos



02

Quem Somos

2.1 O nosso negócio omnicanal

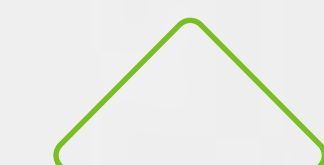
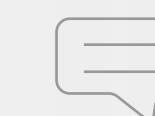
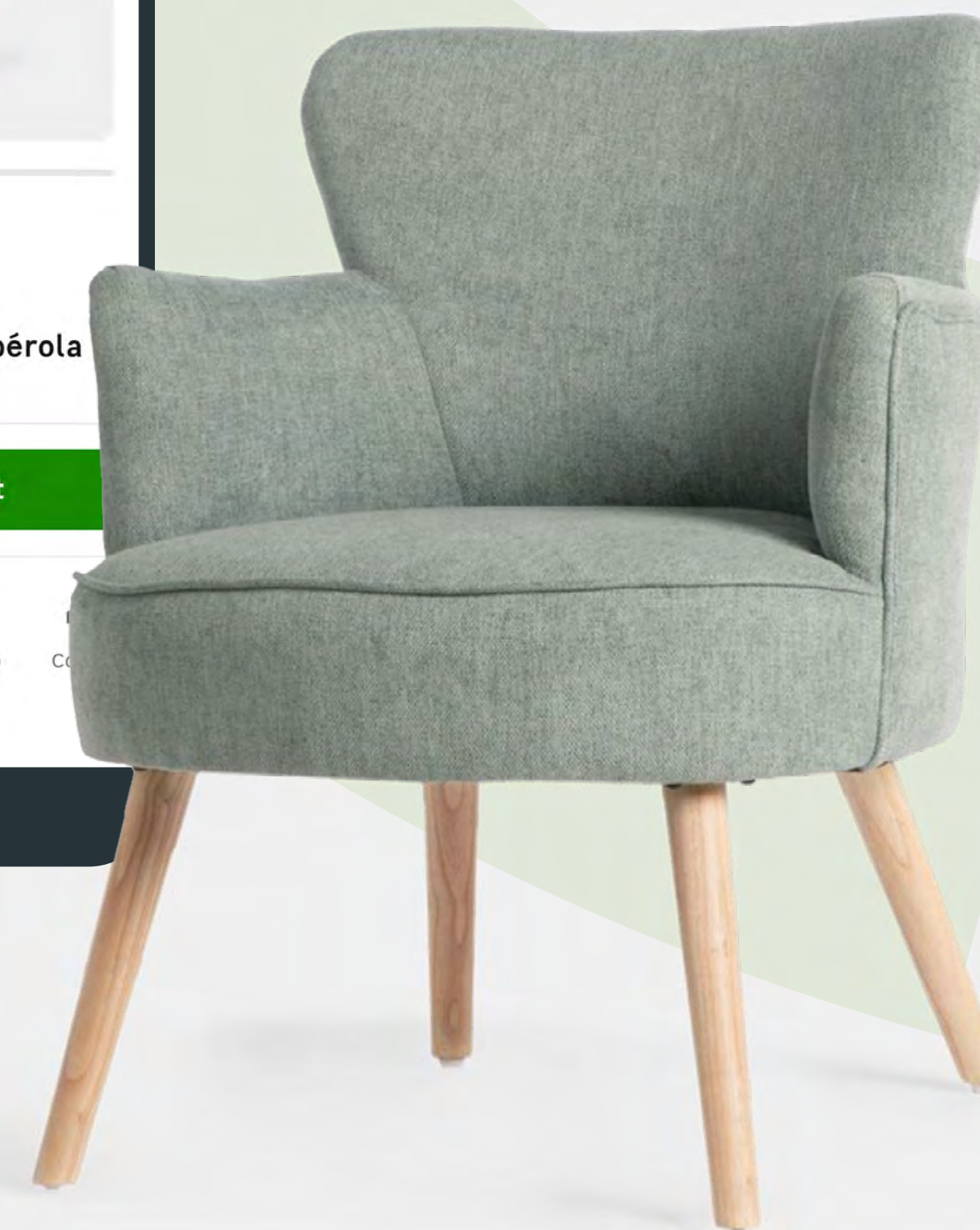
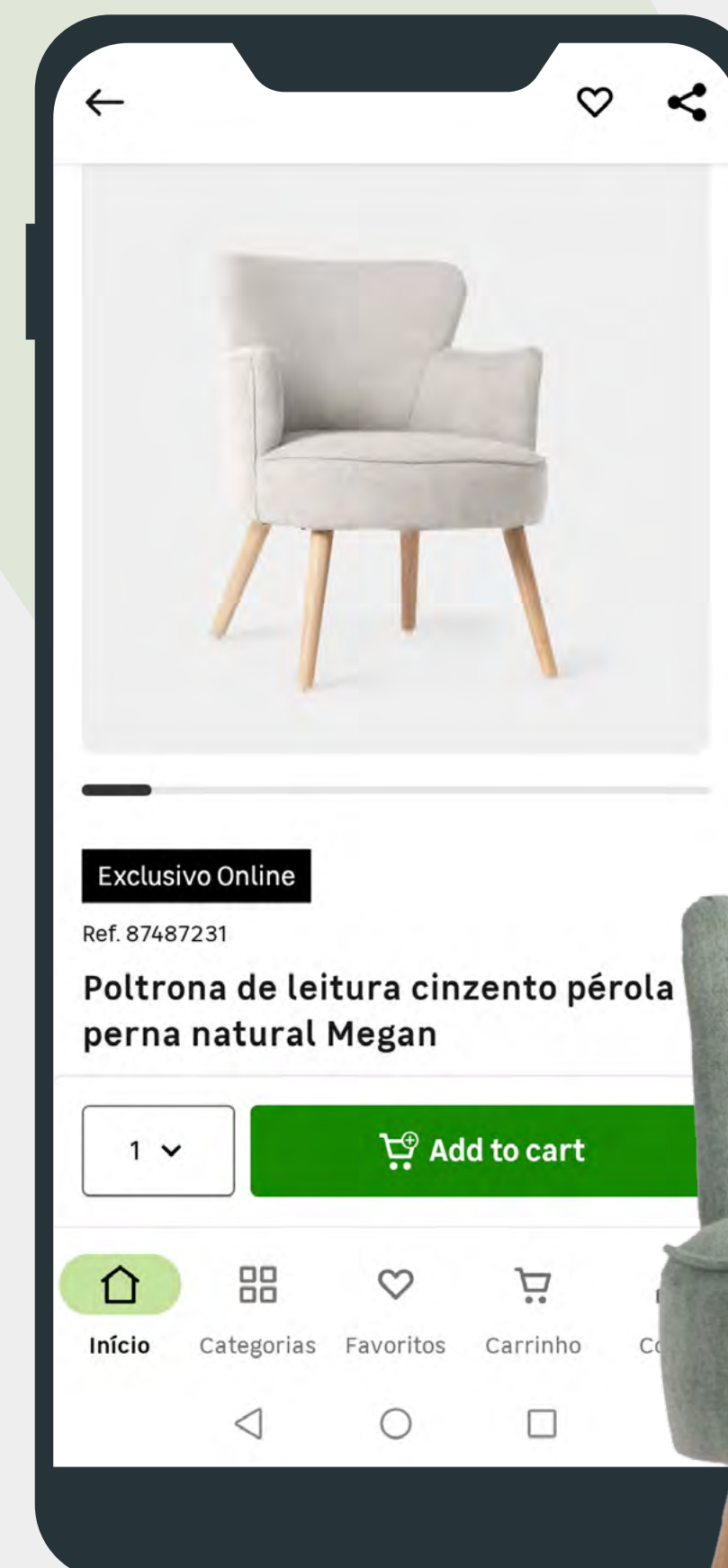
A nossa operação em Portugal tem 67 lojas físicas e 1 loja online, com um conceito específico, uma promessa Cliente bem definida e uma oferta global ajustada. Complementada pelo canal online, onde disponibilizamos uma grande variedade de produtos e soluções para a casa, mas também, a venda à distância, que suporta os canais identificados, e assume também um papel de complementaridade a ambos. Neste sentido, surge o marketplace.

Marketplace

O Marketplace, especialista nas áreas de Casa e DIY com uma gama de produtos para todos, incluindo produtos reconicionados e sustentáveis, surgiu com o objetivo de aumentar a oferta de produtos, disponibilizando uma maior gama 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.

Ao longo de 2024 demos prioridade à certificação de todos os nossos fornecedores com produtos que contêm madeira, através das certificações FSC e PEFC, com o objetivo de termos apenas produtos que provêm de fontes responsáveis. Esta iniciativa levou à remoção de mais de 80 000 produtos do nosso marketplace.

Para além da certificação, testámos a venda de produtos reconicionados e em segunda mão, promovendo uma economia mais circular.



Quem somos



02

Quem Somos

Lojas para todos

Numa lógica de complementaridade entre lojas, e pensando no percurso Cliente, estamos organizados em 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, e que denominamos de Proxi (Compact), às de maior dimensão, como as MSB (Essencial) e GSB, com áreas maiores, e uma oferta muito diversificada, sobretudo nas GSB, a tipologia de maior dimensão.

47 Lojas físicas

Proxi (Compact)

Dimensão:
entre **400 e 1000 m²**

Nº de Colaboradores:
22 a 40

MSB (Essencial)

Dimensão:
entre **1000 e 4000 m²**

Nº de Colaboradores:
40 a 100

GSB

Dimensão:
entre **4000 e 14000 m²**

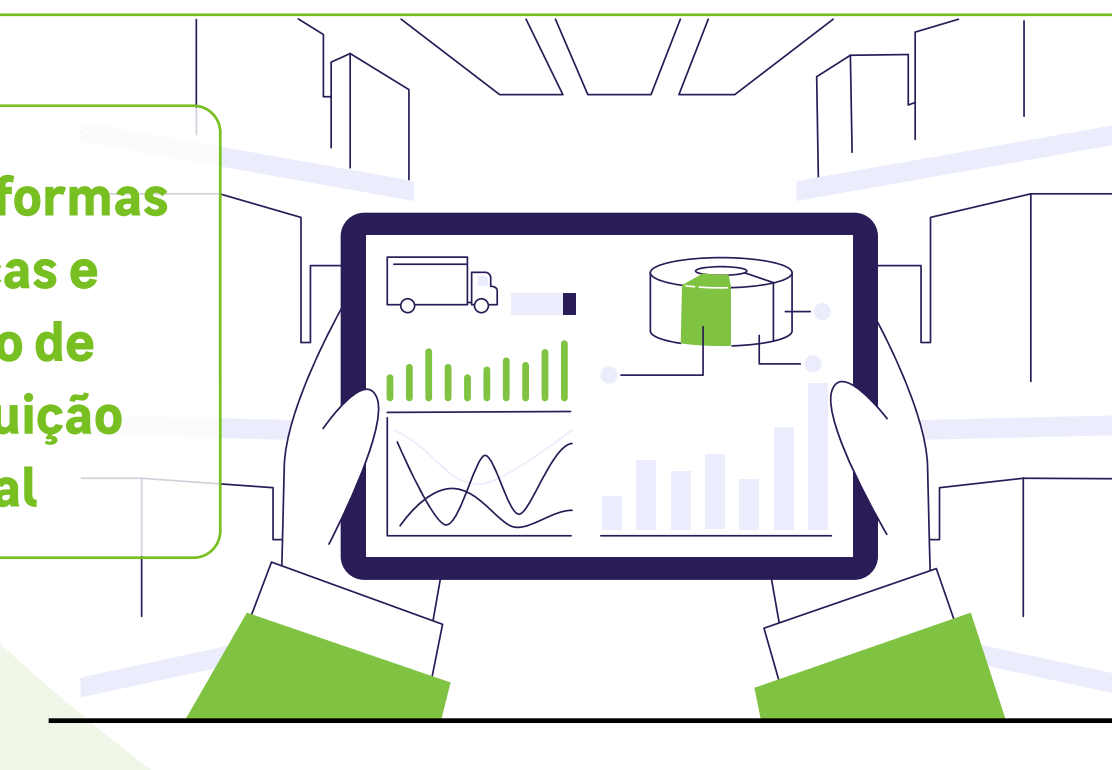
Nº de Colaboradores:
> 100

Loja digital, com grande variedade de soluções para a casa e ampla oferta no Marketplace

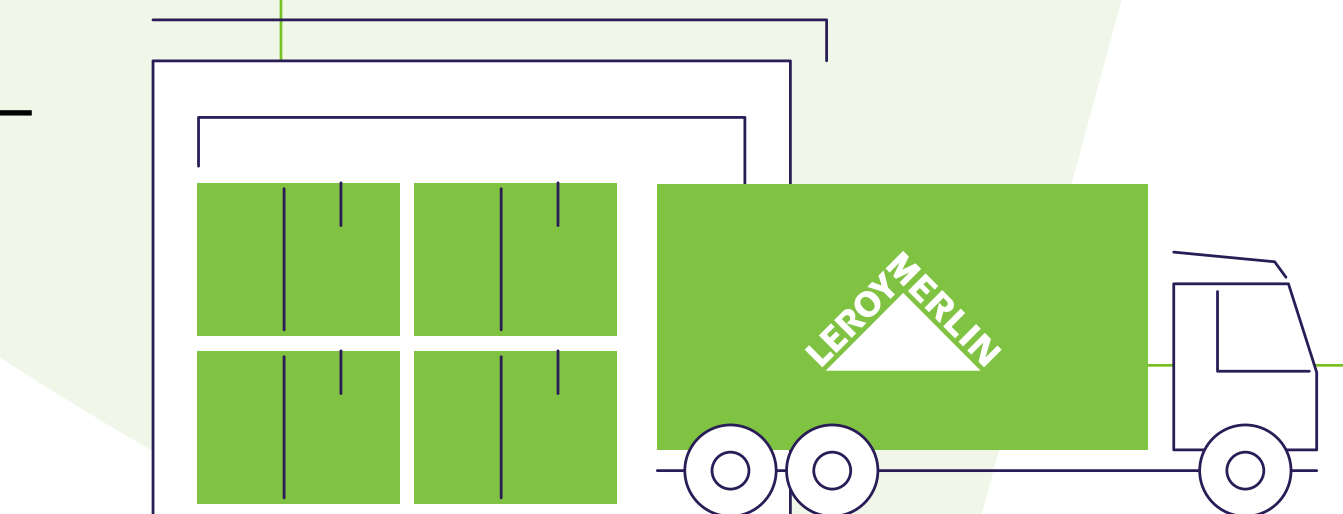
Forte presença digital



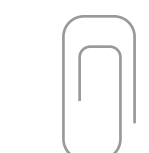
5 Plataformas logísticas e 1 Centro de Distribuição Nacional



Venda à Distância com 17 colaboradores



Quem somos



02

Quem Somos

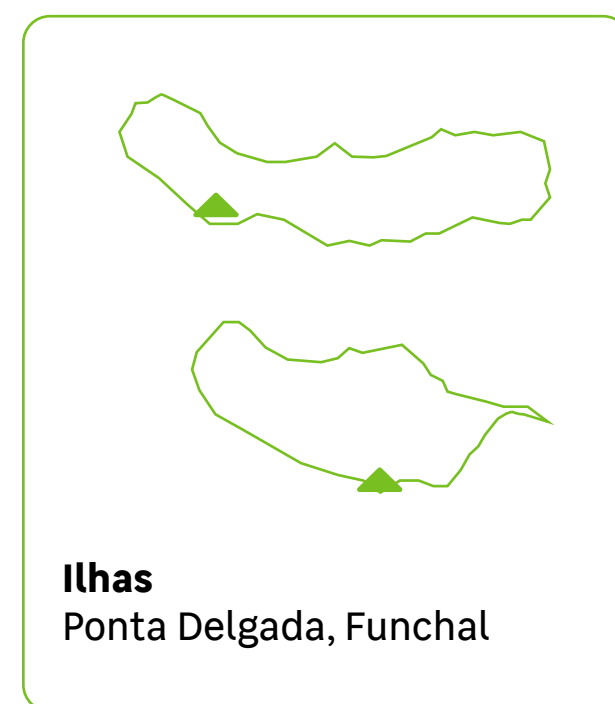
Onde estamos e o que disponibilizamos?

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

Estamos organizados em 8 “Zonas de Vida” (ZDV) Multiconceito, para respondermos às necessidades dos Clientes-Habitantes. As Zonas de Vida foram geograficamente definidas para corresponder ao percurso de compra e necessidades do Habitante 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, e aprende a trabalhar num sistema de “autogovernance”, potenciando a liderança de todos os nossos Colaboradores.

Lojas por Zona de Vida



Ilhas
Ponta Delgada, Funchal

Norte
Bragança, Santa Maria da Feira, Chaves, Gaia, Gondomar (+ Plataforma Canelas)

Porto
Penafiel, Viana do Castelo, Barcelos, Braga, Guimarães, Maia, Matosinhos

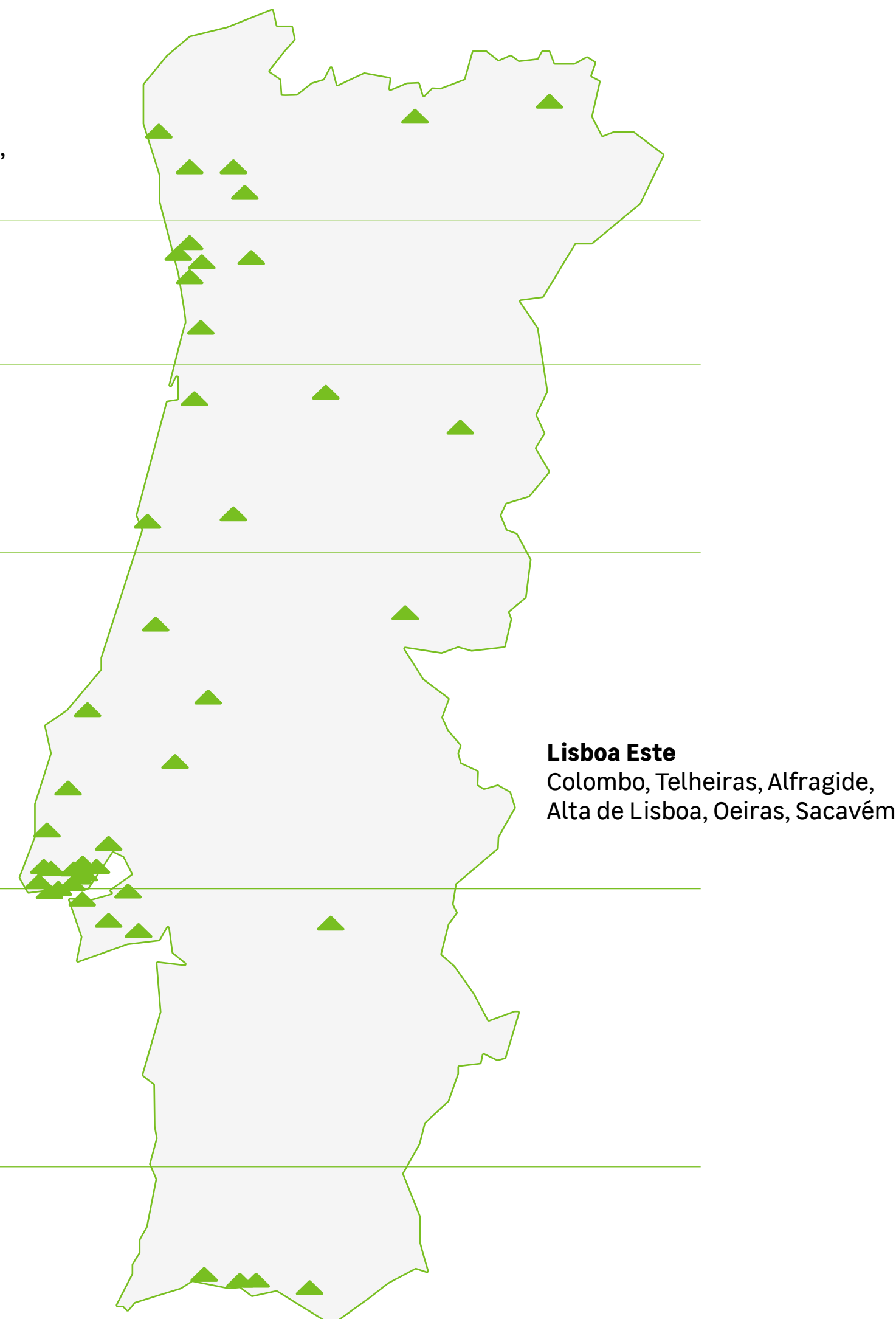
Centro Norte
Guarda, Palácio do Gelo, Viseu, Aveiro, Coimbra, Figueira da Foz (+ Plataforma Mealhada)

Centro Sul
Castelo Branco, Torres Novas, Torres Vedras, Caldas da Rainha, Leiria, Santarém, Mafra e Alverca (+Centro de Distribuição Nacional)"

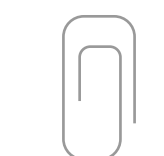
Lisboa Oeste
Cascais, Loures, Amadora, Carcavelos, Sintra (+ Plataforma Lisboa)

Margem Sul
Barreiro, Évora, Almada, Montijo, Setúbal (+ Plataforma Palmela)

Algarve
Albufeira, Loulé, Portimão (+ Plataforma Algoz)



Quem somos



02

Quem Somos

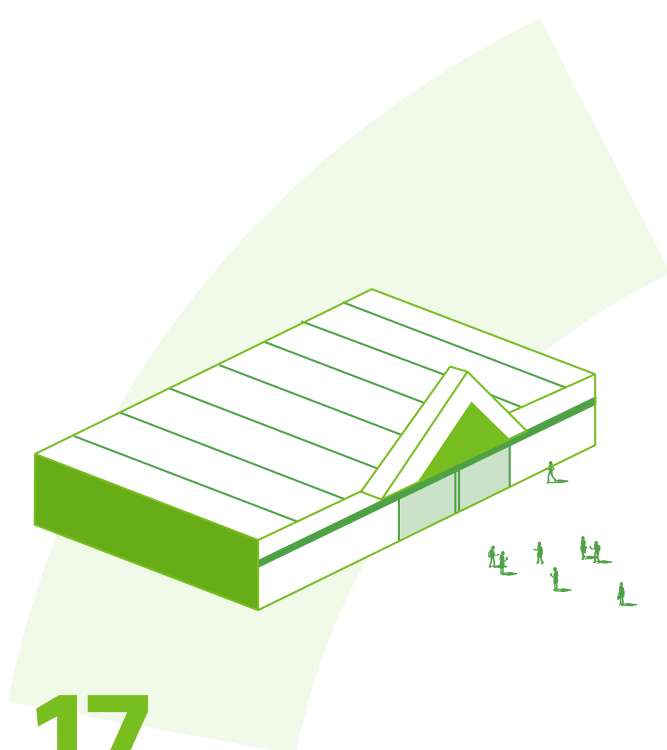
Por formato



11

Proxi (Compact)
(Proximidade)

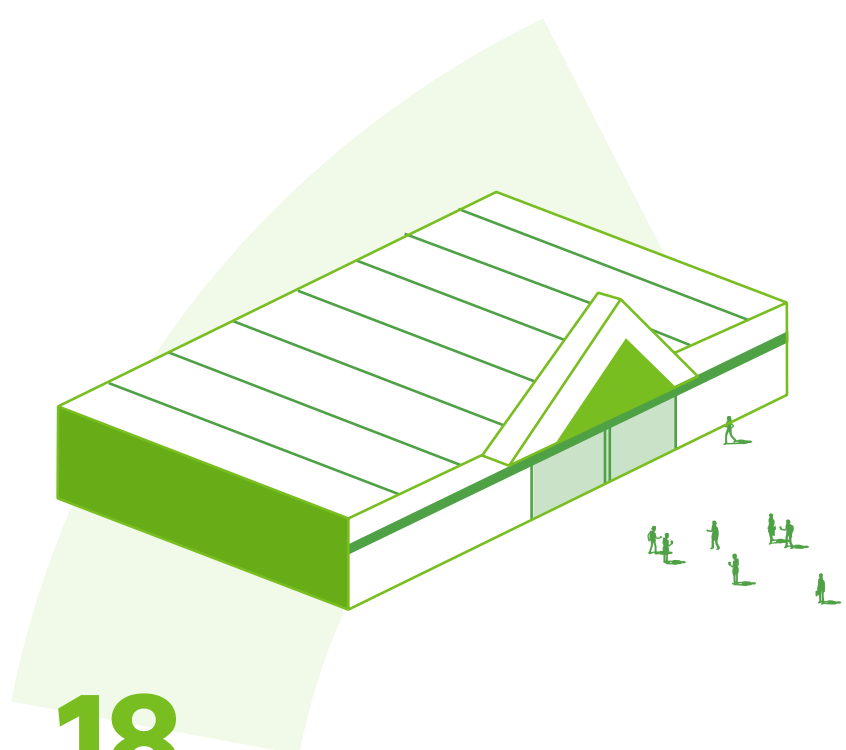
Cascais, Colombo, Palácio do Gelo, Sta. Maria da Feira, Figueira da Foz, Mafra, Bragança, Torres Novas, Sacavém, Chaves e Carcavelos.



17

MSB (Essencial)
(Média Superfície de Bricolage)

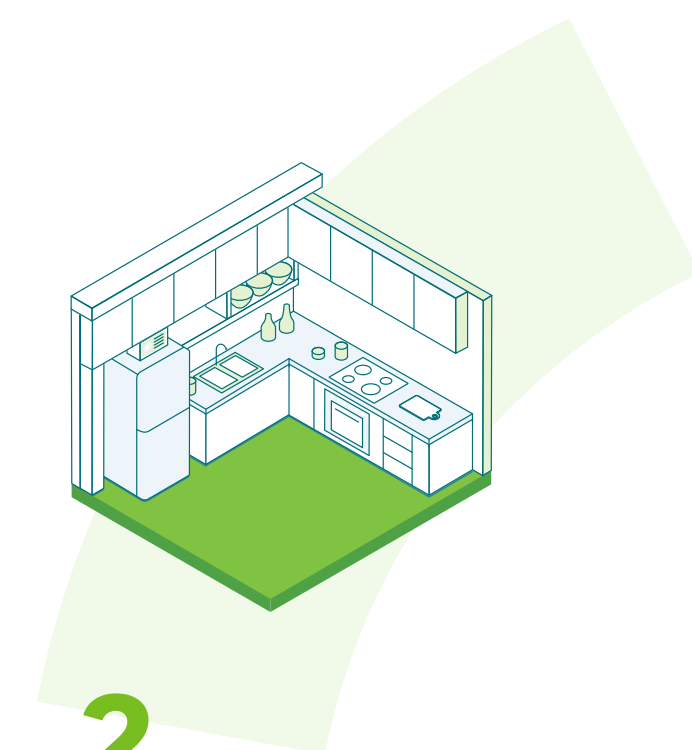
Alverca, Torres Vedras, Guimarães, Montijo, Viseu, Loures, Évora, Viana do Castelo, Portimão, Penafiel, Guarda, Barreiro, Caldas da Rainha, Oeiras, Castelo Branco, Ponta Delgada, Barcelos.



18

GSB
(Grande Superfície de Bricolage)

Gondomar, Sintra, Almada, Albufeira, Alfragide, Matosinhos, Amadora, Maia, Coimbra, Vila Nova de Gaia, Braga, Loulé, Leiria, Aveiro, Funchal, Alta de Lisboa, Santarém, Setúbal.



2

LM Projeto

Showrooms em Bragança e Telheiras



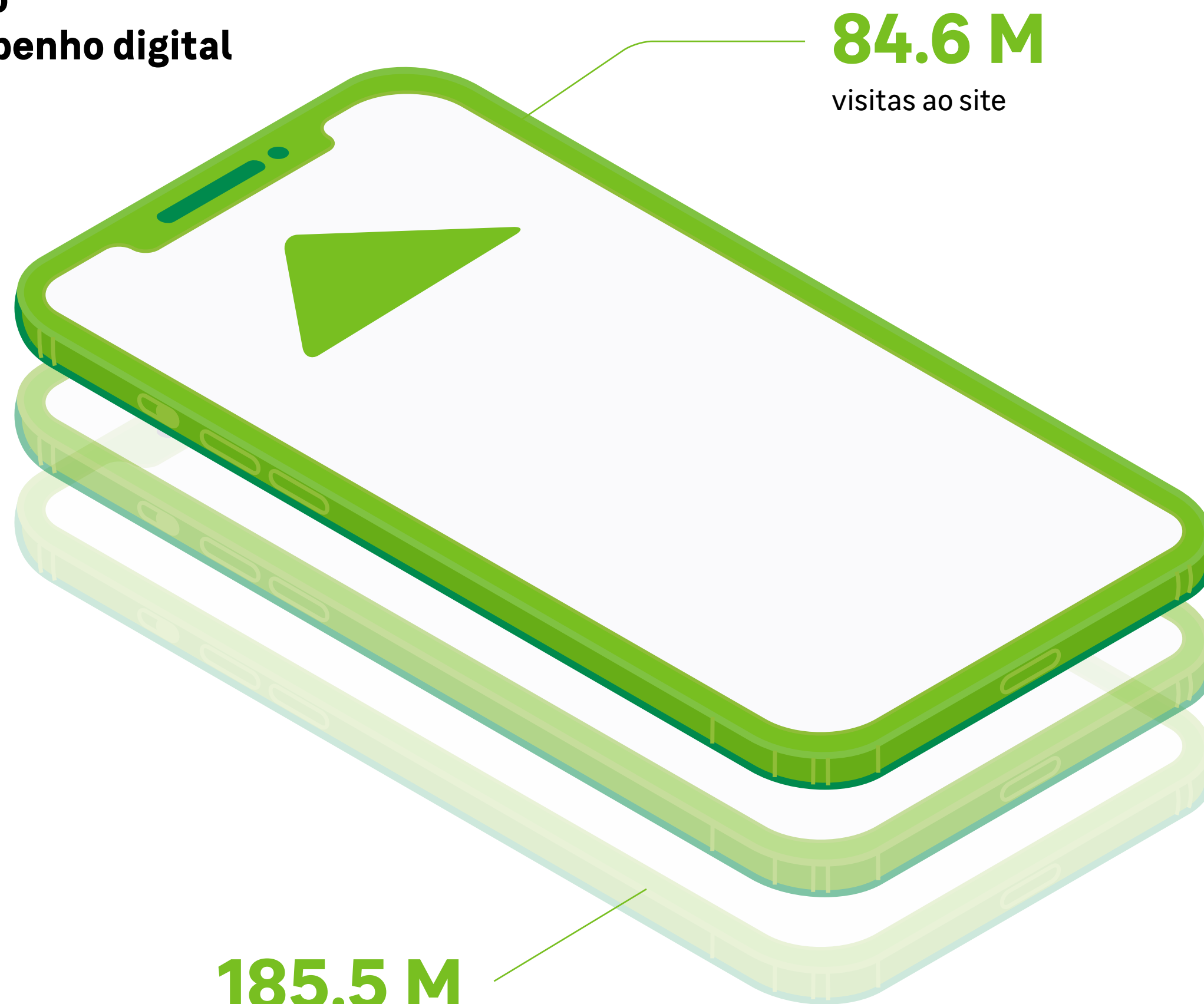
Quem somos



02

Quem Somos

O nosso desempenho digital



84.6 M
visitas ao site

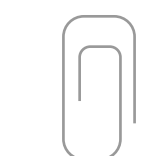
185.5 M
visualizações de páginas de produtos

O desempenho das nossas redes sociais

	2023	2024	EVOLUÇÃO	
f	Nº SEGUIDORES	410 884	455 093	10,76%
	Nº PUBLICAÇÕES	163	206	26,38%
	Nº INTERAÇÕES	201 514	413 897	105,39%
i	Nº SEGUIDORES	175 048	187 924	7,36%
	Nº PUBLICAÇÕES	620	1 293	108,55%
	Nº INTERAÇÕES	338 630	664 972	96,37%
p	Nº INTERAÇÕES	1,5M	2,5M	56%
	Nº IMPRESSÕES	57,21M	78,95M	27,54%
	Nº PINS GUARDADOS	75 450	114 86	34,31%
in	Nº SEGUIDORES (PT)	41 634	48 508	16,51%
	TAXA ENGAGEMENT	2,98%	2,53%	-15,10%
▶	Nº SEGUIDORES	74 785	79,622	6,07%
	Nº PUBLICAÇÕES	60	97	61%
	Nº INTERAÇÕES	11 315M	6 014M	-88,15%



Quem somos



02

Quem Somos

Que soluções disponibilizamos aos nossos clientes?

Mercados

A nossa oferta está dividida em **4 mercados**, para **Cientes particulares e profissionais**, oferecidos numa perspetiva omnicanal, tendo como base a qualidade, variedade, preço competitivo e acima de tudo, as necessidades dos nossos Clientes.

1



Soluções de Reabilitação

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

2



Soluções técnicas

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

3



Soluções de Projeto

(cozinhas, arrumação, roupeiros e casas de banho)

4



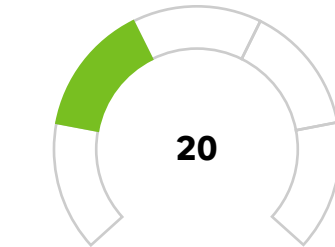
Soluções Decorativas & Exterior

(decoração, iluminação, tintas, drogaria e jardim).



Quem somos





02

Quem Somos

Marcas da Casa

Uma parte significativa da nossa utilidade e diferenciação baseia-se nas nossas **16 marcas próprias**, às quais chamamos **Marcas da Casa**. Os nossos Clientes sabem que quando vêm estas marcas, podem confiar na utilidade dos produtos e encontrar o melhor compromisso entre qualidade e preço.

>160 000

produtos em leroymerlin.pt

>55 000

referências em stock, nas nossas Lojas

16

marcas próprias



A marca de produtos que oferece ao cliente, pisos, revestimentos e soluções de portas e janelas. Produtos com um resultado duradouro.



A marca dos artigos DIY. Isolar, impermeabilizar, fixar, colar, tratar, proteger e limpar, tudo para criarmos em casa.



A marca de equipamentos de cozinha que se adapta ao gosto e necessidades do nosso Cliente.



A marca de ferramentas para todos os trabalhos de bricolage. Artigos com o máximo conforto, facilidade e segurança.



A marca de conforto, ar condicionado, purificadores de ar, filtros de água... tudo para oferecermos uma casa confortável, segura e economizar energia.



A marca para cuidarmos do jardim. Produtos fáceis de montar e usar, além de serem ergonômicos, para permitir que cultive o jardim com total tranquilidade.



A marca de decoração que permite personalizar toda a casa. Inspire-se e crie um interior onde você se sinta bem, um lugar do qual você se orgulhe.



A Isoxa é marca internacional da LEROY MERLIN especializada em janelas standard e à medida.



A marca de artigos de iluminação. Sistemas seguros confiáveis e eficientes em casa.



A marca de tintas, vernizes, e decoração. Tudo o que permite ao cliente dar asas à sua imaginação.



A marca desenhada para os amantes dos espaços exteriores. Criar um bom ambiente de lazer no exterior para receber a família e os amigos é o principal objetivo.



A marca de produtos que oferece ao cliente, pisos, revestimentos e soluções de portas e janelas. Produtos com um resultado duradouro.



A marca de acessórios de casa de banho que permite, aproveitar ao máximo o espaço de acordo com as necessidades.



A marca de soluções de arrumação, perfeita para oferecer ideias e soluções práticas e estéticas para guardar tudo em casa.



A marca de ferragens que permite soluções práticas e sempre em segurança.



A marca de máquinas para jardim. Confiáveis e duráveis, tudo para o nosso cliente manter o seu jardim de forma simples e prática.



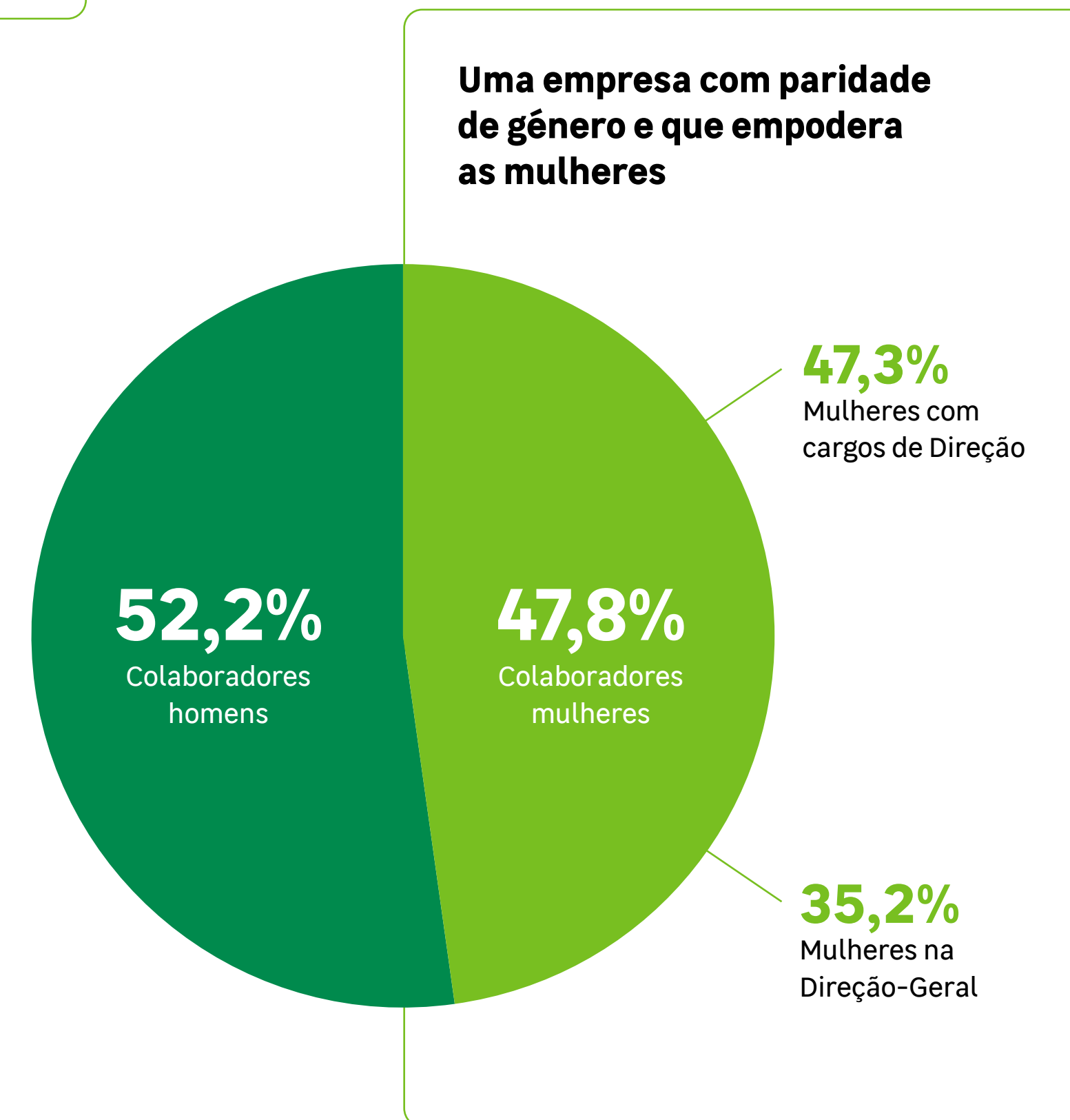
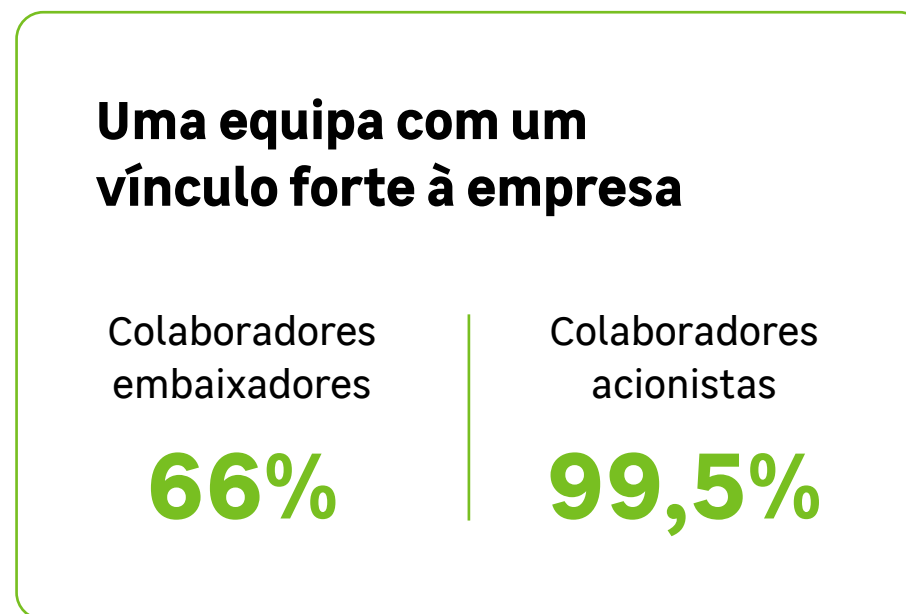
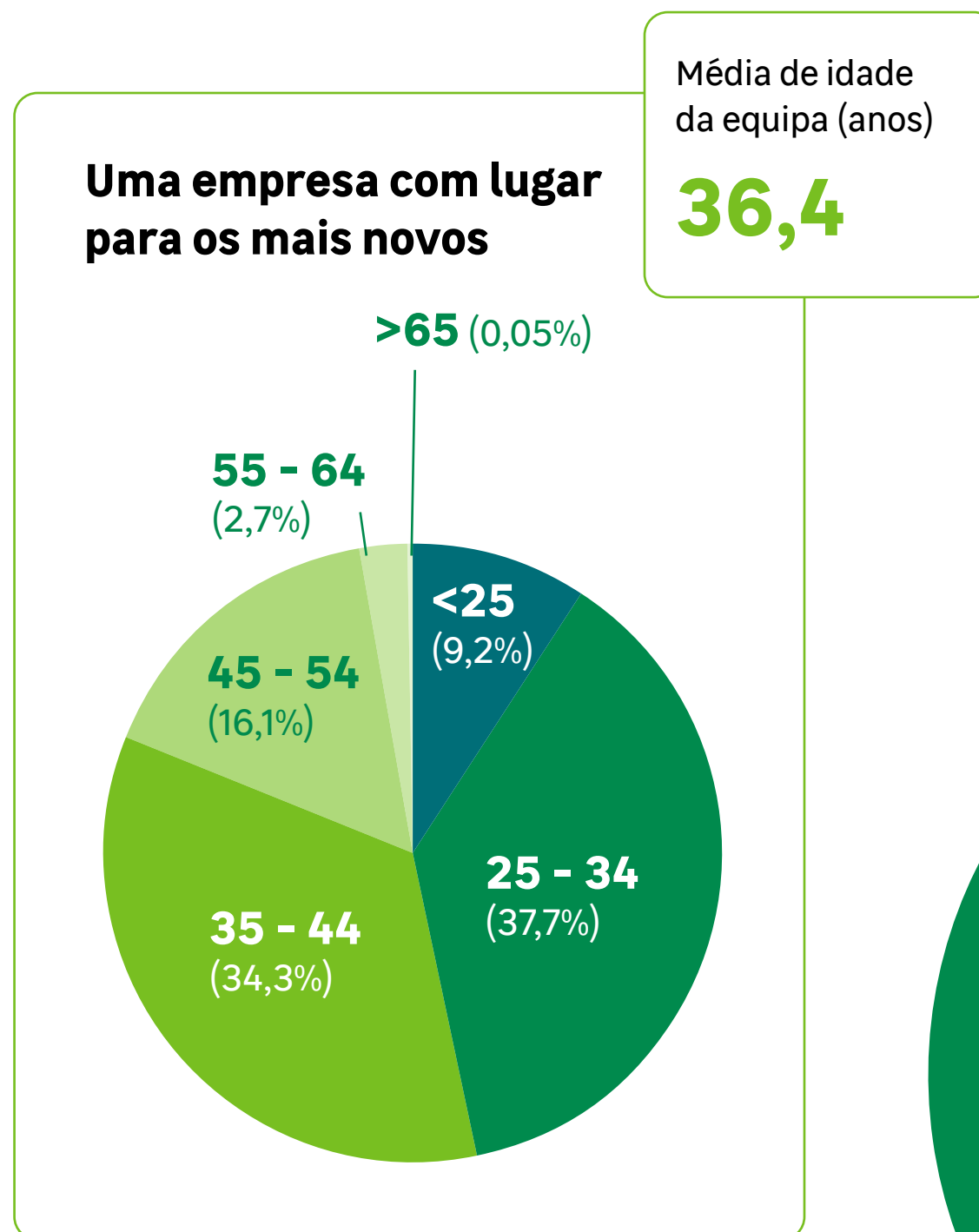
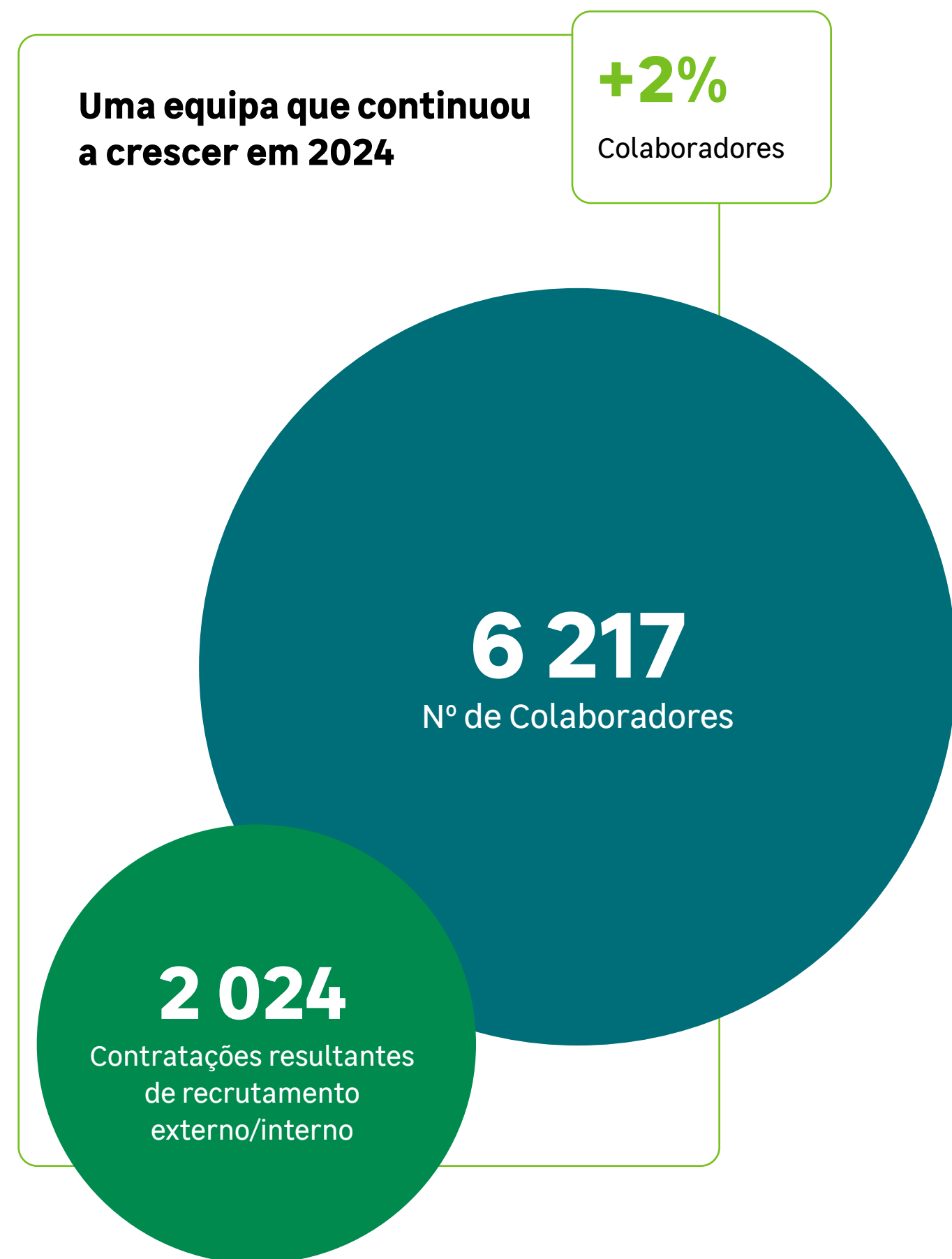
Quem somos



02

Quem Somos

Qual é o perfil da nossa equipa?



Quem somos

02

Quem Somos

Como é que contribuímos para a criação de empregos indiretos?

Na LEROY MERLIN, a expansão das nossas atividades ocorre em múltiplas frentes, impulsionada pelo crescimento do nosso negócio. A criação de empregos indiretos é um indicador que pretendemos acompanhar para avaliar o nosso impacto na sociedade em termos de empregabilidade.

Em 2024, assistimos a um aumento de 11% de colaboradores de fornecedores que exercem a sua atividade nas operações da LEROY MERLIN.

1 049

Colaboradores de fornecedores que exercem a sua atividade nas operações da LEROY MERLIN

2 916

Empresas fornecedoras e parceiras incluídas na cadeia de fornecimento da LEROY MERLIN



Quem somos



02

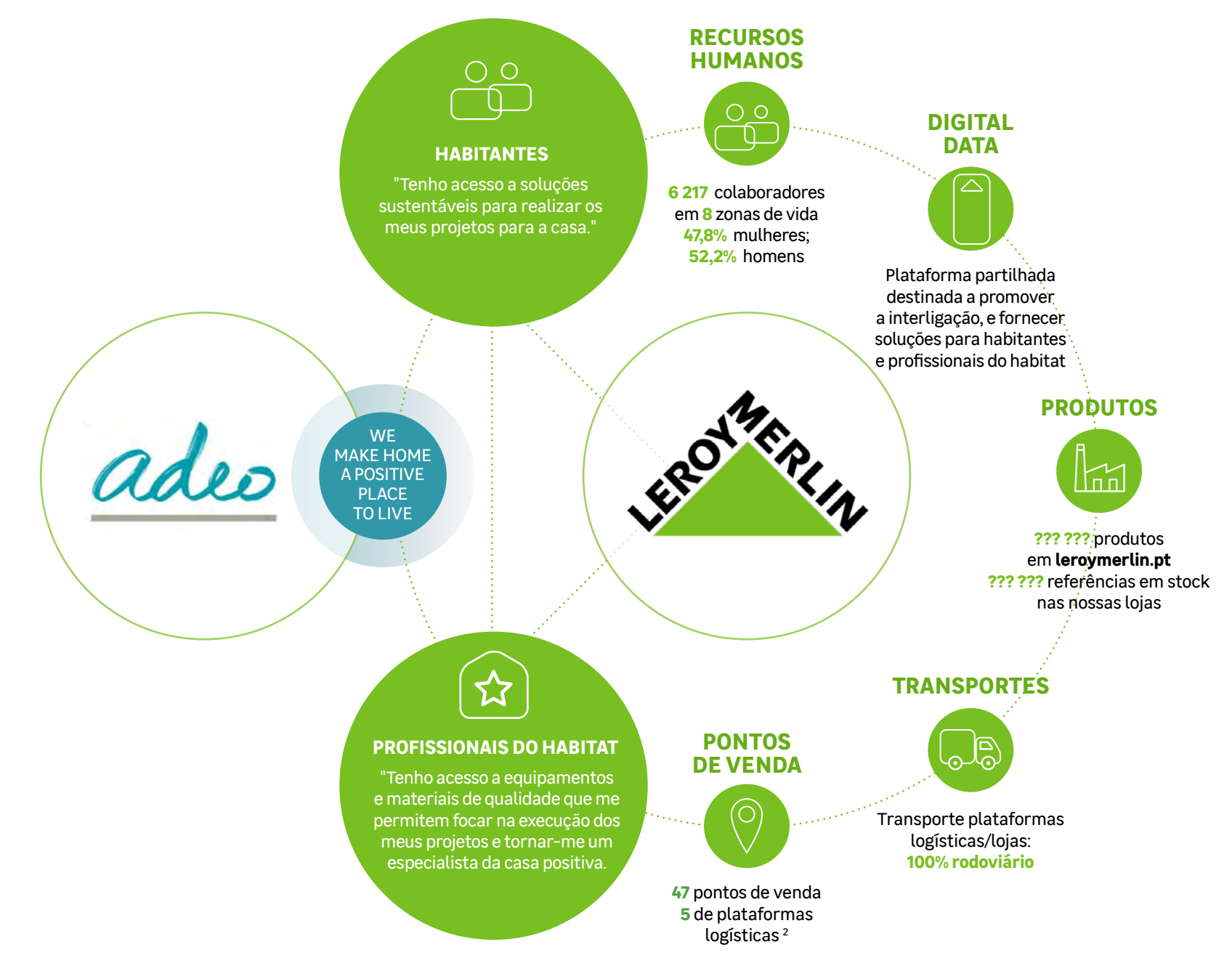
Quem Somos

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

REPRESENTAÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIO LEROY MERLIN PORTUGAL

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.

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. Houve um aumento de 11% de colaboradores de fornecedores que exercem a sua atividade nas operações da LEROY MERLIN.



Quem somos



02

Quem Somos

2.2 Estratégia de Impacto Positivo

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

A estratégia de Impacto Positivo da LEROY MERLIN constitui a resposta da empresa aos desafios sociais, económicos e ambientais que o mundo enfrenta atualmente. Em **10 pontos essenciais**, apresentamos os dados que ilustram a urgência de reconstruir e adotar uma nova forma de atuar.

Este realinhamento estratégico do nosso modelo de negócio é a melhor forma de assegurar a sua sustentabilidade a longo prazo. Ao compreender e incorporar os desafios da Sustentabilidade, abrimos caminho para criar valor social e ambiental, reforçando simultaneamente a resiliência da nossa atividade.

Na LEROY MERLIN, identificámos **três áreas** complementares de oportunidade:

1. Evolução do negócio alinhada com a mudança dos critérios de consumo. Os consumidores estão cada vez mais conscientes e exigentes, o que exige uma adaptação contínua da nossa oferta para responder às suas expectativas.

2. Expansão do mercado de renovação energética.

A meta da União Europeia de atingir a neutralidade carbónica exige uma transição energética significativa, implicando a renovação energética do edificado existente. Este cenário apresenta um enorme potencial para soluções inovadoras e sustentáveis no setor.

3. Atração de talento.

O modo como as empresas abordam a sustentabilidade tornou-se um critério determinante na escolha de profissionais qualificados. Assumir um compromisso sólido nesta área é, por isso, essencial para captar e reter os melhores talentos.

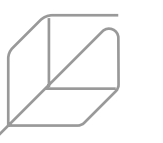
Esta visão integrada e proativa reforça o papel da LEROY MERLIN como um agente de mudança, contribuindo para um futuro mais sustentável e promovendo o equilíbrio entre crescimento económico, responsabilidade social e proteção ambiental.

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, mas a consumir muito mais, e durante mais anos, pelo alargamento da esperança de vida.



Quem somos



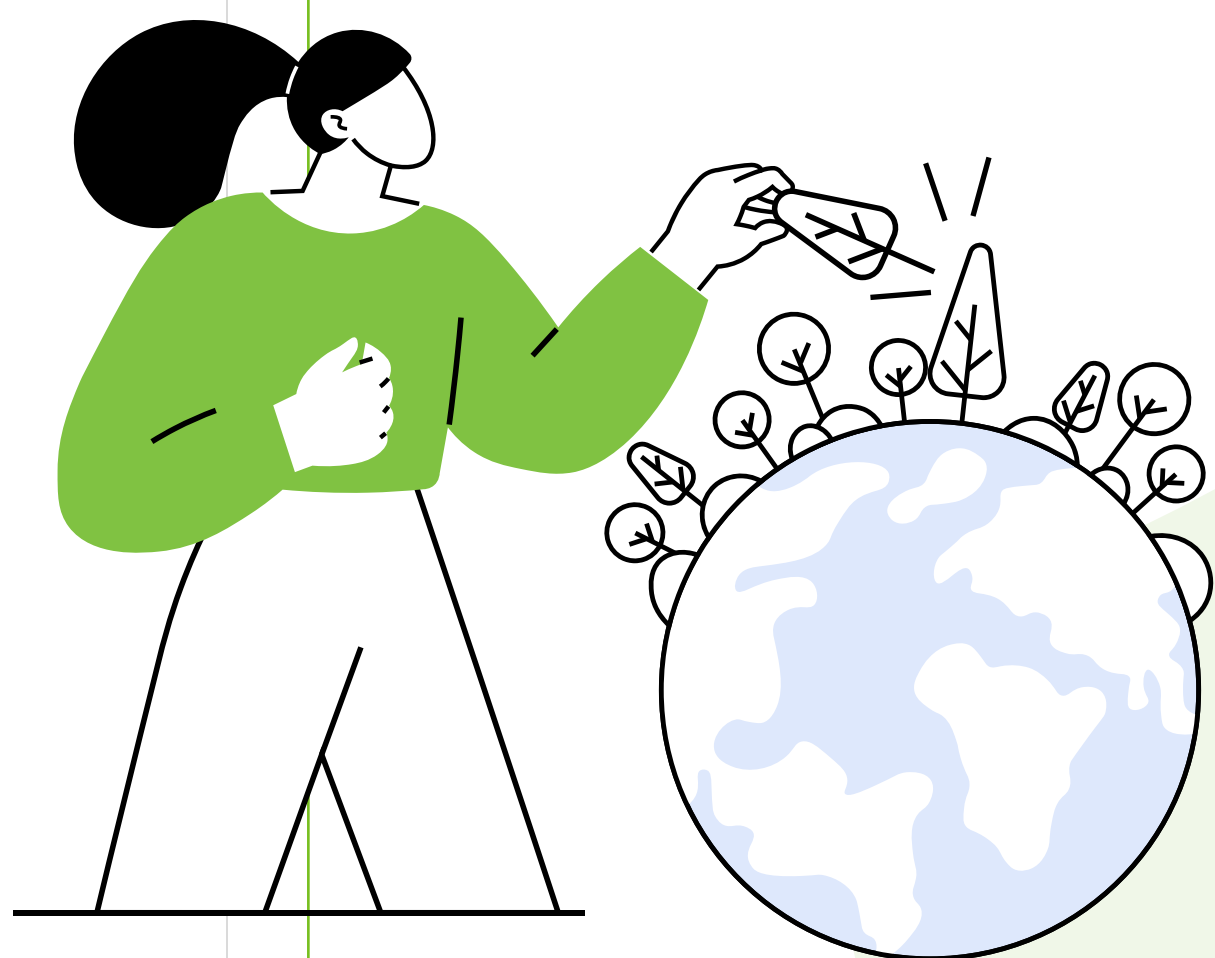
02

Quem Somos

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.



3

DE TAL FORMA QUE ESTAMOS A AUTO DESTRUIR-NOS.

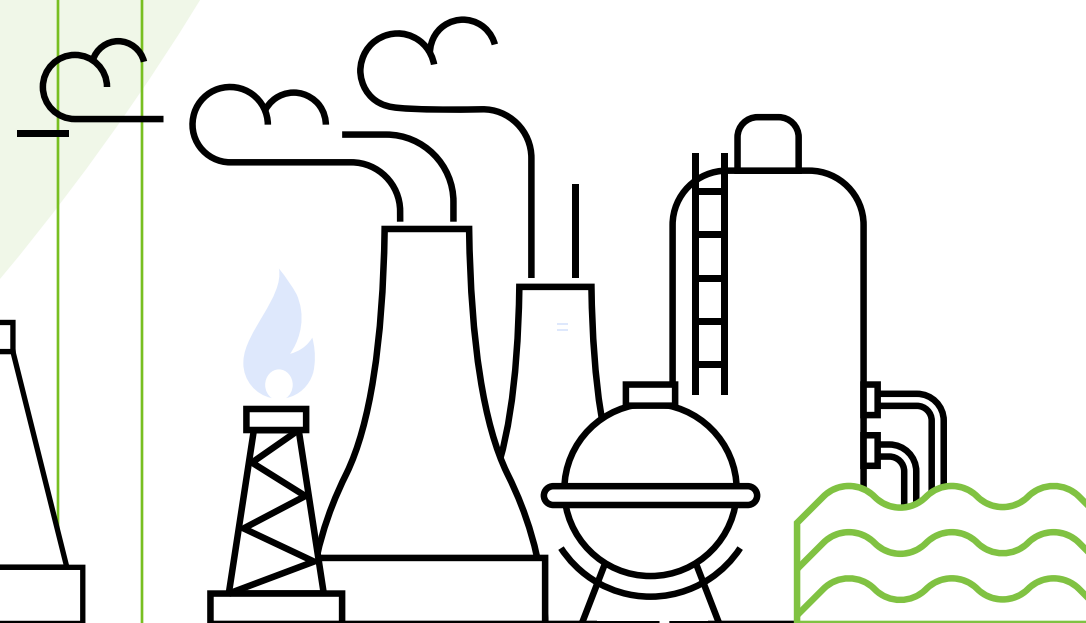
A 6ª extinção de espécies está em curso e será pela primeira vez provocada por uma das espécies. NÓS HUMANOS!



4

TEMOS UM MODELO DE DESENVOLVIMENTO CHEIO DE DESEQUILÍBROS.

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



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 Modelo Sustentável. Todos serão agentes ativos deste movimento, Governos, Cidadãos, Comunidade Científica e também as Empresas.



Quem somos



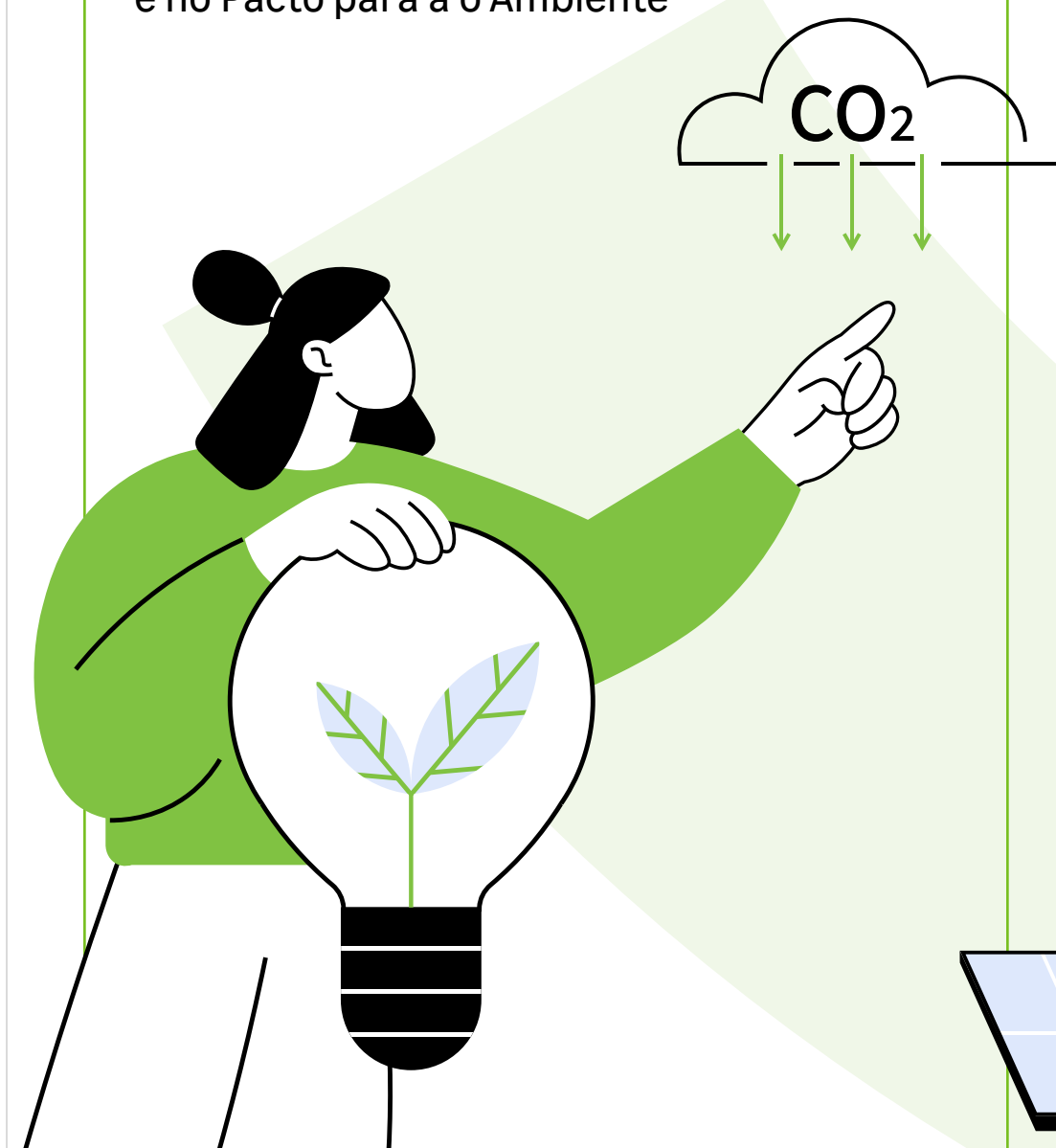
02

Quem Somos

6

**O DESAFIO É DIFÍCIL,
MAS EXISTE UM PLANO:**

A forma como podemos inverter esta situação está sistematizada nos ODS's e no Pacto para a o Ambiente



7

**AS EMPRESAS SÃO UM
DOS AGENTES DESTA
TRANSFORMAÇÃO.**

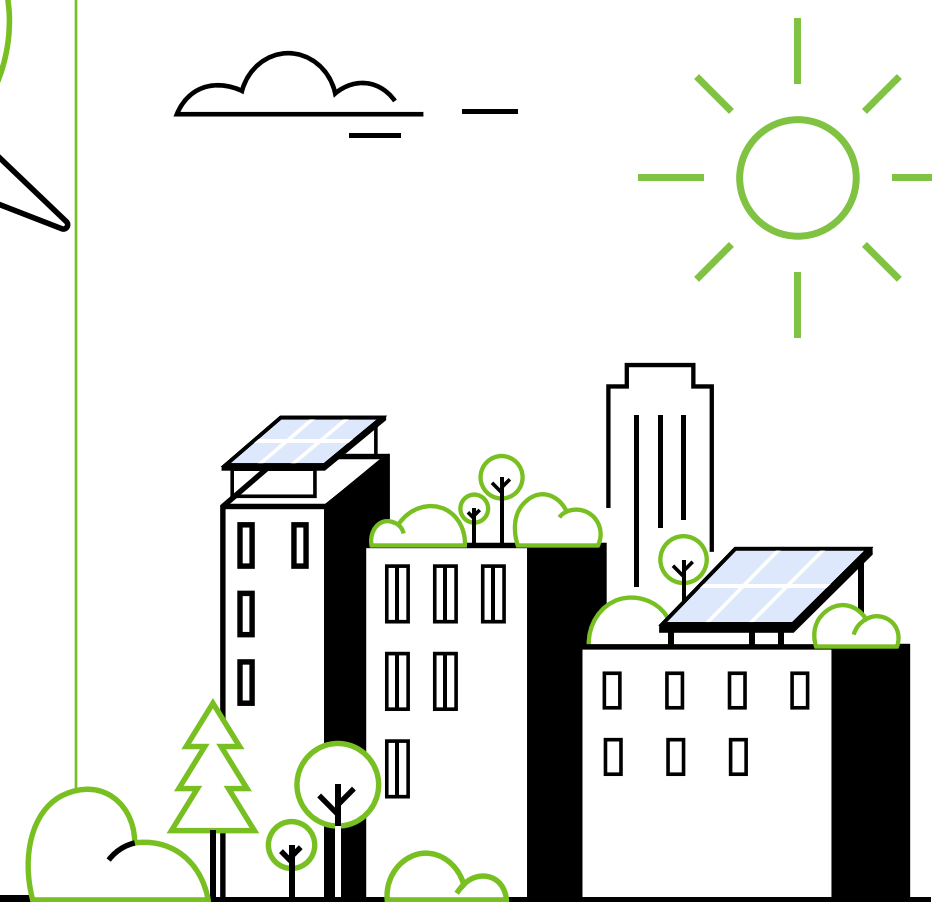
As empresas precisam de se transformar, para serem parte da resposta aos problemas globais que enfrentamos, e para poderem assegurar a sua própria sustentabilidade.



8

**ESTA TRANSFORMAÇÃO
É TAMBÉM UMA ENORME
OPORTUNIDADE**

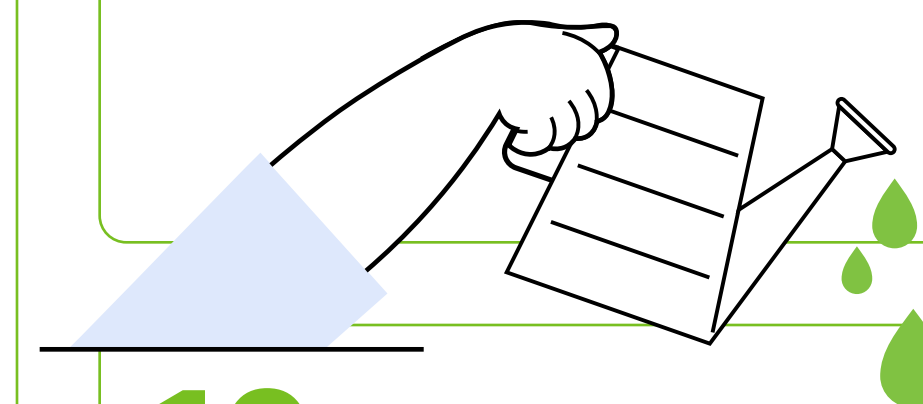
A transição para uma sociedade mais sustentável abre um enorme leque de oportunidades para as empresas. No caso da LEROY MERLIN, esta transição traz a possibilidade de desenvolvermos produtos e serviços para o mercado que contribuem para a sustentabilidade.



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.



10

**MOVE-NOS UM
PROPÓSITO COMUM**

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



Quem somos



02

Quem Somos

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

A LEROY MERLIN encontra-se em plena evolução, num processo de transformação que visa posicionar a empresa como uma organização contributiva – isto é, uma empresa que gera impactos positivos e promove a mudança do modelo económico vigente.

Esta transição rumo a uma empresa regenerativa é guiada pelo nosso plano estratégico, atualmente em vigor e com metas definidas até 2027. Este plano estabelece objetivos concretos que sustentam a passagem de uma empresa responsável para uma empresa contributiva, reforçando o nosso compromisso com um futuro mais sustentável.

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. **Ambicionamos, até 2027, ser uma empresa que:**

- Incorpora a performance financeira e não-financeira de forma global
- Contribui para os desafios da sociedade e para a mudança de modelo de desenvolvimento
- Tem uma estratégia de sustentabilidade fortemente ancorada no business model
- Vai além das obrigações legais no que toca a políticas e iniciativas

O CAMINHO EVOLUTIVO DA LEROY MERLIN

1

BUSINESS AS USUAL

- Concentração sobre a perenidade e geração de lucro
- Simples conformidade com a lei

2

RESPONSÁVEL

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

3

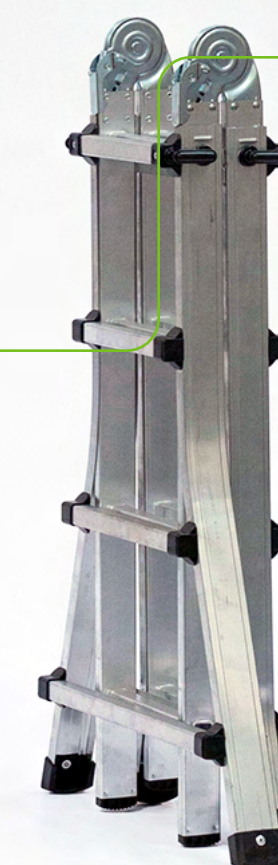
CONTRIBUTIVA

- 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

4

REGENERATIVA

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



Quem somos



02

Quem Somos

O que queremos dizer quando nos referimos ao Impacto Positivo?

A casa do Impacto Positivo ADEO

Na ADEO, elegemos a casa como símbolo visual da nossa visão para a criação de Impacto Positivo.

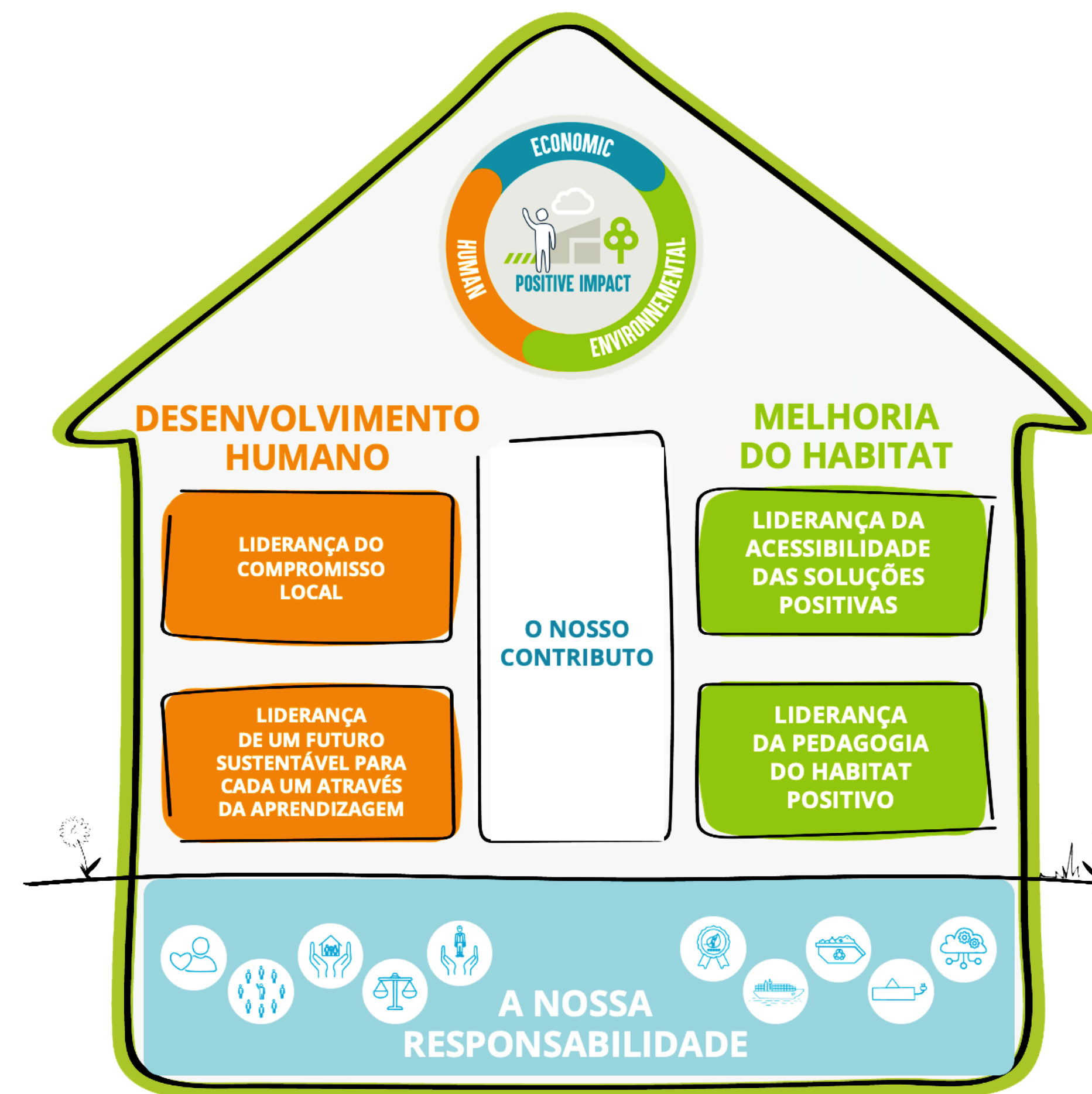
A base desta casa representa um conjunto de compromissos que designamos como “Responsabilidade”. Esta base sustenta dois pilares essenciais: a nossa contribuição para o **desenvolvimento humano** e a **melhoria do habitat**.

Esta imagem evidencia que consideramos certas temáticas como responsabilidades inegociáveis, compromissos que todos no grupo devem respeitar e resolver. Esta base sólida é indispensável para a construção de uma empresa sustentável, garantindo que conseguimos avançar para o próximo nível da nossa contribuição para a sustentabilidade.

Neste nível, aspiramos gerar Impacto Positivo de duas formas:

- Sobre as pessoas, promovendo o desenvolvimento humano.
- Sobre o habitat, contribuindo para a sua melhoria.

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



Quem somos



Quem Somos

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



A acessibilidade das soluções positivas

- Novos negócios
- Eco-inovações



A pedagogia do Habitat Positivo

- Colaboradores promotores do Habitat Positivo
- Rotulagem da performance ambiental do produto
- Pedagogia de melhor consumo



O compromisso com o local

- Emprego indireto Marketplace e circuitos curtos
- Solidariedade local



Na construção do futuro sustentável para cada um

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



Quem somos



02

Quem Somos

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

3 Pilares

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



1



Human Centric

Tudo o que fazemos é sobretudo com as pessoas e 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 tornarmo-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.

3 Bases

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

Cultura

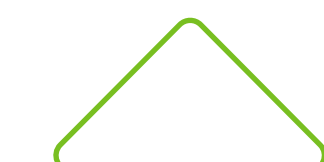
Tem a força de conseguir mover coerentemente toda a organização no sentido da sustentabilidade.

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.

Comunicação

Para conseguirmos passar a mensagem interna e externamente, e conseguirmos influenciar os stakeholders do nosso ecossistema no sentido desejado.



Quem somos



02

Quem Somos

Quais são as nossas prioridades?

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

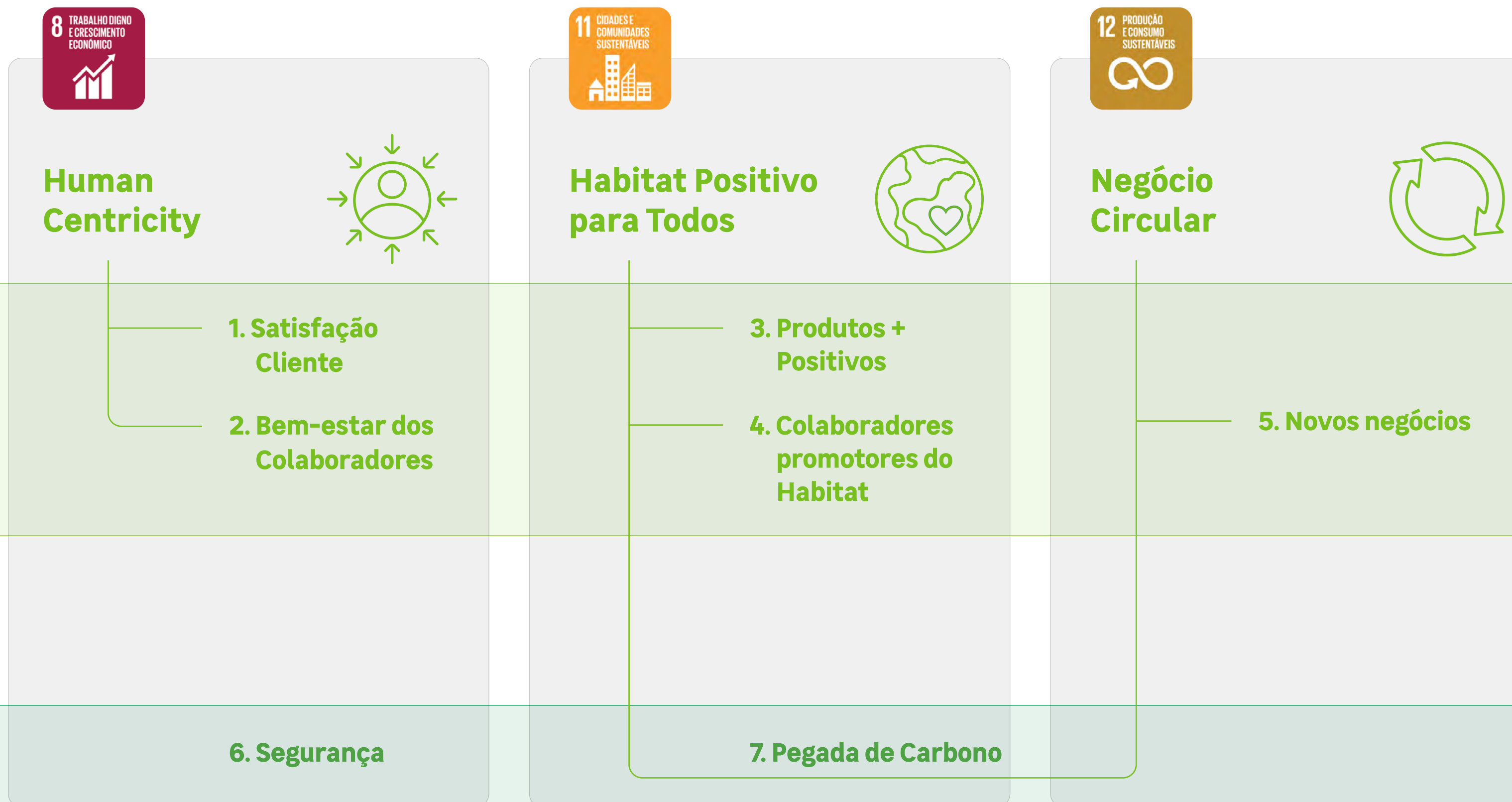
Em termos de prioridade, e como fator diferenciador da nossa marca, estamos a trabalhar **5 compromissos**:

- 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 vai estar focada em trabalhar, procurando atingir o impacto e cumprir com os compromissos preconizados.



Quem somos

Quem Somos

Porque escolhemos estes temas como prioritários?

As razões que sustentam a escolha destes temas são diversas, mas estão profundamente interligadas e são coerentes com os nossos objetivos estratégicos.

O nosso propósito maior é evoluir como organização, preservando e valorizando o património da nossa marca e a sua reputação. A LEROY MERLIN possui uma identidade única e diferenciadora, e o nosso compromisso é reforçar essa identidade enquanto avançamos no caminho para nos tornarmos numa empresa contributiva.

O fator humano sempre foi o nosso maior pilar. Somos uma organização centrada nas pessoas, orientada para criar valor tanto para os nossos Clientes como para os nossos Colaboradores. Este foco, que podemos resumir como "Human Centric" e "Human First", orienta tudo o que fazemos e reflete o nosso compromisso em trabalhar com as pessoas, pelas pessoas e para as pessoas.

Entre os temas prioritários, destacam-se:

Segurança como valor essencial

A segurança deve ser um elemento intrínseco à nossa cultura de trabalho, sobretudo entre os gestores operacionais. Promover uma cultura de segurança consolidada é indispensável para proteger e capacitar as nossas pessoas.

"Fazer da casa um lugar mais positivo para viver"

Este propósito reflete-se na nossa oferta de produtos e serviços sustentáveis. Adotámos uma abordagem holística à cadeia de abastecimento, projetando soluções que consideram todo o ciclo de vida dos produtos: desde a extração de matérias-primas até à reutilização e valorização após o consumo.

Impacto através do Cliente

Servimos diariamente milhares de Clientes e, por meio dessa interação, maximizamos o nosso impacto positivo. Os nossos Colaboradores, especialmente aqueles que têm contacto direto com os Clientes, desempenham um papel fundamental ao inspirar cada Habitante a transformar o seu habitat num espaço mais positivo.

Transformação do modelo de negócio

Reconhecemos que a nossa atividade é o maior gerador de impacto social, económico e ambiental. Por isso, comprometemo-nos a evoluir para um modelo de negócio sustentável, onde a circularidade se assume como um pilar estratégico. Esta abordagem responde à crescente preocupação dos consumidores e às pressões globais sobre o acesso a matérias-primas e à redução do impacto ambiental da cadeia de abastecimento.

A organização e priorização destes compromissos foram concebidas para facilitar a implementação da nossa estratégia de Impacto Positivo. Criámos um ecossistema interno robusto, composto por organismos e papéis dedicados à operacionalização desta estratégia, bem como canais de escuta que informam e enriquecem a nossa reflexão estratégica.

Desta forma, garantimos que estamos alinhados com as necessidades do presente e preparados para os desafios do futuro, sempre fiéis ao nosso propósito e aos nossos valores.



B

BASE PAV LAM
AXTON PLUS



Quem somos



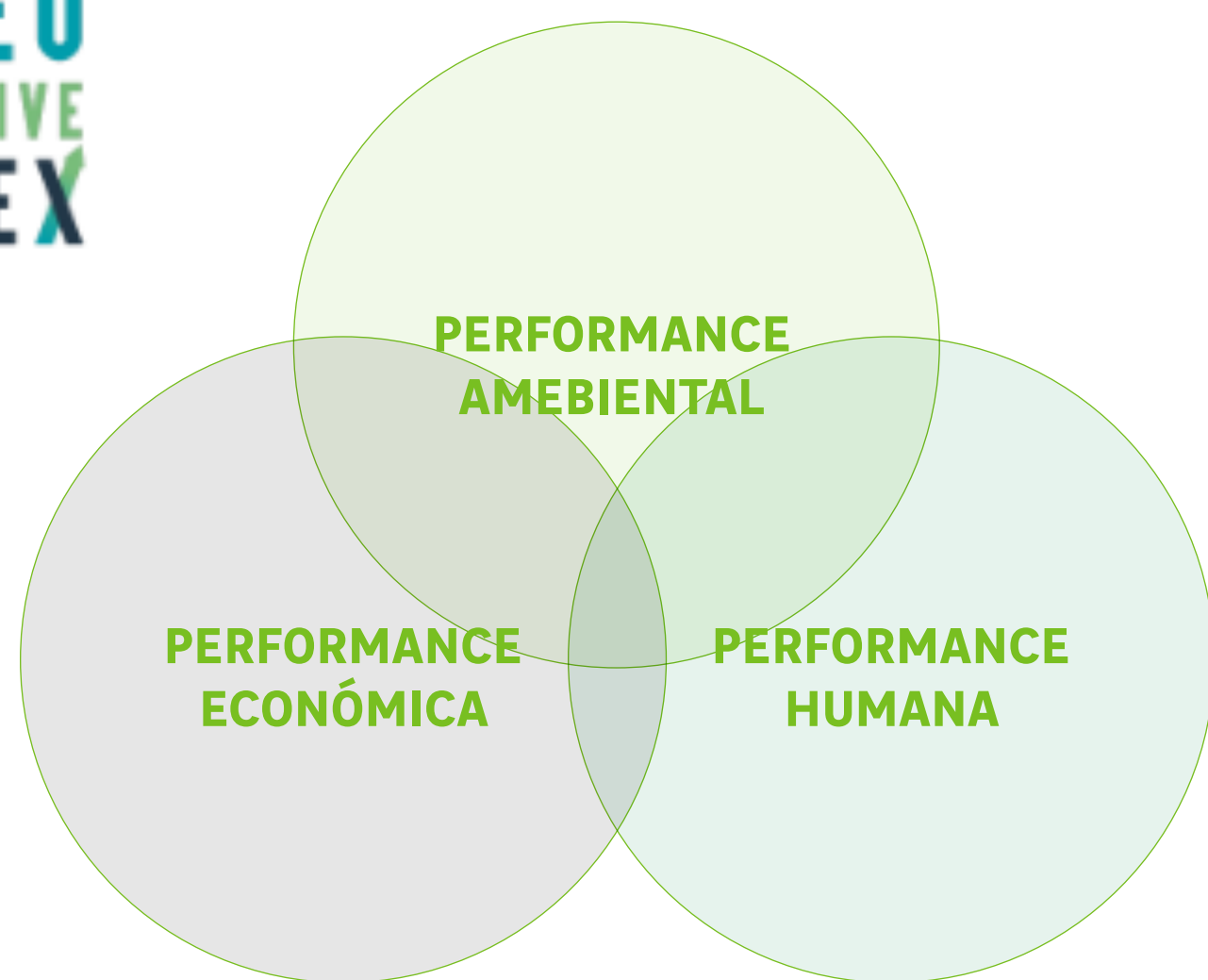
02

Quem Somos

2.2.1 Adeo Positive Index

Os nossos Compromissos são medidos a nível do grupo através do ADEO Positive Index (API), um conjunto de **13 indicadores** que, no seu conjunto, medem a nossa capacidade de criar impacto no **desenvolvimento humano** e na **melhoria do Habitat** na empresa em 2024.

Em 2024, num contexto de inovação e evolução contínua, incorporámos os resultados da performance humana e ambiental no valor da ação Valadeo. Com esta alteração o valor da ação da empresa deixou de estar apenas relacionado com os resultados financeiros, passando a considerar os resultados ambientais e sociais.



DESENVOLVIMENTO HUMANO	MELHORIA DO HABITAT
Índice de frequência de acidentes	Vendas de produtos com score A, B e C, ou seja, produtos mais sustentáveis
Índice de gravidade de acidentes	Energia consumida de origem renovável
Colaboradores formados em Código de Conduta Ética	CO _{2e} âmbitos 1 e 2
Mulheres em cargos de gestão	CO _{2e} âmbito 3
Horas de formação por Colaborador	Vendas de produtos de eficiência energética (âmbito 4)
NPS Colaborador	Triagem de resíduos
	Fornecedores locais com código de compra responsável assinado



Quem somos



02

Quem Somos



2.3 Destaques 2024

Com que parceiros temos vindo a construir a nossa jornada de Impacto Positivo?

Parcerias

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.



Social

Habitat Positivo




Economia Circular

Reconhecimento de Mercado

LEROY MERLIN reconhecida como empresa líder em desempenho ESG

Somos a 9ª empresa no ranking geral das empresas mais responsáveis em ESG (Merco 2024).



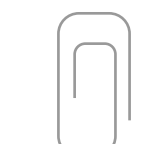
TOP EMPRESAS PORTUGUESAS MAIS RESPONSÁVEIS ESG
RANKING GERAL MERCADO RESPONSABILIDADE ESG

9º

6º Environment **10º** Social **21º** Governance



Quem somos



02

Quem Somos

2.4 Algumas das nossas conquistas em 2024

Desenvolvimento Humano

6,69

Índice de frequência

61,1

Horas de formação / ano / colaborador

0,27

Índice de gravidade

98,6%

Colaboradores formados no código de ética

36%

Mulheres managers

50

NPS Colaborador

Melhoria do Habitat

Emissões CO_{2e} Scope 1 & 2

-1,3%

Pegada de Carbono

-0,4%

Emissões CO_{2e} Scope 3



51,4%

Quota Parte Vendas **Produtos + Positivos** (Score A, B ou C)

+22%

Venda de produtos Eficiência energética scope 4

96%

Fornecedores com código de ética assinado

87,1%

energia verde consumida



Indicadores Nacionais

24 376

Clientes que compraram produtos ou serviços de negócios circulares

9^a

ranking das empresas em matéria de ESG (Merco 2024)

70%

colaboradores com currículo IP concluído

66%

colaboradores embaixadores

52

NPS cliente

12,9%

Turnover

2130

dias dedicados ao voluntariado



Quem somos



02

Quem Somos Principais iniciativas

Programa Casa digna

1



Este projeto mobilizou colaboradores da LEROY MERLIN para remodelações impactantes, reforçando o espírito de equipa e o compromisso social. Em 2024, foram dedicados 731 dias de voluntariado, beneficiando mais de 900 pessoas através da renovação de uma casa e 17 instituições.

Marketplace Segunda Vida

2



Lançamos o Marketplace Segunda Vida, iniciativa focada na venda de produtos sustentáveis na nossa plataforma online, reforçando o nosso compromisso com o desenvolvimento de novos Negócios Circulares.

Trajetória de descarbonização

3



Mais um passo em direção ao compromisso assumido pela LEROY MERLIN Portugal de se tornar uma empresa neutra em carbono até 2050

Certificação Lean and Green

4



A Certificação Lean & Green é crucial para a LEROY MERLIN Portugal, pois é um suporte na redução da pegada de carbono, otimiza processos e fortalece o compromisso ambiental, gerando eficiência e vantagem competitiva.

Projeto Cultura

5



Podcast "Nem de Propósito"

6



Estabelecimento do modelo de gestão de resíduos

7



Lançamento do Home Index

8



Segurança

9



Programa Vendas 5*

10



O projeto visa trazer mais otimização no processo de compra do cliente. Através desse processo, conseguiremos facilitar e melhorar a experiência de compra, além de otimizar resultados.



Quem somos



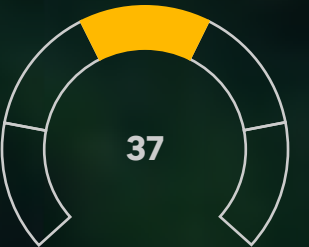
03

Casa do Impacto Positivo

- 3.1 Human Centric
- 3.2 Habitat Positivo para todos
- 3.3 Negócios Circulares



* Aparador elétrico
STERWINS EGT2-25.4
350W



Casa do Impacto Positivo



Casa do Impacto Positivo

3.1 Human Centric

3.1.1 Bem-estar colaborador

1. Porque é prioritário o compromisso com o bem-estar dos nossos Colaboradores?

A LEROY MERLIN ambiciona criar impacto positivo em áreas como a diversidade, inclusão, segurança e bem-estar dos seus colaboradores, colocando-os no centro da sua estratégia, sob o mote "Human First". Fazemo-lo porque acreditamos que uma equipa diversa e inclusiva reflete melhor a sociedade, e está melhor preparada para compreender e responder às necessidades dos nossos clientes. Como gostamos de dizer, "Somos uma casa onde Somamos à Diferença", com uma cultura de empregabilidade que valoriza cada pessoa e promove a justiça social.

A solidariedade interna é também um dos traços do nosso ADN. Apoiar os nossos colaboradores em momentos de maior vulnerabilidade melhora a sua qualidade de vida e das suas famílias, e fortalece a coesão e o espírito de entreatajuda dentro da

empresa, confirmando-nos como empresa onde cada pessoa conta e faz a diferença.

A segurança é a principal prioridade. Sabemos que um ambiente de trabalho seguro reduz acidentes, aumenta o bem-estar e impulsiona a produtividade. Por isso, temos implementado um sistema de gestão, que é melhorado continuamente com ações preventivas, campanhas de sensibilização e formação, e medidas adaptadas à realidade específica de cada um dos locais onde desenvolvemos a nossa atividade. Em 2024, continuámos a implementar o nosso sistema de gestão, garantindo um local de trabalho e um espaço de loja seguros para todos.

2. Quais os nossos pontos fortes?

- **Segurança como Prioridade:** Um sistema de gestão que é trabalhado diariamente, com embaixadores de segurança em cada espaço onde operamos, e que contrabalança medidas específicas para cada espaço com programas e campanhas de prevenção a nível nacional.
- **Diversidade e Inclusão:** Impulsionámos a inclusão de colaboradores com deficiência e aumentámos para 47% a presença feminina em cargos de manager.

- **Bem-estar e Desenvolvimento:** Temos desenvolvido um programa de benefícios, formação contínua e mobilidade interna para garantir satisfação e crescimento profissional.
- **Apoio aos Colaboradores:** Mantivemos o programa "Colega Mudei-te a Casa", distribuímos vouchers para apoio familiar e oferecemos descontos em produtos sustentáveis.



Casa do Impacto Positivo



Casa do Impacto Positivo

3. Em quais áreas precisamos de nos focar e trabalhar para progredir?

- **Recrutamento Inclusivo:**
Aumentar a percentagem de colaboradores com deficiência e expandir parcerias para promover a empregabilidade inclusiva.
- **Igualdade de Oportunidades:**
Impulsionar o desenvolvimento das mulheres em cargos de liderança e reforçar a monitorização do *Gender Pay Gap*, assegurando equidade salarial e igualdade de oportunidades.
- **Segurança Reforçada:**
Acelerar o cumprimento de metas até 2026, promovendo um maior envolvimento das equipas e ajustando as estratégias com base nos indicadores.
- **Equipa Diversa e Representativa:**
Continuar a construir uma equipa que reflita a pluralidade da sociedade, compreendendo melhor as necessidades dos nossos clientes.



- **Aumentar o nosso Impacto Social:**
Ampliar o alcance das iniciativas de apoio aos colaboradores e medir mais eficientemente os seus benefícios.
- **Envolvimento e Comunicação:**
Reforçar a sensibilização sobre os programas disponíveis de modo a garantir uma maior adesão.

4. Quais os objetivos que temos para o futuro?

- **Inclusão e Diversidade:**
Em 2025, pretendemos implementar programas de aceleração de competências para mulheres, reforçar o recrutamento inclusivo e fortalecer o combate à discriminação.
- **Segurança e Prevenção:**
Queremos continuar a reforçar os processos e rotinas para reduzir sinistros, e obter a certificação ISO 45001 em vinte e quatro estabelecimentos. Além disso, pretendemos também atualizar e otimizar as formações, garantindo uma qualificação contínua aos nossos colaboradores.
- **Bem-Estar e Envolvimento:**
Em 2025 temos como objetivo o reforço do programa de bem estar, focado num plano de saúde integrado e robusto que teve como inspiração o livro verde para a segurança e saúde no trabalho. Pretendemos desenvolver um plano anual que agregue todas as iniciativas de

bem-estar de forma holística, reduzindo os ciclos de escuta dos colaboradores para dois momentos anuais, permitindo um maior foco na implementação de melhorias.

- **Apoio e Qualidade de Vida:**
Ambicionamos melhorar programas como o "Colega Mudei-te a Casa", aumentar o suporte financeiro para mitigar impactos de crises económicas, e reforçar as iniciativas de bem-estar físico, mental e emocional.

Divulgamos em seguida as iniciativas e progresso feito nas áreas do:

→ BEM-ESTAR

→ SOLIDARIEDADE INTERNA

→ DIVERSIDADE E INCLUSÃO

→ SEGURANÇA



Casa do Impacto Positivo



03

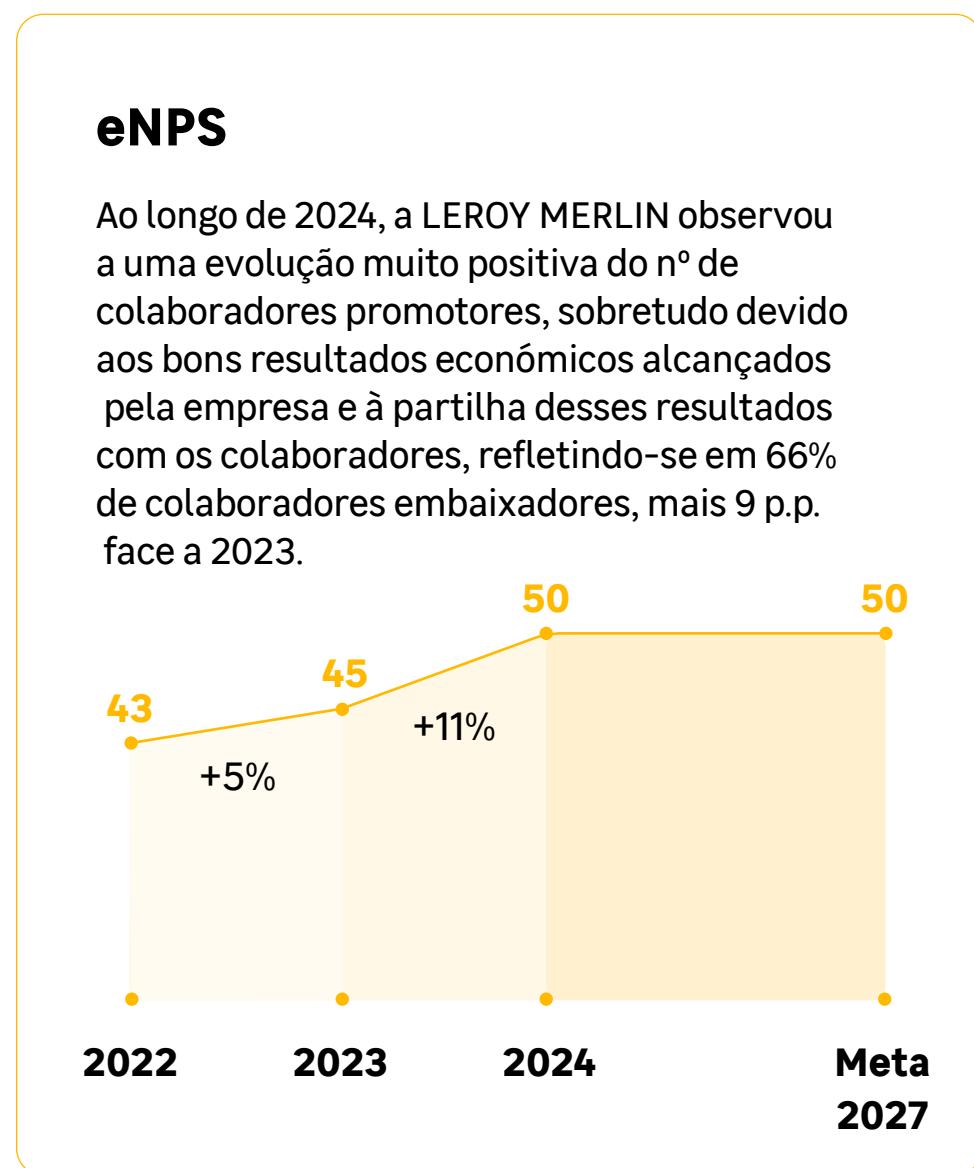
Casa do Impacto Positivo

BEM-ESTAR

O nosso desempenho em 2024

O resultado do eNPS, indicador que traduz a satisfação da equipa LEROY MERLIN, alcançou, em 2024, o objetivo definido para este indicador em 2027. O aumento deveu-se a uma segunda vaga de escuta bastante positiva, que se refletiu nesta evolução. A satisfação com as iniciativas de bem-estar da empresa também registaram uma evolução positiva, com um aumento de 6 p.p. face ao ano anterior.

Este progresso foi consequência da implementação e divulgação de várias iniciativas de bem-estar, nos seus diferentes eixos (físico, financeiro e mental).



Bem-estar

Indicador	2024 vs 2023
Colaboradores embaixadores	66%
Colaboradores acionistas elegíveis	99,5%
Cultura da Partilha	81%
Satisfação com Iniciativas de Bem-Estar Global	67%
Turnover Voluntário Efetivos	13%

Em que iniciativas de bem-estar estivemos focados em 2024?

1. Estudo de Riscos Psicossociais

A saúde mental e o bem-estar dos colaboradores ocupam um lugar central nas estratégias organizacionais da atualidade. Numa empresa de serviços como a LEROY MERLIN, estes são temas prioritários, o que requer que nos dediquemos a compreender e mitigar os riscos psicossociais.

Foi esta análise que reforçamos em 2024, com o objetivo de mapear e compreender os riscos psicossociais que afetam os colaboradores. Este estudo foi concebido para diagnosticar as causas que influenciam o bem-estar mental das equipas, permitindo uma atuação mais direcionada e eficaz na promoção de um ambiente de trabalho saudável.

Para a recolha de dados, foi desenvolvido e enviado um questionário a todos os colaboradores da empresa. Este foi o primeiro ano em que o estudo abrangeu a totalidade da população, representando um marco na abordagem aos desafios relacionados com o bem-estar dos colaboradores.

Os resultados do estudo, complementados pela informação obtida nos momentos regulares de escuta do colaborador (EXI), oferecem uma visão mais abrangente e detalhada sobre as necessidades das equipas. Esta combinação de dados permite à empresa agir de forma mais precisa e estratégica nas questões que impactam a saúde mental e o bem-estar no trabalho.

A periodicidade deste estudo foi definida para cada dois anos, assegurando a continuidade do acompanhamento e a atualização das medidas implementadas. Desta forma, a LEROY MERLIN reforça o seu compromisso em cuidar das pessoas e em promover um ambiente de trabalho que priorize o equilíbrio e a satisfação de todos.

2. Plano de Formação no âmbito de Bem-Estar Mental

Reconhecendo a importância de capacitar as equipas para lidar com os desafios relacionados com o bem-estar mental no local de trabalho, a LEROY MERLIN desenvolveu um plano de formação focado em primeiros socorros psicológicos, e no papel dos líderes na promoção da saúde mental.



Casa do Impacto Positivo



Casa do Impacto Positivo

Este plano foi concebido como resposta aos resultados do Estudo de Riscos Psicossociais, com especial atenção aos Recursos Humanos de Operações e aos Managers dos estabelecimentos com desafios identificados.

O plano inclui duas ações de formação principais:

1) Primeiros Socorros Psicológicos

O objetivo desta formação é ensinar os participantes a prestar apoio imediato em situações de crise, utilizando intervenções simples e eficazes para estabilizar emocionalmente pessoas que enfrentaram eventos traumáticos.

2) Torna-te um Líder do Bem-Estar

A formação visa capacitar os managers para se auto-regularem, promovendo e cuidando da saúde mental das suas equipas. A ação destaca a importância do bem-estar no ambiente laboral e a necessidade de uma maior literacia em saúde mental.

Inicialmente, estas formações foram direcionadas para os RH Operações e managers das unidades mais desafiantes, .desafiadas, sendo um primeiro passo na implementação deste plano. A médio prazo, pretende-se alargar estas ações aos restantes managers e colaboradores interessados em desenvolver competências na área do bem-estar mental, reforçando assim o compromisso da LEROY MERLIN com um ambiente de trabalho mais saudável e equilibrado.

3. Podcast "Cuida Bem"

Com o propósito de desmistificar temas ainda considerados tabu, e combater a desinformação em torno do bem-estar, a LEROY MERLIN lançou em 2024 o seu primeiro podcast interno, dedicado exclusivamente a esta temática.

Sob o título "Cuida Bem", a iniciativa tem como objetivo principal aumentar a literacia dos colaboradores em temas relacionados com o bem-estar, proporcionando conteúdos credíveis, acessíveis e de fácil compreensão.

Dirigido a todos os colaboradores da empresa, o podcast iniciou-se com um foco no bem-estar mental, abordando tópicos relevantes e práticos. Durante o ano, foram lançados cinco episódios, com periodicidade quinzenal, cada um acompanhado de ferramentas interativas, como um quiz de autoavaliação e uma folha com dicas práticas para reduzir ou prevenir os impactos dos riscos abordados.

Esta iniciativa teve uma taxa média de visualização, tanto ao vídeo ou áudio do podcast como às ferramentas disponibilizadas, de 32,5%.

No futuro, perspectivamos o alargamento dos temas abordados no "Cuida Bem" abrangendo tópicos sobre o bem-estar físico e financeiro em 2025. Com este reforço pretendemos continuar a disponibilizar esta ferramenta contínua e versátil, no apoio ao equilíbrio e saúde global dos colaboradores. Este projeto reforça o compromisso da LEROY MERLIN em cuidar das suas pessoas, promovendo uma cultura organizacional que valoriza o bem-estar e a informação acessível a todos.



Enquanto líder, considero que me identifico e me preocupo de forma comprometida pelo bem estar dos meus colaboradores.

Ambiciono prioritariamente o seu bem estar físico, mental e emocional de forma saudável e simples, fundamentando que colaboradores felizes e motivados, estabelecem a melhor relação com o cliente e são impulsionadores de produtividade, o que impacta positivamente os resultados, e por consequência um melhor equilíbrio pessoal/ familiar.

O foco no desenvolvimento de iniciativas de bem estar no contexto de trabalho, é algo que estimulo e acompanho, e cada vez mais o encaro como Plano de Desenvolvimento Individual, devido também à tipologia de perfil lidero enquanto ser humano/Diretora da Loja do Colombo/Fila Saúde e Higiene do Trabalho na Zona de Vida Lisboa Este.

Carla Teixeira
Colombo



Casa do Impacto Positivo



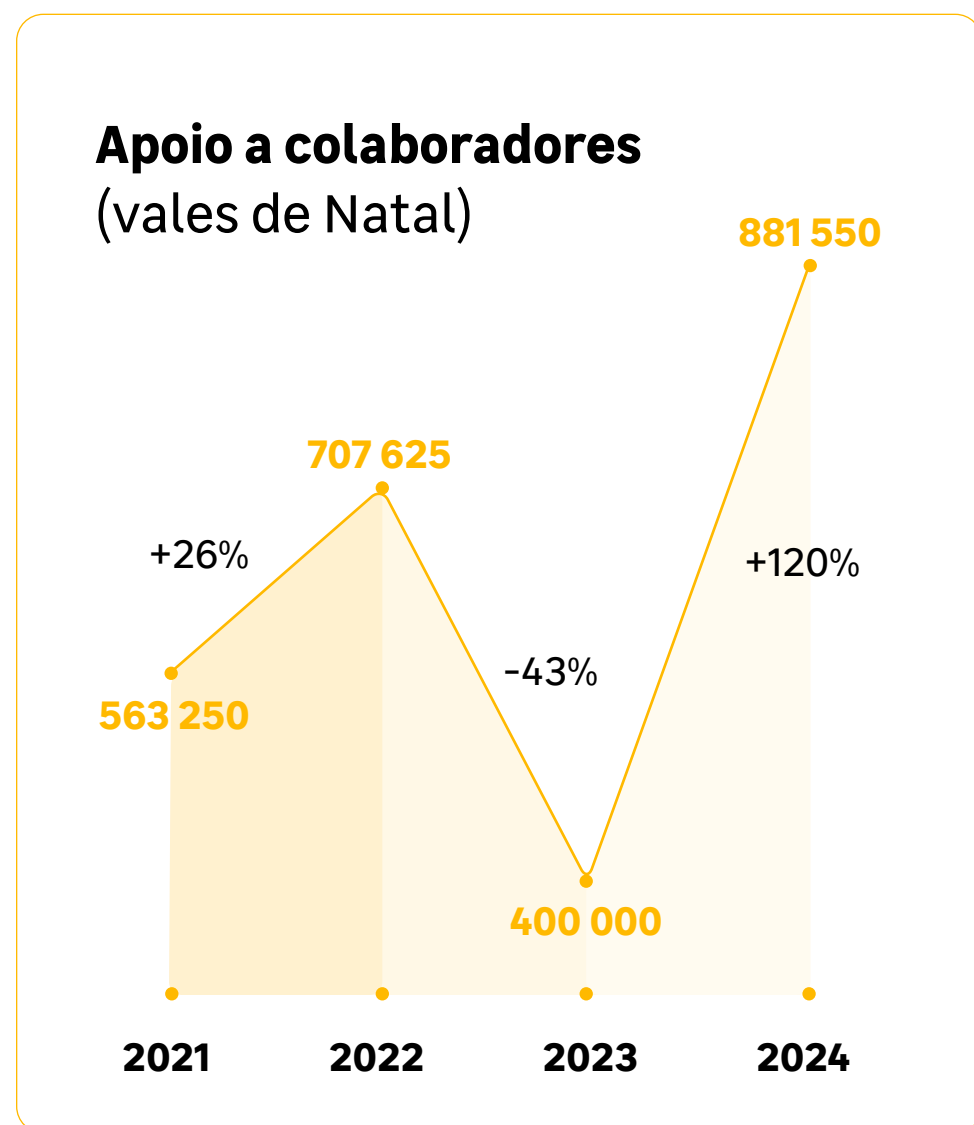
03

Casa do Impacto Positivo

SOLIDARIEDADE INTERNA

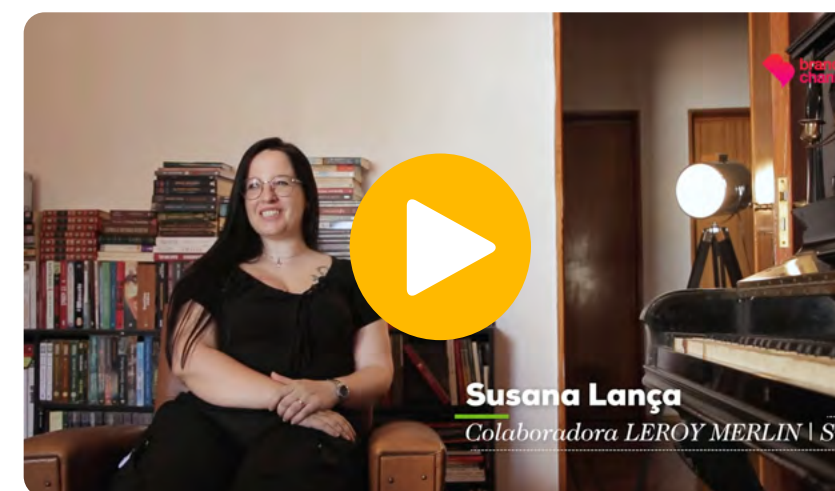
O nosso desempenho em 2024

Em 2024 a LEROY MERLIN manteve o empenho em apoiar os seus colaboradores que mais precisam, através de diversas iniciativas. Um dos programas a que demos continuidade foi o “Colega, Mudei-te a Casa”, um projeto de reabilitação habitacional para os colaboradores LEROY MERLIN. Em 2024 terminámos os 20 projetos de reabilitação habitacional que tínhamos lançado em 2023, ano em que a LEROY MERLIN completou 20 anos em Portugal, e lançámos 14 novos projetos. No Natal, voltámos a apoiar os nossos colaboradores com a oferta de vales de Natal, num investimento de cerca de 880 mil euros, mais 120% que no ano anterior.



Solidariedade Interna	
Indicador	2024 vs 2023
Colaboradores apoiados em situação de emergência	14
Investimento da empresa para melhoria do habitat de todos os colaboradores	56 000€
Desconto adicional em Produtos + Positivos	150
Colaboradores do Universo ADEO apoiados pelo Fundo Solidário ADEO	620

Em que iniciativas de solidariedade estivemos focados em 2024?



1. Colega Mudei-te a Casa

O bem-estar e a satisfação dos nossos colaboradores no trabalho estão intimamente ligados às suas condições pessoais e sociais, nomeadamente, às condições e qualidade da sua habitação. Compreendendo esta realidade, procuramos apoiar aqueles que enfrentam situações de vulnerabilidade habitacional, ajudando a melhorar as suas condições de vida e a reduzir os impactos dessa realidade no seu desempenho profissional.

A iniciativa "Colega, Mudei-te a Casa" foi criada com o objetivo de mitigar situações de vulnerabilidade habitacional enfrentadas por alguns dos colaboradores

da LEROY MERLIN, reforçando o compromisso da empresa com o bem-estar e a qualidade de vida das suas pessoas.

Em 2023, no âmbito das celebrações dos 20 anos da LEROY MERLIN em Portugal, foram realizados 20 projetos de reabilitação habitacional, marcando o início desta ação solidária. A edição de 2024/2025 dá continuidade a este impacto positivo, prevendo o apoio a mais 14 projetos de remodelação, com foco em divisões específicas das habitações dos colaboradores. O modelo de apoio prevê que a LEROY MERLIN participe até 75% do valor das obras, com um limite máximo de 3 000€, ficando os restantes 25% a cargo do colaborador. Este formato garante um apoio significativo na melhoria das condições de habitação, ajustando-se à realidade financeira da empresa e à casuística identificada.

Através desta iniciativa, a LEROY MERLIN reafirma o seu compromisso em criar um impacto direto e positivo na vida dos seus colaboradores, promovendo um ambiente de trabalho que valoriza não apenas o desempenho profissional, mas também a dignidade e o conforto pessoal.



Casa do Impacto Positivo



Casa do Impacto Positivo

2. Voucher Somamos + valor

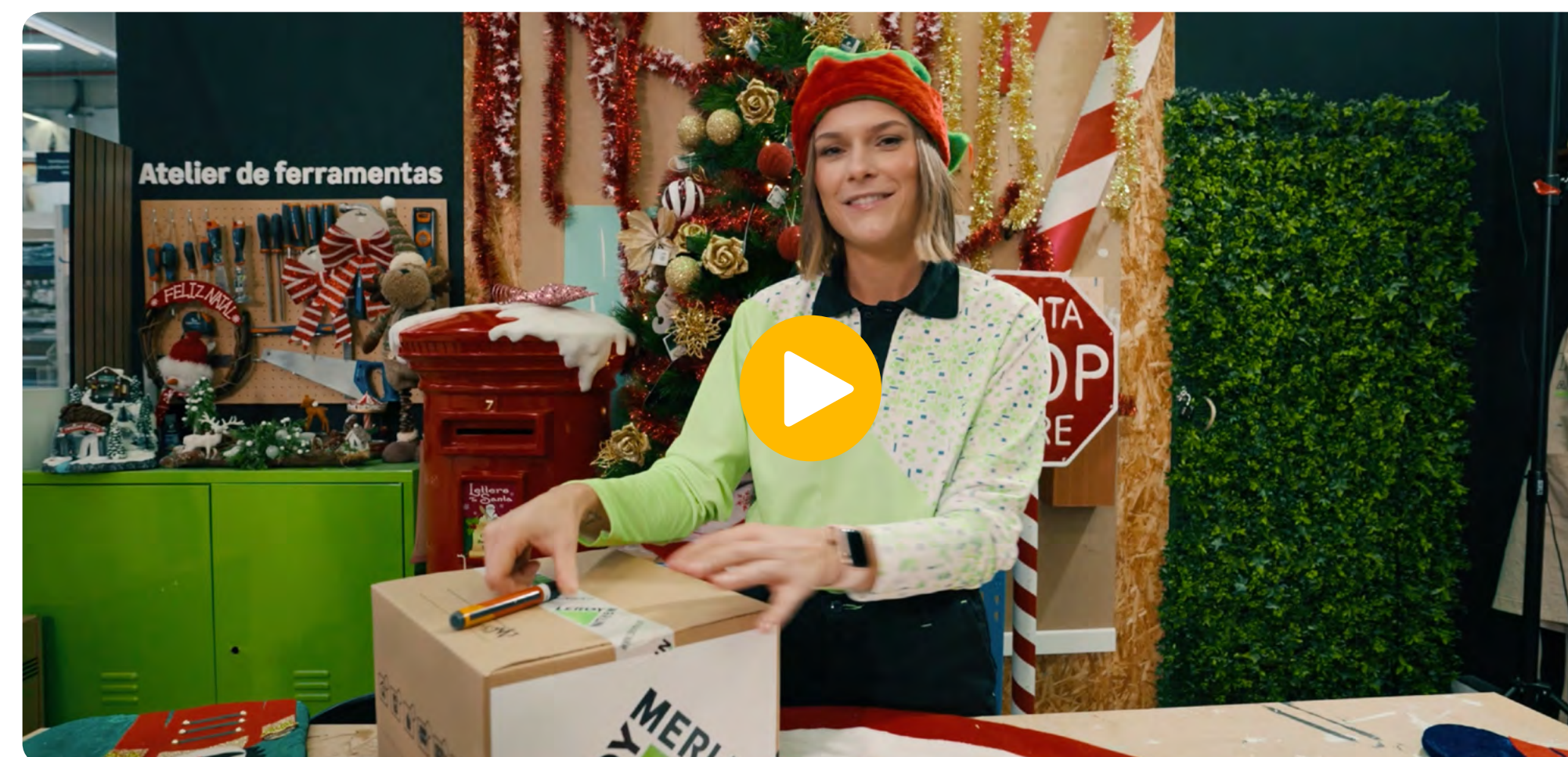
Com o objetivo de apoiar os nossos colaboradores em momentos de maior necessidade financeira, como o regresso às aulas e a preparação do Natal, a LEROY MERLIN lançou a iniciativa "VOUCHER || SOMAMOS + VALOR".

Nos últimos anos, a empresa tem oferecido um voucher Auchan, mas em 2024 decidimos apostar na flexibilização e personalização dos benefícios. Assim, todos os colaboradores elegíveis receberam 150 pontos, convertíveis em vouchers digitais, na plataforma SOMA Vantagens, que podem ser convertidos em 150€, permitindo-lhes escolher o momento e a oferta que melhor se ajusta às suas necessidades, seja para o regresso às aulas ou para a preparação do Natal.

Esta abordagem visa proporcionar um apoio mais flexível e relevante, adaptando-se às preferências individuais de cada colaborador. A disponibilização do voucher é feita conforme a casuística e a disponibilidade financeira da empresa, garantindo que o apoio seja ajustado às circunstâncias de cada ano.

3. Oferta de Natal

Com o objetivo de reforçar o momento de celebração do Natal, a LEROY MERLIN oferece aos seus colaboradores uma oportunidade especial para tornar esta época ainda mais significativa. Nos últimos anos, a empresa ofereceu um Cabaz de Natal com produtos da época, mas em 2024 decidimos apostar na flexibilização e personalização desta oferta. Assim, a todos os colaboradores elegíveis, foram atribuídos 40 pontos na plataforma SOMA Vantagens, que podiam ser convertidos



em 40€, permitindo aos colaboradores escolherem a oferta que mais lhes fizesse sentido para celebrar o Natal.

Os colaboradores puderam converter os 40 pontos em várias opções, tais como:

- 1) Vouchers digitais no valor de 40€ nas marcas parceiras;
- 2) O tradicional Cabaz de Natal físico, composto por bacalhau, vinho, azeite, queijo e chocolate.

Além disso, este ano introduzimos uma novidade: a possibilidade de converter parte ou a totalidade dos 40€ em donativos para o Fundo Solidário ADEO, permitindo aos colaboradores contribuir para uma causa nobre durante esta época de solidariedade.

Esta iniciativa visa proporcionar um Natal mais personalizado e relevante, alinhando-se com os valores da empresa e a diversidade de preferências dos seus colaboradores.

Casa do Impacto Positivo

4. Bolsas de Mérito

A LEROY MERLIN acredita na importância de apoiar a educação e o desenvolvimento dos filhos dos seus colaboradores, reconhecendo e incentivando o mérito académico como forma de valorizar o esforço e a dedicação. Através da iniciativa "Bolsa de Mérito", lançada em 2024, a empresa reconhece e valoriza o esforço e a dedicação dos alunos que alcançam elevados resultados escolares.

Em 2024, foram atribuídas 10 bolsas de estudo, sendo 6 delas para o ensino secundário, no valor de 450€, e 4 para licenciatura e mestrado, no valor de 600€. Estas bolsas são destinadas a alunos com uma classificação média igual ou superior a 17 valores, mediante o cumprimento de critérios estabelecidos pela empresa. Com esta iniciativa, a LEROY MERLIN reforça o seu compromisso com o desenvolvimento pessoal e académico das futuras gerações, apoiando o percurso educacional daqueles que são também parte da sua comunidade, os filhos dos seus colaboradores.

5. Alargamento dos benefícios sociais

Na LEROY MERLIN continuamos a apostar no alargamento e na personalização dos benefícios sociais, proporcionando aos colaboradores uma maior flexibilidade e vantagens financeiras ajustadas às suas necessidades individuais.

Em 2024, foram acrescentados dois novos benefícios sociais: o Passe Social e a Tecnologia Profissional, ambos desenhados a pensar nas necessidades específicas dos colaboradores. Além de oferecer uma vantagem financeira, esta iniciativa reforça o nosso compromisso em adaptar e personalizar os benefícios, garantindo que cada um dos mais de 6000 colaboradores, ou "líderes", tenha opções que melhor se ajustem às suas necessidades individuais. A LEROY MERLIN continua a evoluir para proporcionar um pacote de benefícios mais completo, flexível e relevante, criando um ambiente de trabalho que valoriza a diversidade e o bem-estar de todos.



Casa do Impacto Positivo



03

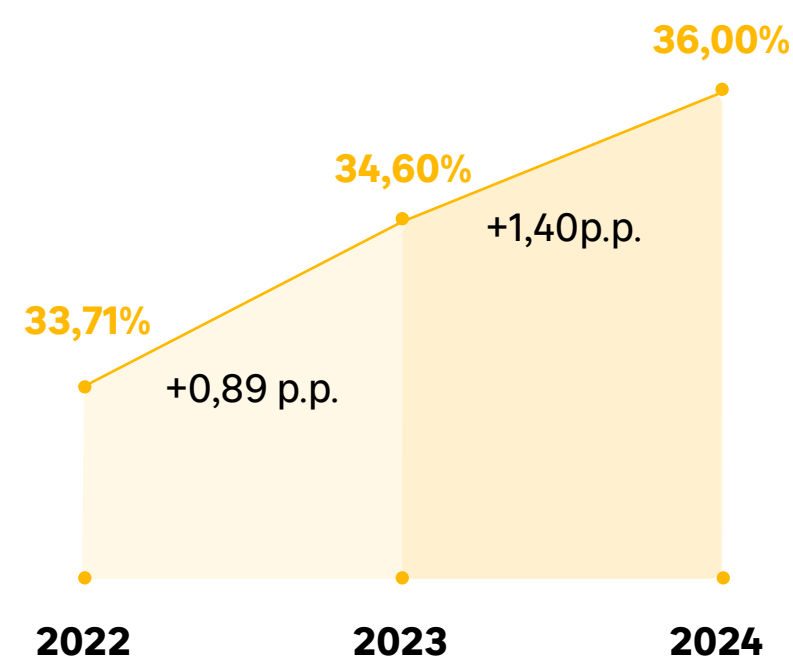
Casa do Impacto Positivo

DIVERSIDADE E INCLUSÃO

O nosso desempenho em 2024

Ao longo de 2024, mantivemos o nosso compromisso com a inclusão e a diversidade dos colaboradores, sendo de destacar o aumento em 2% da percentagem de mulheres com cargos de direção. Registámos ainda um aumento em 3 p.p. de mulheres em missões de gestão, bem como um aumento, em 24%, do número de nacionalidades presentes na LEROY MERLIN.

Percentagem de mulheres com cargos de direção estratégicos



Diversidade e inclusão

indicador	2024 vs 2023
Colaboradores	6 217
Contratações resultantes de recrutamento interno	N.D.
Percentagem de Mulheres na direção geral (CODIR)	25%
Percentagem de mulheres em missões de gestão	47%
Percentagem de mulheres com cargos de direção estratégicos	36%
Percentagem de Colaboradores com deficiência	1,11%
Percentagem de mulheres líderes na empres	48%
Colaboradores - mulheres	47,8%
Colaboradores - homens	52,2%
Colaboradores - menos de 25 anos	9,2%
Colaboradores - entre 25 e 34 anos	37,7%
Colaboradores - entre 35 e 44 anos	34,3%
Colaboradores - entre 45 e 54 anos	16,1%
Colaboradores - entre 55 e 64 anos	2,7%
Colaboradores - mais de 65 anos	0,05%
Nacionalidades na empresa	31

Em que iniciativas de diversidade e inclusão estivemos focados em 2024?



1. Comunidade Somar à Diferença

Na LEROY MERLIN, como empresa signatária da APDI (Associação Portuguesa para a Diversidade e Inclusão), temos o compromisso de contribuir positivamente para a sociedade, criando uma cultura de trabalho inclusiva e um ambiente onde todos podem ser autênticos.

É com este propósito que temos feito o nosso caminho em direção à diversidade e inclusão, com base num trabalho contínuo e em constante evolução, que só é possível com a definição de planos de ação e



Casa do Impacto Positivo



Casa do Impacto Positivo

iniciativas com base na nossa estratégia. Reconhecendo o estado atual da nossa empresa, identificamos a oportunidade e a necessidade de criar uma comunidade dedicada à Diversidade e Inclusão, com o propósito de promovermos, impulsionarmos e fortalecermos o tema na nossa empresa.

Acreditamos que a colaboração e as perspectivas diversificadas deste grupo de trabalho serão os pilares importantes para o progresso e a evolução contínua das nossas práticas de Diversidade e Inclusão.

A comunidade Somar à Diferença é um grupo de trabalho que tem como missão zelar pela Diversidade e Inclusão na nossa empresa, apoiar as ações do Programa Somar à Diferença e disseminar a cultura de Diversidade e Inclusão na nossa empresa. Tem como principal objetivo promover e impulsionar a diversidade e inclusão, fortalecendo as ações e iniciativas da nossa empresa para uma cultura cada vez mais inclusiva.

As responsabilidades da Comunidade Somar à Diferença têm por base:

- Propor e apoiar as ações de D&I na nossa empresa
- Serem porta-vozes dos colaboradores e trazer temas para debate
- Serem embaixadores da Semana da Diversidade e Inclusão
- Incentivar e envolver os colaboradores nas iniciativas que promovam a D&I
- Garantir a implementação e dinamização interna/local das iniciativas lançadas
- Apoiar no estabelecimento de parcerias com entidades e instituições sociais e garantir as boas relações com as entidades externas e comunidades locais. (parceria com o comitê da partilha, animador de comunidades e embaixador de Impacto positivo)
- Contribuir para os KPIs da D&I da LEROY MERLIN

2. Dinamização do Calendário D&I

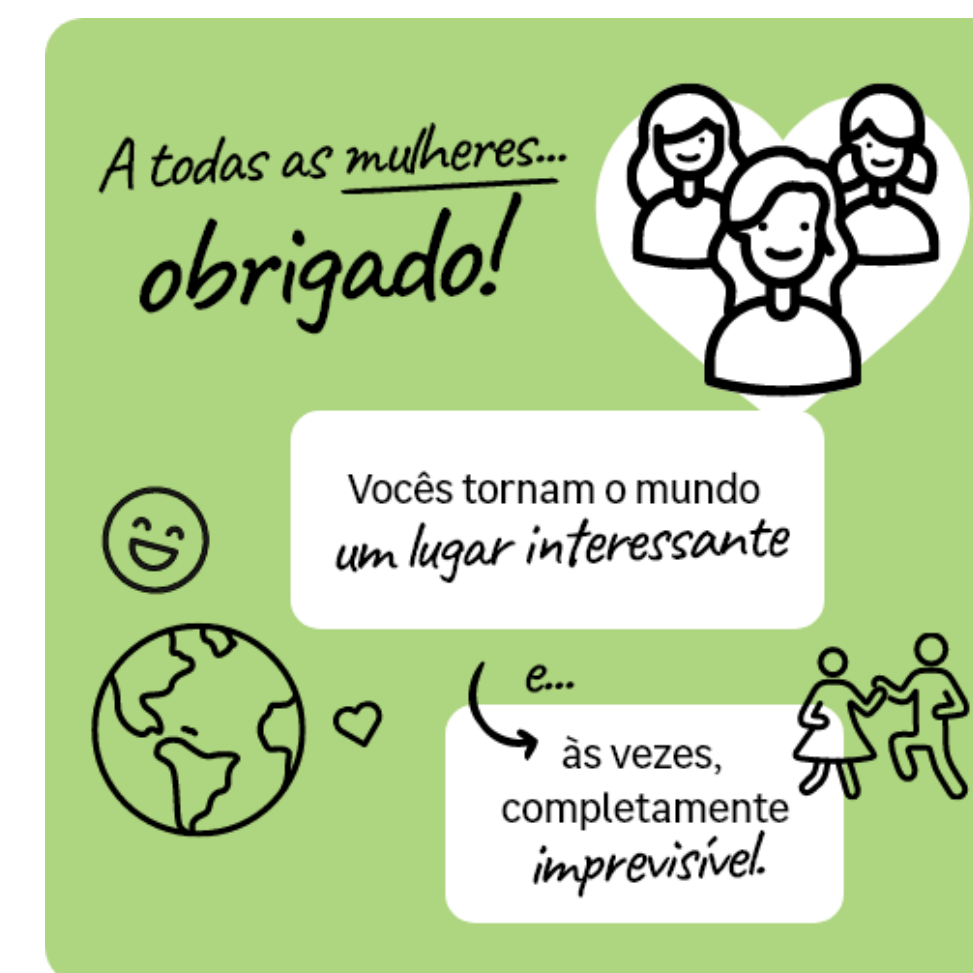
Porque queremos Somar à Diferença, importa sensibilizar os nossos colaboradores sobre a importância do papel de cada um de nós na promoção de um ambiente mais inclusivo, através de diversas iniciativas globais e locais ao longo do ano.

Do calendário D&I destacam-se **duas iniciativas realizadas em 2024:**

1) Dia Internacional da Mulher:

Juntámo-nos ao movimento internacional Women's Day **#inspireinclusion** e inspiramos a inclusão. Foi com base neste movimento, e com base na nossa cultura da partilha do QUERER, que reforçamos o nosso compromisso com a igualdade de género e com a inclusão, através de várias iniciativas que aconteceram durante a semana:

- Inspirar as nossas Mulheres com a dinamização do Workshop Power Woman “Desenvolve as tuas Power Skills”
- Inspirar a ensinar a Comunidade com Workshops “Mãos à Obra” em parceria com o Centro Porta Amiga - AMI, onde tivemos as nossas colaboradoras



especialistas a ensinar e a transmitir o seu conhecimento em Bricolage a mulheres em situação vulnerável.

- Inspirar a desafiar estereótipos através de um vídeo com as nossas colaboradoras que inspiram outras mulheres e nos mostram que não existem tarefas impossíveis.
- Inspirar com resultados, onde divulgámos os nossos indicadores: 48% Mulheres, 47% Mulheres Managers, 36% Mulheres em cargos de direção estratégicos.



Casa do Impacto Positivo

2) A 2ª Semana de D&I:

Uma semana onde celebramos e promovemos a Diversidade & Inclusão na nossa empresa, através de diversas iniciativas globais e locais.

O ano de 2024 teve como mote “Eu faço a diferença” e contámos com a divulgação e boas-vindas à Comunidade Somar à Diferença, Vídeos como: "Eu faço a diferença", Dia Contra a Homofobia, Transfobia e Bifobia, com partilha de dados da atualidade "Sabias que?" para reforçar a importância do papel de cada um e dar a conhecer alguns dos colaboradores que temos contratado no âmbito inclusivo, voluntariado/workshops Mãos à Obra Inclusivos. Uma Semana dedicada à Diversidade e Inclusão e que impulsiona para uma dedicação e envolvimento diário ao longo do ano.

3. Recrutamento Inclusivo

A Diversidade & Inclusão está integrada na nossa Estratégia de Impacto Positivo, estando na base da Casa Impacto Positivo e, por isso, procuramos contribuir para o emprego pleno no nosso país e para o trabalho digno para pessoas com deficiência.

Para tal, procurámos estabelecer parcerias focadas com organizações que promovem a empregabilidade de pessoas com deficiência com o objetivo de integrar pessoas com deficiência, de forma a atingir 2% de colaboradores com deficiência.

Para além das iniciativas destacadas, ao longo de 2024 realizaram-se também **outras iniciativas e programas**, tais como:

Diversidade de género:

acompanhamento do Gender Pay Gap, guias de apoio da parentalidade e sessões de acompanhamento parental, participação em programas de mulheres.

Diversidade de capacidades:

recrutamento inclusivo (incluindo estágios), guia de recrutamento inclusivo, sessões de sensibilização sobre diferentes tipos de diversidade, adaptação do posto de trabalho, programa iguais (serviço de aconselhamento personalizado e confidencial com o parceiro Fundação Eurofirms, que está à disposição de todos os Colaboradores que

sintam necessidade de esclarecer dúvidas sobre o Atestado Médico de Incapacidade Multiuso).

Diversidade geracional: programa de trainees

Cultura inclusiva:

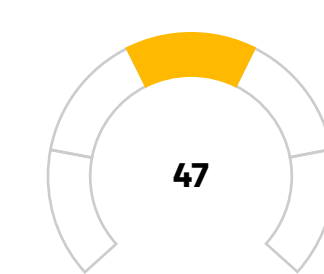
site oficial D&I, dinamização dos Inclusive Boosters (impulsionadores de inclusão, atitudes e comportamentos para aplicar no dia a dia), código de ética, Wispli (canal de escuta), formação de D&I, formação StOpE sobre sexismo, dashboard RH com indicadores de D&I.



O compromisso com a diversidade e inclusão é muito importante para a empresa e para os colaboradores. Existe maior criatividade e inovação, edifica a imagem da empresa e a tomada de decisões é mais eficiente pois a diversidade leva a decisões mais equilibradas e estratégicas. Para os colaboradores, trabalhar bem este tema também é importante.

Quando a D&I são promovidas, os colaboradores sentem-se respeitados e aceites e melhora a satisfação no trabalho. Equipas diversas aprendem a trabalhar melhor juntas. Equipas envolvidas num ambiente onde se vive a D&I, cria um clima mais positivo, mais empático, compreensivo, todos se sentem mais valorizados e motivados para serem mais e melhor e dessa forma, JUNTOS criamos a diferença.

Sofia Ribeiro
Braga



Casa do Impacto Positivo



03

Casa do Impacto Positivo

SEGURANÇA

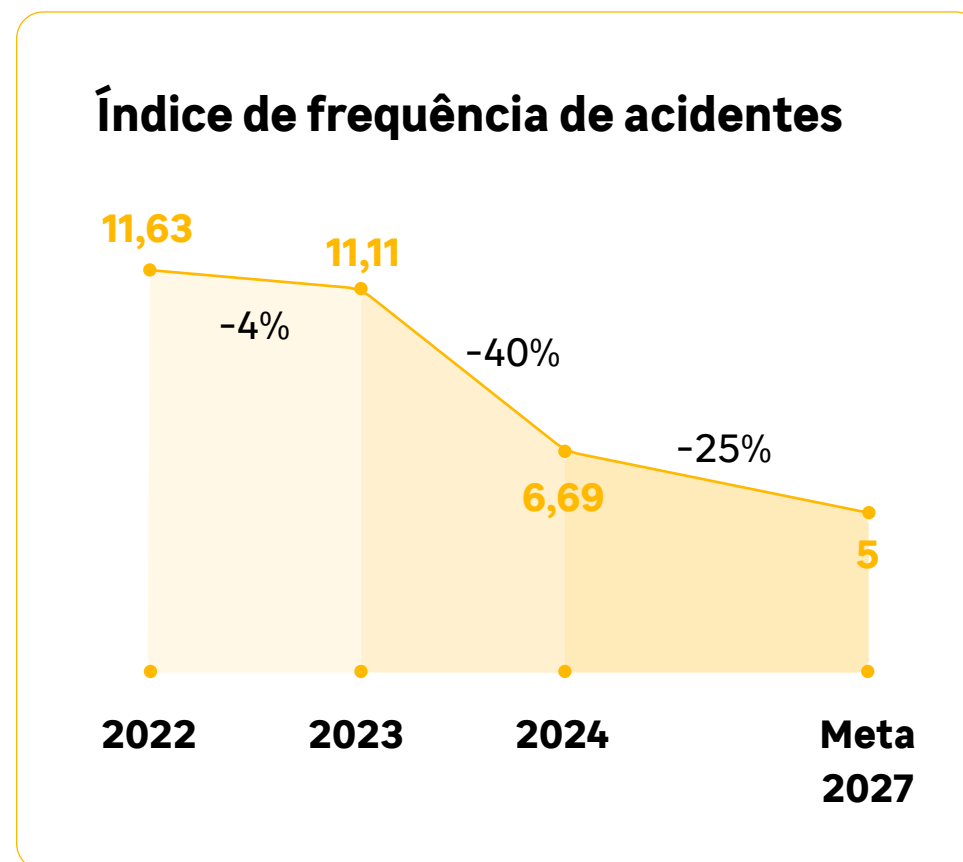
O nosso desempenho em 2024

Ao longo do ano de 2024, assistimos a uma significativa redução da sinistralidade na LEROY MERLIN, diminuindo em 40% o índice de frequência face a 2023. Esta redução da sinistralidade deveu-se a todas as iniciativas que foram implementadas na área da segurança, nomeadamente, a profissionalização da dinamização de segurança, com o envolvimento de comités de segurança do estabelecimento, comités de segurança de ZDV, comités de segurança por desafio dos serviços internos e comité de segurança global.

Face aos resultados obtidos, é também de destacar uma medida importante implementada em 2024, que consistiu na tolerância zero para comportamentos de risco, aplicando ações disciplinares quando necessário.

Estas medidas resultaram numa redução também do índice de gravidade, que diminuiu 21% face a 2023 e num aumento

bastante significativo dos planos de ação de segurança face a 2023, que correspondem aos planos de ação da dinamização de segurança, os planos de ação dos acidentes de trabalho, os planos de ação decorrentes das auditorias e simulacros.



Segurança	
indicador	2024
Índice de gravidade de acidentes (Número de dias perdidos por mil horas trabalhadas)	0,27
Planos de ação de segurança (Nº)	1 398

Em que iniciativas de segurança estivemos focados em 2024?

1. Dinamização de Segurança Integrada (Global, Comum e Local)

A Dinamização de Segurança Integrada foi criada com o objetivo de fortalecer a Cultura de Segurança na LEROY MERLIN, assegurando que esta seja uma responsabilidade partilhada por todas as áreas e colaboradores. A implementação desta iniciativa baseia-se na criação e dinamização de Comités de Segurança nos diferentes níveis da organização.

Esta abordagem tem contribuído significativamente para a redução da sinistralidade, para a melhoria contínua das condições de trabalho e para a garantia de um ambiente laboral mais seguro.

A estratégia de dinamização de segurança integrada está estruturada em três níveis:

1. Nível Global:

Criação de Comités de Segurança nos Serviços Internos, organizados por desafio e um comité de segurança em que existe a participação dos serviços

internos, lojas e plataformas logísticas. Estes comités são responsáveis por propor e acompanhar planos de ação que visam a melhoria das condições de segurança de forma transversal a toda a organização.

2. Nível Comum:

Estabelecimento dos Comités de Segurança por Zona de Vida. Esta estratégia permite uma gestão da segurança de forma comum, com a atribuição de um Diretor de Loja Fila como dinamizador das iniciativas de segurança e prevenção de acidentes na sua respetiva Zona de Vida.

3. Nível Local:

Implementação de um Comité de Segurança em cada loja e plataforma logística, garantindo a incorporação da segurança na gestão das operações e promovendo a responsabilização de todos os colaboradores.

O envolvimento das diferentes áreas nas questões de segurança é fundamental para que sejam consideradas as interdependências



Casa do Impacto Positivo



Casa do Impacto Positivo

e o impacto das suas ações na segurança das equipas e nas operações diárias. Assim, reforçamos o compromisso com a segurança como um pilar essencial da nossa cultura empresarial, assegurando um ambiente de trabalho mais seguro e sustentável para todos.

2. Certificação de 7 Estabelecimentos pela ISO 45001

A certificação de sete estabelecimentos pela Norma ISO 45001 reforça o compromisso da LEROY MERLIN com a Segurança e Saúde no Trabalho, consolidando a empresa como uma referência nesta área. Esta certificação assegura a promoção de um ambiente de trabalho mais seguro e saudável, em conformidade com as diretrizes da ADEO e as melhores práticas internacionais.

A implementação do Sistema de Gestão de Segurança e Saúde no Trabalho permite uma prevenção eficaz de acidentes e doenças profissionais, promovendo uma cultura de segurança ativa e integrada em todas as operações. Além disso, evidencia o compromisso da LEROY MERLIN com a conformidade legal e a melhoria contínua, contribuindo para um desempenho

operacional mais eficiente e para o bem-estar dos colaboradores, clientes, parceiros e demais partes interessadas.

A obtenção desta certificação resultou do envolvimento de todas as áreas da empresa, refletindo a responsabilidade partilhada na promoção de um ambiente seguro.

O reconhecimento pela ISO 45001, atribuído por uma entidade externa acreditada, demonstra que o sistema de gestão adotado pela LEROY MERLIN vai além dos requisitos legais, incorporando práticas avançadas para a mitigação de riscos e a melhoria contínua das condições de trabalho.

Este processo fortalece a responsabilização de todos os colaboradores, garantindo que a segurança esteja presente em todas as decisões e operações da empresa, contribuindo para um local de trabalho mais seguro, saudável e sustentável.

3. Projeto Observações Comportamentais de Segurança

O Projeto Observações Comportamentais de Segurança foi desenvolvido com o objetivo de reforçar a cultura de segurança na

LEROY MERLIN, promovendo a prevenção e incentivando práticas seguras no ambiente de trabalho. Através da observação e análise dos comportamentos dos colaboradores, esta iniciativa permite identificar e corrigir eventuais práticas inseguras antes que possam resultar em incidentes, contribuindo diretamente para a redução da sinistralidade.

A metodologia implementada baseia-se na realização regular de observações comportamentais, permitindo não apenas a correção de ações de risco, mas também o reforço de boas práticas e a promoção de um ambiente de trabalho mais seguro. Além disso, esta abordagem incentiva o envolvimento ativo de todas as equipas, garantindo que a segurança seja uma responsabilidade partilhada por todos. Mais do que um mecanismo de correção, o projeto aposta na sensibilização e responsabilização dos colaboradores, tornando a prevenção uma parte integrante das operações diárias. Ao fomentar um espírito de vigilância ativa e cultura de melhoria contínua, a LEROY MERLIN reforça o seu compromisso com a segurança, garantindo um local de trabalho cada vez mais protegido e sustentável.



A nossa cultura Safety First é um dos pilares essenciais no sucesso do Leroy Merlin.

Garantindo condições de trabalho seguras e saudáveis conseguimos aumentar o bem estar dos nossos colaboradores e reduzir o absentismo associado aos acidentes de trabalho, melhorando a nossa performance operacional.

Este caminho vai continuar, assegurando desta forma que todos os nossos locais de trabalho são seguros para nós e para os que diariamente nos visitam.

António Teixeira
Loures



Casa do Impacto Positivo



03

Casa do Impacto Positivo

3.1.2 Solidariedade Local

1. Porque é prioritário o nosso compromisso com a solidariedade local?

Na LEROY MERLIN temos uma visão clara e ambiciosa para o futuro: tornarmo-nos uma empresa plataforma de Impacto Externo, priorizando o combate à Pobreza Habitacional, a Preservação do Planeta e a Promoção da Literacia em Sustentabilidade. Neste sentido, estamos convictos de que o nosso impacto só alcança o seu verdadeiro potencial quando ativarmos todo o nosso Ecossistema e envolvermos outras organizações que partilham do mesmo propósito.

Um ecossistema de impacto é mais do que a soma das partes; é um sistema interligado de organizações, instituições e atores sociais que colaboram de maneira estratégica e intencional para abordar desafios sociais e ambientais de forma eficaz.

Atualmente, o nosso Impacto Externo materializa-se, principalmente, através do nosso Programa de Voluntariado. O Voluntariado é entendido como forma de desenvolvimento de talento, competências

e de estímulo à comunidade que está próxima de cada uma das nossas lojas, por entendermos que todos somos responsáveis por contribuir para o bem-estar da comunidade local.

Damos a cada uma das nossas lojas a possibilidade de propor, criar ou apoiar iniciativas de voluntariado, o que faz com que cada um dos colaboradores possa assumir o papel de líder e gerar impacto positivo junto da comunidade local, onde vivemos, e onde assumimos o compromisso de sermos agentes transformadores, criando valor e impactando a vida dos Habitantes.

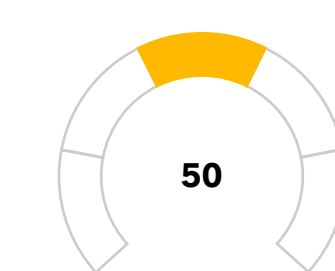
Este envolvimento reforça a conexão da empresa com a sociedade, criando um impacto tangível e sustentável. Através de ações diretas, como o apoio a projetos sociais e a promoção do voluntariado, a empresa contribui para a melhoria das condições de vida e para o fortalecimento do tecido social local. Em 2024, iniciativas como o fundo de apoio ao acolhimento de refugiados e a reabilitação de espaços comunitários mostraram como a solidariedade local pode transformar realidades.



Voluntariado através da iniciativa **Just a Change**

Além disso, os colaboradores envolveram-se ativamente em ações de voluntariado, consolidando a cultura de responsabilidade partilhada.

Este compromisso vai além do apoio pontual, tratando-se de uma visão estratégica para promover o bem-estar, reforçar parcerias e criar um impacto duradouro. Fortalecer o vínculo com as comunidades locais não só beneficia a sociedade como também inspira colaboradores e parceiros a envolverem-se em causas com impacto.



Casa do Impacto Positivo



Casa do Impacto Positivo

2. Quais são os nossos pontos fortes?

Estratégia e Propósito:

Direcionamento claro e alinhado para gerar valor sustentável, integrando parcerias estratégicas e iniciativas nacionais que reforçam o nosso propósito de Fazer da Casa um lugar mais positivo para viver.

Programas Locais de Impacto Positivo:

Apoio a instituições e projetos voltados para necessidades das comunidades, como a promoção da dignidade habitacional e a reabilitação de infraestruturas em situação de vulnerabilidade.

Voluntariado Corporativo:

Registo de 2 130 dias de voluntariado em 2024, demonstrando o envolvimento ativo dos colaboradores.

3. Em que áreas é que precisamos de nos focar e trabalhar para progredirmos?

Expansão das Parcerias:

Estender o perímetro das parcerias, de modo a expandir o nosso ecossistema e impactar ainda mais a comunidade.

Envolvimento:

Promover a sensibilização juntos dos colaboradores e parceiros para aumentar a adesão às iniciativas de voluntariado, e aumentar a criação de valor social.

Monitorização de Impactos:

Implementar métricas para avaliar os resultados e impacto gerado das iniciativas locais, e apresentar indicadores que medem a criação de valor social.

4. Quais os objetivos que temos para o futuro?

- Consolidar e expandir o nosso modelo de impacto externo, o ReCria, através de novas parcerias, integrando outras empresas, parceiros e a própria comunidade.
- Desenvolver programas de consolidação do modelo de impacto externo:

Programa Casa Digna:

para contribuir para a mitigação da pobreza habitacional e energética das habitações em Portugal

Programa Planeta Positivo:

para contribuir para a preservação do Planeta

Programa Educação:

para contribuir para a literacia sobre sustentabilidade

- Garantir que mais de 50% das ações de voluntariado são direcionadas à promoção do Habitat Digno, ligado ao nosso propósito Fazer da Casa um lugar mais positivo para viver.
- Assegurar 3000 dias de voluntariado interno, dedicados aos desafios da comunidade;

Para o futuro ambicionamos aumentar o impacto trabalhando em ecossistema, promover a dinâmica entre várias partes interessadas com causas comuns e garantir a medição do impacto social e ambiental gerado.



Casa do Impacto Positivo



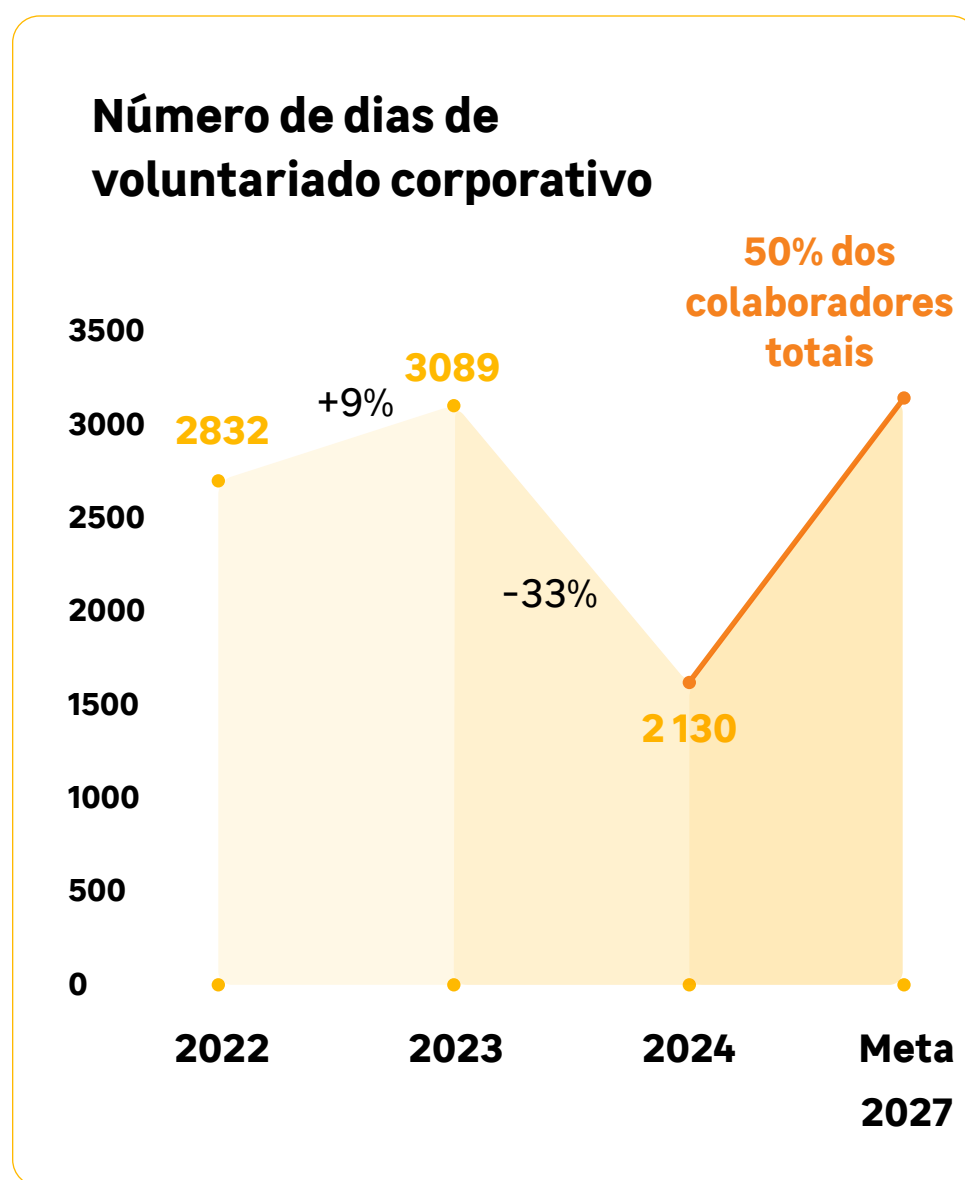
03

Casa do Impacto Positivo

O nosso desempenho em 2024

Em 2024 assistimos a uma redução do número de dias de voluntariado, devido à planificação e redirecionamento do foco e energia para a construção do ecossistema de parceiros do Programa Recria.

Esta redução de 2024 não coloca em causa a forte ambição de atingirmos os 3000 dias de voluntariado anualmente, equivalente a 1 dia de voluntariado realizado por 50% dos nossos colaboradores.



Voluntariado	
indicador	2024
Número de Colaboradores que participam em ações de voluntariado (N.º)	1 645
Valor das doações feitas pelas nossas lojas à comunidade local (€)	212 590

Em que iniciativas de impacto social estivemos focados em 2024?



1. Programa de Voluntariado LEROY MERLIN

A LEROY MERLIN dedicou o equivalente a 2 130 dias a ações de voluntariado em 2024.

Na LEROY MERLIN a criação de valor humano não se esgota no que fazemos junto dos nossos colaboradores, mas também junto das pessoas das nossas comunidades.

Acreditamos também que o voluntariado não é apenas uma forma de contribuir para

causas sociais e ambientais, mas também uma oportunidade para o desenvolvimento de talento, competências e promoção da proximidade entre as pessoas.

Com este propósito, procuramos não só apoiar os nossos colaboradores no desenvolvimento destas capacidades, mas também assumir um papel ativo na sensibilização e no envolvimento de clientes, amigos, familiares, parceiros, fornecedores e da comunidade em geral. Acreditamos que, ao trabalharmos juntos, podemos enfrentar os desafios sociais e ambientais da sociedade, promovendo um impacto positivo que beneficia a todos.

A LEROY MERLIN mobilizou mais de 1600 colaboradores em 2024 para ações de voluntariado por todo o país, reafirmando o compromisso com o seu impacto positivo nas comunidades.

2 130
DIAS DE VOLUNTARIADO

1 645
COLABORADORES MOBILIZADOS



Casa do Impacto Positivo



Casa do Impacto Positivo



2. Parceria Just a Change – ALL IN e Casa Digna

Em 2024, a LEROY MERLIN reforçou a sua parceria estratégica com o Just a Change, uma organização que se alinha com a nossa estratégia de voluntariado e com o nosso propósito. Esta colaboração foca-se na remodelação de casas particulares e instituições, oferecendo melhores condições de vida a pessoas em situações vulneráveis. Ao longo do primeiro semestre, as iniciativas ALL IN mobilizaram colaboradores de diferentes áreas de trabalho e de áreas geográficas da LEROY MERLIN, contribuindo para remodelações impactantes.

Adicionalmente, a Semana da Casa Digna envolveu todas as Zonas de Vida (ZDVs), onde cada uma desempenhou um papel ativo na remodelação de uma casa ou instituição, reforçando o espírito de equipa e o compromisso com a comunidade. Os resultados de 2024 refletem o impacto desta parceria: 731 dias de voluntariado dedicados ao combate à pobreza habitacional, a remodelação de uma casa e de 17 instituições particulares de solidariedade social (IPSS), beneficiando diretamente mais de 900 pessoas. Este esforço não só melhorou as condições de vida dos beneficiários, mas também fortaleceu o vínculo entre os nossos colaboradores e a comunidade, mostrando que juntos podemos construir um futuro mais digno e sustentável para todos.



3. CleanUp Week

Em alinhamento com o movimento global World Cleanup Day, a LEROY MERLIN reforçou o seu compromisso com a preservação da natureza através da CleanUp Week. Desde 2021, esta iniciativa mobiliza colaboradores de loja, serviços internos e plataformas logísticas, com o objetivo de contribuir para a limpeza das praias e da floresta.

Ao longo de uma intensa semana em 2024, os nossos colaboradores participaram em ações de limpeza de matas, praias, rios e espaços públicos em várias localidades do país, numa demonstração concreta do compromisso da LEROY MERLIN com a sustentabilidade. Estas ações também refletem os valores partilhados com as unidades de negócio do Grupo ADEO, promovendo a responsabilidade ambiental e o envolvimento ativo nas comunidades onde estamos inseridos.

Os resultados desta iniciativa foram notáveis: 407 colaboradores voluntários dedicaram 2 306 horas de trabalho, equivalentes a 288 dias de voluntariado corporativo, recolhendo 16 520 kg de resíduos. A CleanUp Week é mais do que uma ação ambiental – é um símbolo do impacto coletivo e da nossa determinação em construir um futuro mais sustentável para as próximas gerações.

407

COLABORADORES
VOLUNTÁRIOS

2 306

HORAS
DE TRABALHO



Casa do Impacto
Positivo



Casa do Impacto Positivo



4. Reforestação

A LEROY MERLIN celebrou o Dia da Floresta Autóctone com ações de reforestação organizadas em todas as Zonas de Vida. Este dia, estabelecido para destacar a importância da conservação das florestas naturais e para realizar plantações em condições climáticas favoráveis, foi uma oportunidade perfeita para reforçarmos o nosso compromisso com a preservação do planeta e o combate às alterações climáticas.

Em parceria com organizações locais especialistas, promovemos iniciativas de plantação de árvores, envolvendo os nossos colaboradores no esforço conjunto para restaurar e proteger ecossistemas vitais. Estas ações são parte integrante do nosso objetivo de mitigar o impacto ambiental das nossas operações e de contribuir para um futuro mais sustentável.

Os resultados de 2024 refletem o impacto positivo desta iniciativa: foram realizadas 9 ações de reforestação, durante as quais 220 colaboradores voluntários dedicaram 994 horas de trabalho, equivalentes a 124 dias de voluntariado corporativo. No total, foram plantadas 5 501 árvores, graças à colaboração com 8 parceiros comprometidos com a conservação ambiental. Este esforço conjunto simboliza a determinação da LEROY MERLIN em criar um planeta mais positivo e inspirar outros a fazerem o mesmo.

9

AÇÕES DE
REFLORESTAÇÃO

5 501

ÁRVORES
PLANTADAS



5. Habitat Natal

O Habitat Natal é uma iniciativa solidária que reforça o compromisso da LEROY MERLIN em proporcionar momentos de partilha e alegria àqueles que mais precisam, especialmente durante uma época tão significativa como o Natal. Reconhecendo as dificuldades que muitas IPSS e instituições de apoio social enfrentam para criar um ambiente natalício digno e acolhedor, este projeto tem como objetivo transformar os seus espaços em locais onde o verdadeiro espírito de Natal possa ser sentido.

Cada loja e plataforma da LEROY MERLIN assumiu o desafio de criar uma ou mais árvores de Natal, utilizando materiais reaproveitados de lojas e plataformas, promovendo assim a sustentabilidade. Além disso, as equipas foram incentivadas a recolher materiais de decoração natalícia que já não utilizassem em casa, complementando as doações com itens disponibilizados pela própria loja ou plataforma para decorar as instituições selecionadas.

Para além da decoração, a iniciativa incluiu intervenções pontuais, como pinturas e outras melhorias nos espaços, dependendo das necessidades específicas das instituições e da disponibilidade de recursos e voluntários. Estas ações abrangeram salas de espera, quartos, salas de convívio e outros espaços, transformando-os em ambientes acolhedores e festivos.

O Habitat Natal exemplifica o poder da solidariedade, envolvendo equipas, colaboradores e a comunidade num esforço conjunto para levar alegria, conforto e dignidade às pessoas, promovendo o espírito de união que caracteriza esta época tão especial.



Casa do Impacto Positivo



6. Programa de Voluntariado num modelo de Ecossistema

A LEROY MERLIN deu um passo significativo na sua visão de impacto externo em 2024 com a evolução do seu Programa de Voluntariado para um modelo em Ecossistema. Este novo formato reflete o compromisso ambicioso de se tornar uma empresa plataforma de impacto centrada no combate à pobreza habitacional e no combate às alterações climáticas – dois pilares fundamentais da dignidade humana.

Acreditamos que o verdadeiro potencial do impacto só pode ser atingido através da ativação de um ecossistema robusto que envolva organizações alinhadas com este propósito.

O Programa de Voluntariado da LEROY MERLIN já era uma peça-chave da nossa estratégia de responsabilidade social, representando proximidade, envolvimento e partilha com as comunidades onde operamos. No entanto, a transição para um modelo de Ecossistema expande esta abordagem ao envolver uma diversidade de stakeholders, como ONG's, fornecedores, instaladores, academia, empresas parceiras, organismos públicos e cidadãos. Este movimento fortalece a visão 360°, garantindo um impacto mais amplo e sustentável.

Além de beneficiar as comunidades, o voluntariado oferece oportunidades de desenvolvimento interno. Estas ações fortalecem competências como empatia, trabalho em equipa e liderança, ao mesmo tempo que reforçam o orgulho e o sentimento de pertença entre os colaboradores.



Este modelo de "win-win-win" beneficia todas as partes envolvidas: os colaboradores desenvolvem talentos, a LEROY MERLIN reforça os laços internos e externos, e as comunidades recebem suporte eficaz para enfrentar desafios sociais e ambientais.

A primeira ação em ecossistema, lançada em 2024, destacou-se pela colaboração entre cinco empresas – LEROY MERLIN, Samsic, Auchan, Ethical, e INCM – em parceria com o Just a Change, na associação CrescerSer. Este marco prepara o caminho para o lançamento oficial do programa em Ecossistema em 2025, com um branding próprio e uma estratégia ainda mais estruturada para criar impacto positivo, reforçando o compromisso da LEROY MERLIN com a inovação social e ambiental.

7. Conferência Ecossistemas de Impacto

A LEROY MERLIN e o Oeiras Community Valley coorganizaram a Conferência “Ecossistemas de Impacto”, em parceria com a AstraZeneca e Ethical. Este evento reuniu especialistas, empresas e organizações sociais para debater o potencial transformador da cooperação entre diversos stakeholders na criação de soluções inovadoras e sustentáveis para desafios sociais e ambientais.

Com base na nossa visão de sermos uma empresa plataforma, destacámos como a criação de Ecossistemas de Impacto pode enfrentar as duas prioridades centrais da LEROY MERLIN: o combate à pobreza habitacional e às alterações climáticas.



Casa do Impacto Positivo

Estes ecossistemas são espaços de colaboração onde empresas, organizações sociais e comunidades partilham conhecimentos e recursos, desenvolvendo diagnósticos e soluções integradas e eficazes.

A conferência serviu como um palco para mostrar o poder do voluntariado como uma ferramenta de transformação colaborativa. Discutimos como a mobilização de pessoas e recursos dentro destes ecossistemas não apenas resolve problemas imediatos, mas também gera impactos duradouros, fortalecendo comunidades e promovendo a inclusão.

Acreditamos que esta conferência foi um marco importante no avanço da nossa missão de criar impacto positivo e de inspirar outras organizações e comunidades a unir esforços.



8. Associação UAPT - Centro de Recuperação de Refugiados

A LEROY MERLIN, em parceria com a UAPT e com o apoio do Fundo Solidário para a Casa (ADEO), orgulha-se de ter contribuído para a criação do primeiro Centro de Recuperação de Refugiados na Europa, dedicado a apoiar pessoas afetadas pelo conflito na Ucrânia. Este projeto, iniciado em 2023 e inaugurado em junho de 2024, representa um marco de solidariedade e impacto positivo.

O Centro, localizado em Ourém, foi pensado para oferecer um espaço de recuperação física e psicológica, acolhendo refugiados ucranianos em condições de conforto e dignidade. Com sete hectares de terreno e 4 000 m² de área edificada, o espaço inclui 53 quartos, cozinha, refeitório, ginásio, fisioterapia, piscina, vinhas, hortas e jardins. Estas instalações visam proporcionar um ambiente acolhedor e funcional, permitindo uma recuperação plena para os que mais precisam.

A contribuição da LEROY MERLIN foi essencial em várias fases do projeto. Desde o financiamento inicial, no valor de 777 460€, até à limpeza e remodelação do espaço, o envolvimento foi total.

Mais de 165 voluntários da LEROY MERLIN dedicaram 1.320 horas ao longo de um ano para transformar este sonho em realidade. O trabalho dos nossos voluntários, aliado à colaboração com a UAPT, foi decisivo para o sucesso do projeto, que recebeu o primeiro grupo de refugiados a 14 de junho de 2024.

Este centro é mais do que uma resposta imediata a uma crise; é um compromisso contínuo. Além de apoiar na manutenção do espaço, a LEROY MERLIN pretende continuar a colaborar com a UAPT no desenvolvimento de projetos com a comunidade local, promovendo momentos significativos para os refugiados e reforçando o papel da empresa enquanto agente de transformação social. Este projeto reflete o verdadeiro espírito de solidariedade e responsabilidade que nos guia em cada iniciativa.



Casa do Impacto Positivo

3.1.3 Satisfação do cliente

1. Porque é prioritário o compromisso com a satisfação do cliente?

Somos uma empresa aberta ao exterior, que coloca o Cliente e a sua satisfação no centro da nossa decisão. Diariamente, milhares de colaboradores dedicam-se a proporcionar uma experiência 5 Estrelas aos clientes que nos visitam, seja nas lojas, ou através dos diversos canais que colocamos ao seu dispor.

O consumidor evoluiu, assim como os seus hábitos e critérios de consumo. Atentos a esta evolução, desejamos dar-lhe resposta, especialmente às práticas mais sustentáveis de consumo. A empresa entende que a satisfação do cliente é um dos principais indicadores do sucesso do negócio, tanto na compra como na utilização contínua dos nossos produtos e serviços, refletindo o alinhamento com o propósito de criar impacto positivo no habitat de cada consumidor.

A empresa está focada em reforçar esta visão com iniciativas que incluem a capacitação de colaboradores através

da Academia de Atendimento e Vendas. Este investimento capacita as nossas equipas e melhora a experiência do cliente ao garantir que os profissionais estão preparados para oferecer soluções adequadas às necessidades de cada cliente de forma mais informada e completa.

2. Quais são os nossos pontos fortes?

Capacitação e atendimento: Formação contínua para garantir que os colaboradores compreendem as necessidades dos clientes e apresentam soluções eficazes.

Foco na Inovação: Desenvolvimento de produtos e serviços que respondem às necessidades dos clientes na área do habitat, alinhados com os valores de sustentabilidade, promovendo escolhas mais conscientes.

Cliente no centro da organização: Com utilização de ferramentas como o NPS (Net Promoter Score), para medir o nível de engagement com a marca, explorar o nível de satisfação e identificar continuamente áreas de melhoria em termos de produtos, serviços e experiência.

3. Em que áreas é que precisamos de nos focar e trabalhar para progredirmos?

Expansão do Programa de Formação: Aumentar a percentagem de colaboradores formados para atingir maior consistência no atendimento.

Feedback Constante: Desenvolver canais de comunicação mais robustos para recolher insights diretos dos clientes.

Melhoria de Soluções Digitais: Melhorar as ferramentas digitais em mobilidade para oferecer experiências mais rápidas e convenientes.

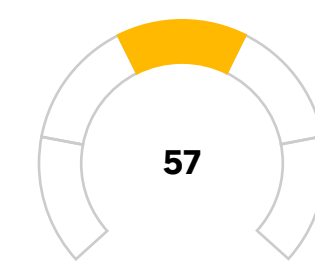


Satisfação do Cliente: O grande objetivo de todas as nossas interações diárias! Este deveria ser o nosso “mantra diário”, pois dele dependem todos os nossos resultados. Sem clientes felizes e que nos reconhecem, todos os nossos KPI’s são colocados em risco e mesmo o nosso futuro como empresa referente.

A maior satisfação no nosso dia a dia são os clientes que reconhecem o nosso atendimento, as nossas equipas e, que tantas vezes investem do seu tempo para escrever elogios aos nossos colaboradores. Clientes que sonham e que vêem os seus sonhos tornados realidade pelas mãos das equipas das nossas lojas, são a maior conquista que podemos ter como vendedores, como realizadores de sonhos! Muitas vezes esquecemo-nos que está ao nosso alcance fazer pessoas mais felizes apenas com a nossa dedicação e atenção.

Para mim, o grande segredo da satisfação de cliente é olharmos para os nossos clientes como amigos, parceiros em vários momentos da sua vida. Alguém a quem podemos proporcionar um impacto altamente positivo pelas experiências que lhes proporcionamos e pelas quais podemos ser recordados para o resto da vida.

Carla Rocha
Satisfação Cliente - Gaia



Casa do Impacto Positivo



Casa do Impacto Positivo

4. Quais os objetivos que temos para o futuro?

No **curto prazo, i.e., em 2025**, a nossa proposta para uma melhor experiência do cliente assenta no fortalecimento da cultura customer-centric, através de uma análise aprofundada dos nossos clientes e do mercado. Pretendemos otimizar os mecanismos de partilha e disseminação de informação, garantindo maior agilidade na tomada de decisão e apoiando os nossos stakeholders na definição de estratégias orientadas para o cliente.

Adicionalmente, reforçamos o nosso compromisso com a sustentabilidade, promovendo soluções que não apenas elevem a satisfação do cliente, mas que também contribuam para a melhoria do seu habitat de forma responsável e sustentável.

Continuaremos a trabalhar para simplificar a jornada do cliente, mantendo elevados padrões de excelência e promovendo uma experiência omnicanal integrada. Através da partilha de boas práticas e da mitigação dos principais desafios identificados,

procuramos proporcionar uma experiência verdadeiramente diferenciadora e sustentável.

A médio prazo, no que diz respeito à satisfação do cliente, o nosso objetivo vai além da excelência nos níveis de satisfação. Pretendemos criar uma experiência verdadeiramente única, antecipando as necessidades dos nossos clientes e oferecendo soluções personalizadas para cada segmento e fase da sua vida.

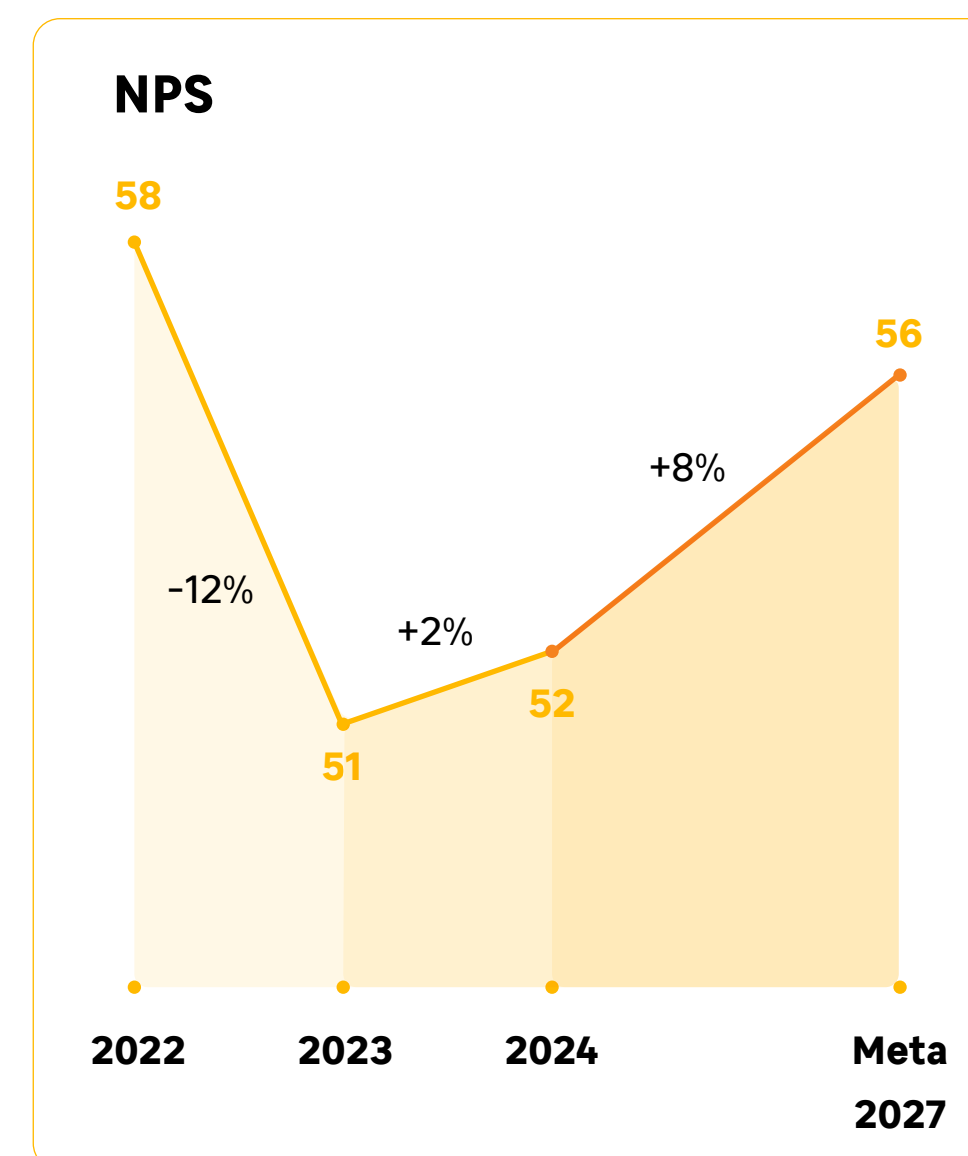
Procuramos fortalecer a proximidade e a relação com os nossos clientes em todos os pontos de contacto, tanto no ambiente digital como presencial, assegurando uma experiência integrada e alinhada com as suas expectativas. Queremos que cada cliente reconheça a nossa marca pelo acompanhamento próximo e pela capacidade de lhe proporcionar valor de forma contínua e sustentável.

O nosso desempenho em 2024

Entre os anos de 2022 e 2023, observou-se uma redução significativa de 12%, com

o NPS a descer de 58 para 51. No entanto, entre 2023 e 2024, registou-se uma ligeira recuperação de 2%, elevando o NPS para 52.

Este aumento, ainda que moderado, reflete os esforços da LEROY MERLIN em focar na melhoria da experiência e satisfação do cliente. A empresa ambiciona um aumento de 8% entre 2024 e 2027 sublinhando a importância da implementação de estratégias eficazes para reforçar a satisfação dos clientes.

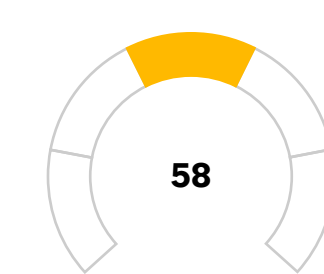


Em que iniciativas estivemos focados em 2024?

1. Melhoria Contínua da Experiência do Cliente

No decorrer do ano de 2024, mantendo sempre como foco o cliente e a criação de uma experiência omnicanal 5 Estrelas, foram desenvolvidas diversas ações na transformação do modelo de negócio impulsionando a melhoria contínua na construção de um habitat cada vez mais sustentável para os nossos clientes.

Com base no feedback dos nossos clientes e consumidores no geral foram geradas reflexões que nos permitiram identificar os principais *love* e *pain points* ao longo da sua jornada. Com base nesse conhecimento, e em equipas multidisciplinares, foram realizadas diferentes ações de melhorias na capacitação das nossas equipas, em sistemas e na estratégia de forma a mitigar os *pain points* identificados e definir os standards de excelência de uma jornada 5 Estrelas que queremos proporcionar aos nossos clientes.



Casa do Impacto Positivo



03

Casa do Impacto Positivo

3.2 Habitat Positivo para todos

3.2.1 Oferta Positiva

1. Porque é prioritário o compromisso com a oferta que disponibilizamos aos nossos clientes?

A oferta positiva é a peça central do compromisso de sustentabilidade da LEROY MERLIN. É a oferta positiva que promove o alinhamento da gama de produtos e serviços que a empresa disponibiliza com os princípios da sustentabilidade, e a criação de impacto positivo no ambiente e na sociedade. A oferta positiva permite responder às crescentes expectativas dos consumidores por soluções mais responsáveis, contribuindo para a melhoria do habitat e para uma economia mais sustentável. Este compromisso reflete uma visão estratégica que une sustentabilidade e inovação, respondendo às crescentes exigências de consumidores por escolhas mais informadas e conscientes.

A empresa utiliza ferramentas como o Home Index, que avalia a sustentabilidade dos produtos com base em 31 critérios.

2. Quais são os nossos pontos fortes?

Elevada Percentagem de Produtos Sustentáveis:

51% das vendas estão ligadas a soluções sustentáveis, refletindo o compromisso com o impacto positivo.

Home Index:

Ferramenta inovadora que orienta os clientes para opções mais responsáveis, promovendo transparência e confiança.

Parcerias Estratégicas:

Colaboração com fornecedores e líderes globais para desenvolver produtos mais sustentáveis e acessíveis.



3. Em que áreas é que precisamos de nos focar e trabalhar para progredirmos?

Aumentar a Variedade de Produtos:

Expandir a gama de Produtos + Positivos para alcançar 100% das vendas.

Educação do Consumidor:

Reforçar a comunicação sobre os benefícios e impactos dos produtos sustentáveis.

Inovação Contínua:

Investir em novas tecnologias e metodologias para melhorar os critérios do Home Index e a sustentabilidade da cadeia de valor.

4. Quais os objetivos que temos para o futuro?

No **curto prazo, ie, em 2025**, ambicionamos atingir 69% de vendas associadas a produtos e soluções sustentáveis, através da gama de Produtos + Positivos; atualizar o Home Index, de modo a inovar e acompanhar as necessidades dos clientes face à sustentabilidade das nossas soluções.

Divulgamos em seguida as iniciativas e progresso feito nas áreas do:

→ **HOME INDEX**

→ **FINANCIAMENTO PARA A TRANSIÇÃO ENERGÉTICA DA CASA**



03

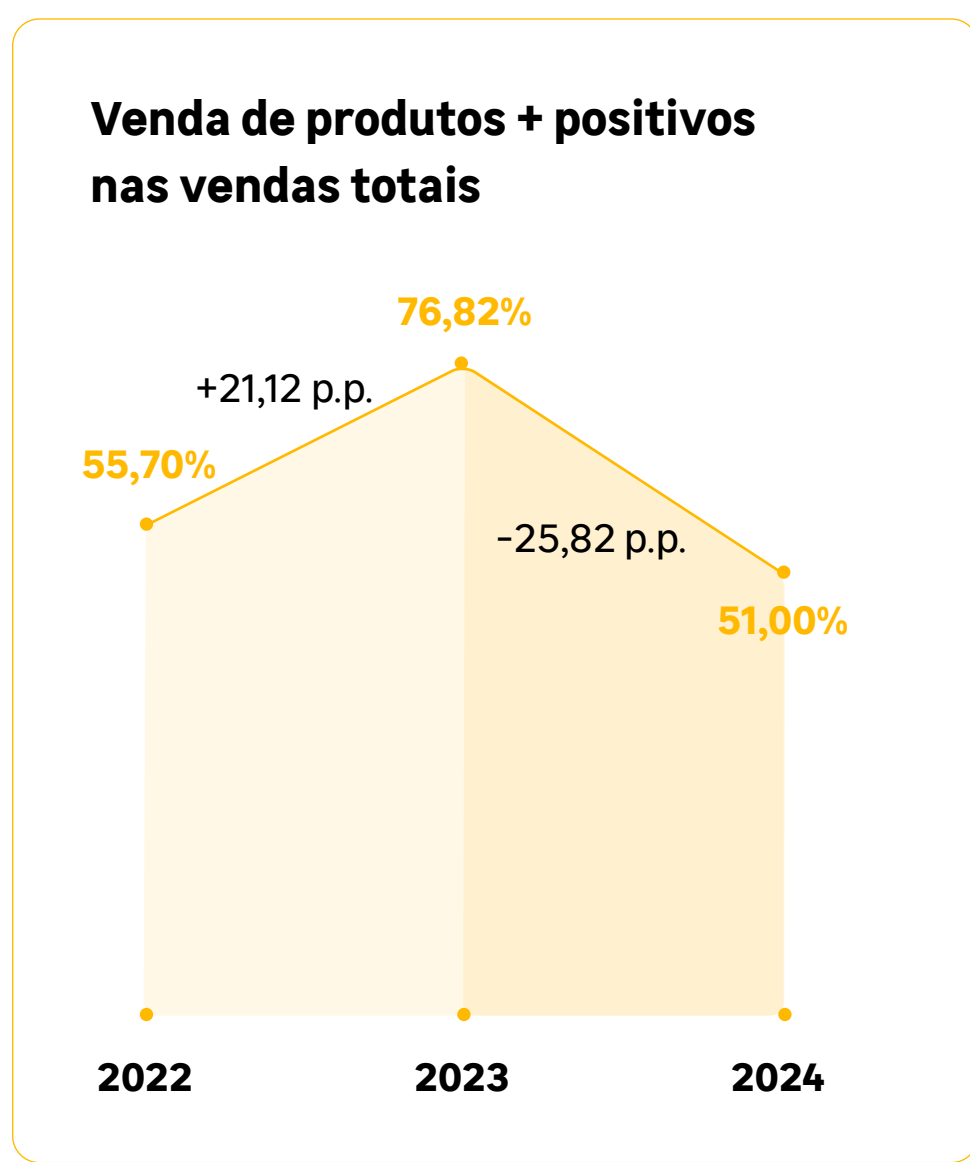
Casa do Impacto Positivo

HOME INDEX

O nosso desempenho em 2024

A LEROY MERLIN observou um crescimento expressivo de 21,12 p.p. entre 2022 e 2023, atingindo um valor de vendas de produtos + positivos nas vendas totais de 76,82%. No entanto, no ano seguinte, verifica-se um decréscimo significativo de 25,82 p.p., situando a percentagem em 51,00% em 2024.

Importa salientar que esta redução não está diretamente associada a uma deterioração da qualidade ou da performance comercial dos produtos, mas sim à alteração metodológica ocorrida no âmbito do Home Index. A introdução de novas variáveis de medição tornou a metodologia mais abrangente e robusta, refletindo uma análise mais completa e criteriosa.



Produtos + positivos	
indicador	2024 Unidades
Referências Produtos + Positivos na gama total LEROY MERLIN	244 230
Colaboradores formados sobre Produtos + Positivos	1 868

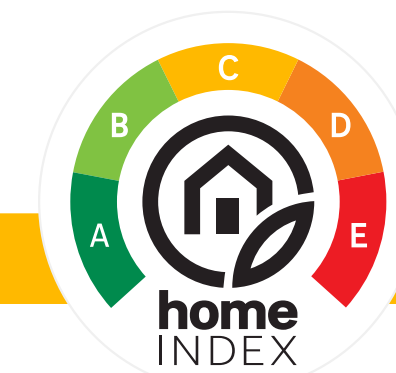
Em que iniciativas estivemos focados em 2024?



1. Lançamento do Home Index

O principal marco de 2024, no tema de oferta positiva, foi o lançamento do Home Index, o nosso inovador sistema de classificação da sustentabilidade dos produtos.

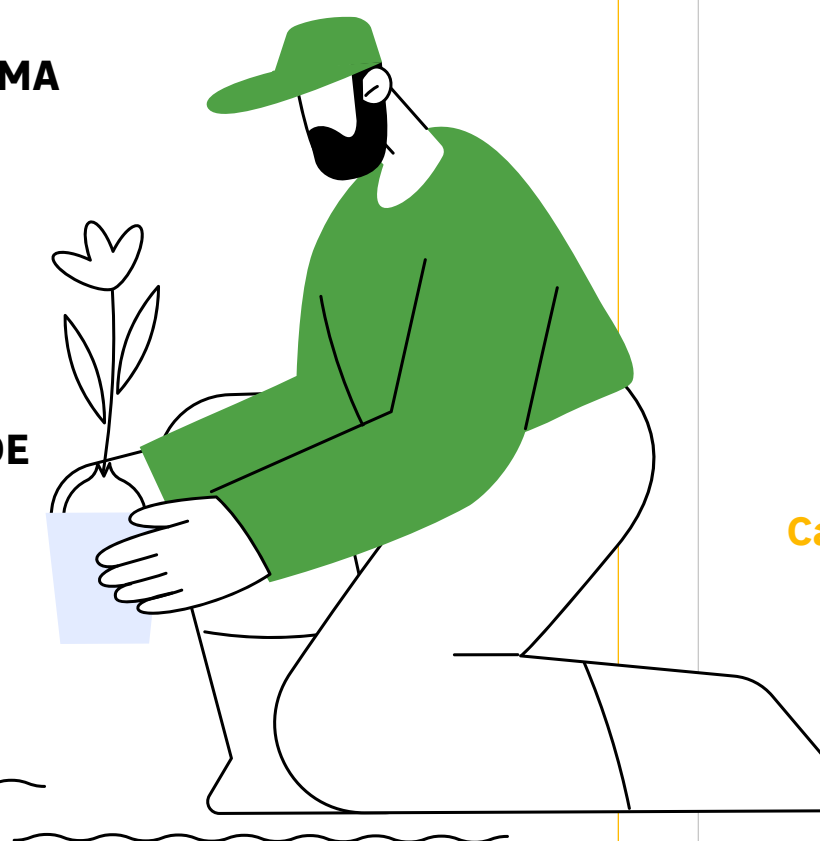
Esta ferramenta avalia os produtos ao longo do seu ciclo de vida, considerando etapas como a extração de matérias-primas, o fabrico, transporte, uso, durabilidade e fim de vida. Foi desenvolvida com base numa metodologia rigorosa, que integra **30 critérios** distribuídos por **8 pilares**.



8 Pilares

AMBIENTE

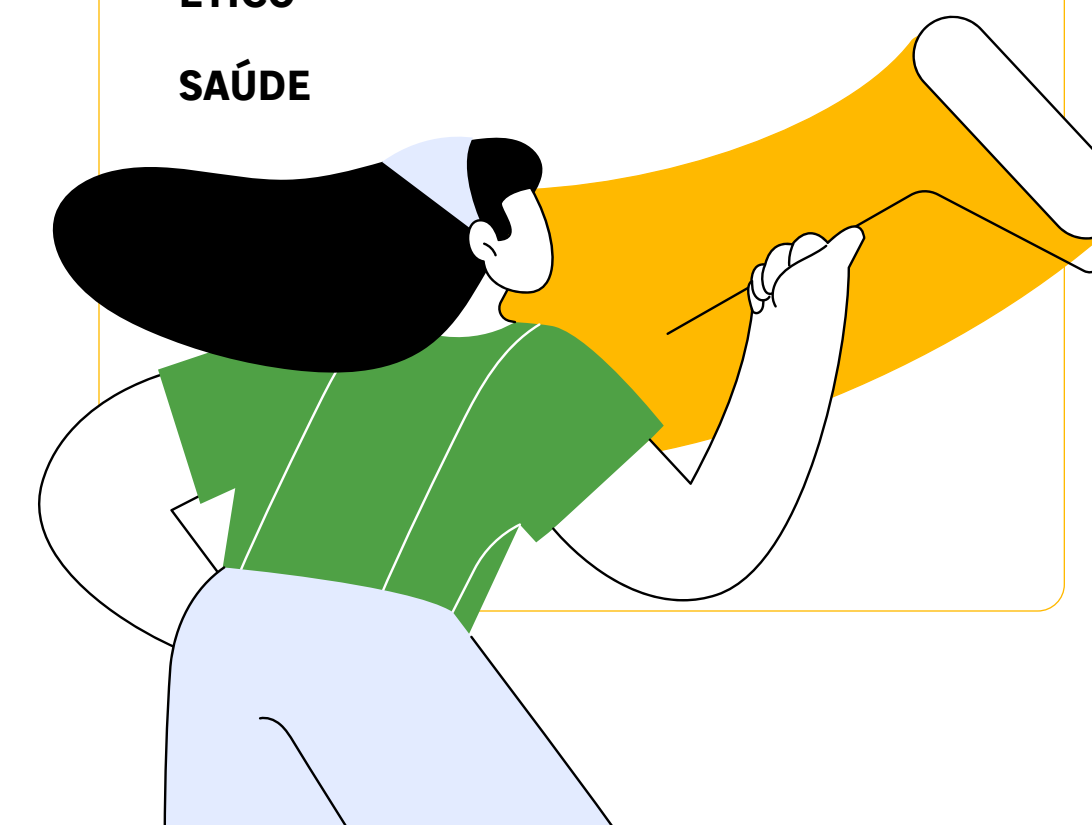
- MATÉRIA-PRIMA
- FABRICO
- TRANSPORTE
- USO
- DURABILIDADE
- FIM DE VIDA



Casa do Impacto Positivo

SOCIAL & ÉTICO

- ÉTICO
- SAÚDE



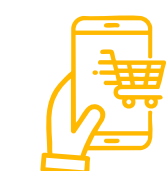
03

Casa do Impacto Positivo

4 Princípios da NOVA metodologia Home INDEX



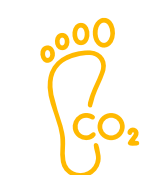
Critérios associados a uma **norma internacional**, sempre que exista



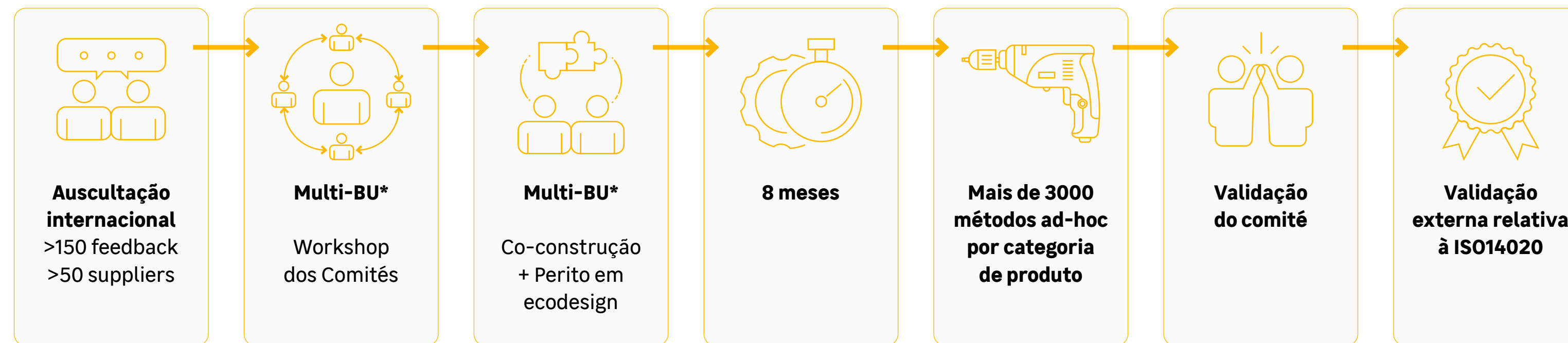
Critérios que possam ser aplicáveis ao **marketplace e a outras empresas do Grupo ADEO**



Os critérios são **mais exigentes que a legislação** mas aplicam-se a todos os países



Comtempla o peso do ciclo de vida dos produtos para integrar **Pegada de Carbono**



Esta ferramenta, embora lançada externamente em janeiro de 2024, resulta de um trabalho prévio de construção e revisão da metodologia, que a empresa tem vindo a realizar com o envolvimento de diversas áreas da empresa, que integraram o Comité Produtos + Positivos, que teve a responsabilidade de implementar todos os processos associados.

O nosso compromisso em validar e melhorar o Home Index, resultou no estabelecimento de colaborações e escuta de várias entidades como a APA, APED, DECO, ADENE e DGC. Em diversos fóruns e reuniões tivemos oportunidade de fazer apresentações detalhadas sobre a metodologia, tendo sido

possível recolher feedback estruturado, que foi posteriormente integrado, sobretudo em áreas como a comunicação com os consumidores.

Adicionalmente, a construção da metodologia contou com o suporte de consultoras internacionais como a PwC e a Maobi, bem como de especialistas em ecodesign. Esta abordagem garantiu a compatibilidade com legislação europeia e padrões globais, posicionando o Home INDEX como uma referência pioneira no mercado retalhista não alimentar.

A revisão da metodologia, concluída no início de 2024, trouxe uma maior exigência,

reduzindo a classificação positiva de 80% para 22% da oferta. Esta evolução incorporou padrões internacionais, como a ISO 14020, e substituiu políticas internas por normas amplamente reconhecidas, como as certificações FSC e PEFC.

Para além disso, a metodologia foi alargada à gama própria e aos produtos disponibilizados no marketplace, posicionando-se como uma referência no setor. A implementação envolveu 80 mil artigos e contou com a adesão de 102 fornecedores em Portugal, promovendo uma comunicação transparente através de etiquetas em loja e fichas técnicas online.

*ADEO Produção, LEROY MERLIN França, LEROY MERLIN Portugal; LEROY MERLIN Espanha; LEROY MERLIN Itália; LEROY MERLIN Polónia; LEROY MERLIN Roménia



Casa do Impacto Positivo



Casa do Impacto Positivo

Formação

Reconhecendo a importância de preparar as equipas para o sucesso do Home Index, foi realizada uma formação abrangente, que contou com 84% da força de vendas. Esta formação inclui conceitos fundamentais como impacto ambiental, reciclabilidade, eficiência energética e diferenças entre as etiquetas energéticas e o Home Index. Como complemento, foram ainda disponibilizados módulos adicionais sobre temas específicos, como energia solar e eficiência hídrica.

Para os consumidores, criaram-se materiais pedagógicos em loja, campanhas publicitárias em rádio e colaborações com influenciadores, com o intuito de aumentar a transparência e proporcionar escolhas conscientes.

Promoção da eficiência energética

Foram lançadas iniciativas significativas que visam promover a eficiência energética e reduzir a pegada de carbono dos consumidores. Destas iniciativas, destaca-se a oferta de ar-condicionados A+++ com preços acessíveis e a promoção de bombas de calor como substituição para equipamentos menos eficientes.

Estas ações resultaram na eliminação de produtos com menor eficiência (abaixo de A++) e introduziram ferramentas para avaliar funções específicas, como o desligamento automático e programação inteligente.

Gestão de Dados e Ferramentas de Sustentabilidade

A implementação do HOME INDEX foi suportada por sistemas robustos, como o STEP, para recolha de dados, e o QMS, para gestão de certificados. Apenas informações validadas e certificadas foram consideradas, evitando riscos de greenwashing. Estes sistemas permitiram classificar 80 mil referências, ultrapassando as metas iniciais.



Mala de alumínio com 130 ferramentas Dexter



Sabemos que os produtos representam 90% da nossa pegada de carbono, tornando essencial a transformação da nossa Oferta em soluções mais sustentáveis.

Garantimos uma melhoria contínua da nossa Oferta, incorporando o impacto ambiental e a sustentabilidade como factores críticos de selecção e isso estimula os Fornecedores a inovar e adoptar práticas mais sustentáveis e os Clientes a tomar decisões mais conscientes, com acesso a soluções mais sustentáveis e que geram poupança ambiental e económica.

A evolução da nossa Oferta para produtos mais sustentáveis e com menor impacto ambiental está alinhada com o nosso compromisso com um Habitat Positivo e temos nas nossas Equipas os principais embaixadores desta ambição.

Marco Rodrigues

Desafio Mercados, Oferta 1P e MDH



Casa do Impacto Positivo



Casa do Impacto Positivo

FINANCIAMENTO PARA A TRANSIÇÃO ENERGÉTICA DA CASA

Em que iniciativas estivemos focados em 2024?

1. Potenciar os fundos/financiamento nacional para a energia e clima como alavanca de crescimento e impacte positivo na comunidade

Os programas e planos de incentivo motivados pelo Repower União Europeia, Plano de Recuperação e Resiliência (PRR) ou Fundo Ambiental desempenham um papel crucial na transição energética de Portugal, ao oferecer programas de apoio financeiro e incentivos para a **eficiência energética, eletrificação de consumos e diversificação de fontes combustíveis**.

Sendo uma das principais cadeias de retalho em Portugal, a LEROY MERLIN pode ter um papel relevante na transição energética do país, colaborando ativamente em projetos para melhorar o conforto térmico das habitações e redução da pegada de carbono

do edificado. É por isso crucial estarmos a par de todos os Programas e Planos de incentivos e saber utilizá-los da melhor forma, contribuindo para o aumento das vendas destes equipamentos mais eficientes e que recorram a combustíveis não fósseis, e atuando como empresa responsável e central na transição energética nacional.

Durante o ano de 2024 tivemos um papel ativo no desenho de processo interno de venda LEROY MERLIN e capacitação da força de vendas para a implementação eficaz do **Programa Vale Eficiência** (2ª fase), lançado pelo Fundo Ambiental. Este Programa visa contribuir para a mitigação de situação de pobreza energética e de vulnerabilidade social. A LEROY MERLIN está ativa, enquanto Fornecedor, para todas as tipologias de produto no âmbito deste Programa de incentivo e teve oportunidade de participar ativamente em grupos de trabalho para melhoria do processo e definição de ações de melhoria futuras.

A LEROY MERLIN participou ativamente no Projeto RAISE-PT - uma iniciativa co-

-financiada pela União Europeia através do programa LIFE, que visa impulsionar a transição energética em Portugal, com uma comunidade colaborativa permanente, para gerar mais investimentos em soluções inovadoras e sustentáveis e, para apoiar essa transição.

Esta participação visa contribuir para **melhorar o enquadramento político para o financiamento de energia sustentável**, com especial destaque para a **eficiência energética no setor da Habitação e o Mercado de energias renováveis**, estando a LEROY MERLIN presente nestes 2 grupos de trabalho específicos.

O último trimestre de 2024 foi também um ano de preparação e acompanhamento próximo dos Programas de Incentivo futuros em Portugal, como forma de antecipar a **contribuição da LEROY MERLIN para o sucesso destes programas, nomeadamente através da pedagogia e informação a cliente**, nas nossas lojas ao longo de todo o país, e através da capacidade instalada de fornecimento e aconselhamento de todas as tipologias de equipamentos e serviços aceites pelos Programas.



Casa do Impacto Positivo



03

Casa do Impacto Positivo

Como é que a LEROY MERLIN se alinha com este processo?

ESTRATEGICAMENTE é um tema alinhado com o nosso propósito

TATICAMENTE responde ao contexto económico

O CLIENTE espera de nós este posicionamento

MERCADO EMERGENTE DE NEGÓCIO mais relevante agora e para os próximos anos **CONTRIBUIDOR** para a redução da **PEGADA DE CARBONO**

Eficiência energética

indicador	2024
Evolução de vendas de produtos da eficiência energética em 2024 (VS 2023)	9.1%

A importância desta iniciativa:

Mais de 47 milhões de europeus passam frio em casa.

Portugal é atualmente (dados mais recentes do Eurostat 2023) o **Estado-membro da União Europeia com a maior percentagem de pobreza energética** (20,8%), equivalente a 2,2 milhões de habitantes sem acesso a aquecimento adequado.

Em 2025 mantemos a nossa ambição de potenciar o sucesso dos Programas de incentivos e apoio no âmbito do aumento da eficiência energética nacional, nomeadamente para a eficiência energética do setor habitacional.

Continuaremos a dar apoio e a criar os meios de fornecimento necessários ao Cliente/Consumidor na vertente do consumo, produção e armazenamento de energia, sendo o **parceiro de referência e facilitador do Cliente/**

Cidadão na Transição energética da Casa. Programas como o E-Lar ou as Áreas Urbanas Sustentáveis referidos pela Secretaria Geral de Ambiente no final de 2024 e que terão lugar em 2025, serão acompanhados com proximidade pela LEROY MERLIN, assim como outros Programas regionais, nomeadamente o programa + Energia na Região Autónoma da Madeira e o Programa Fundo Verde Cascais Família no município de Cascais.

Para saber mais acerca dos Programas de Incentivo no âmbito da eficiência energética consulte o site [LEROY MERLIN aqui](#).



Na Leroy Merlin, a transição energética da Casa — e, sobretudo, a garantia de que essa transição seja justa e acessível a todos — é uma preocupação diária. Como fornecedora de soluções para a Casa, sentimos a responsabilidade de apoiar todos os nossos clientes, incluindo os mais vulneráveis, através de programas de incentivo e apoio que realmente façam a diferença.

Este compromisso exige muito mais do que boas intenções: requer trabalho no terreno, análise cuidada das medidas existentes e, acima de tudo, a capacidade de traduzir essas oportunidades numa experiência clara, acessível e eficaz para quem nos procura em loja. Temos orgulho em contar com uma equipa interdepartamental dedicada a tornar estes processos mais ágeis, garantindo que a informação é bem comunicada e que o cliente se sente verdadeiramente acompanhado.

Acreditamos que só através da interdependência — um dos pilares do nosso modo de trabalhar na Leroy Merlin — conseguimos criar soluções eficazes e sustentáveis. Obrigada a todos os que integram este grupo de trabalho e que tornam possível esta missão.

Rita Castanheira
Serviços Internos



Casa do Impacto Positivo



Casa do Impacto Positivo

3.2.2 Cuidar do Planeta

1. Porque é prioritário o compromisso com o Planeta?

Na LEROY MERLIN, a nossa visão estratégica assenta num compromisso global com a sustentabilidade, que se reflete em todas as dimensões do nosso negócio. Integramos práticas de gestão responsável em cada área de atuação, desde a gestão de resíduos e a eficiência energética até à logística sustentável e à transformação digital, sempre com o nosso propósito de **fazer da Casa um lugar mais positivo para viver**. Esta abordagem holística permite-nos alinhar as nossas operações com os princípios da economia circular, da descarbonização e da promoção de um impacto social e ambiental positivo.

A gestão de resíduos é um pilar fundamental da nossa estratégia, indo além do mero cumprimento de normas legais. **Através da triagem, reciclagem e valorização de resíduos, reduzimos a quantidade de material enviado para aterros e contribuimos para a diminuição das**

emissões de carbono. Esta prática não só minimiza os impactos ambientais, como também nos posiciona como líderes na promoção de uma economia circular, incentivando colaboradores, fornecedores e clientes a adotarem comportamentos mais sustentáveis.

No que diz respeito aos edifícios e infraestruturas, demos prioridade à redução da pegada de carbono, a **eficiência energética** e a utilização de materiais sustentáveis. Mesmo nos locais onde não somos proprietários dos edifícios, procuramos implementar medidas que promovam a sustentabilidade, dentro das limitações existentes. Ao investir na eficiência dos nossos edifícios, demonstramos que a sustentabilidade começa dentro de casa, servindo de exemplo para os nossos clientes e parceiros.

A logística e o transporte são também áreas críticas onde aplicamos os nossos princípios de sustentabilidade. Através da otimização de rotas e da adoção de soluções mais ecológicas, reduzimos a pegada de carbono associada ao transporte dos



nossos produtos. Este compromisso não só contribui para a descarbonização do setor, como também garante maior eficiência operacional e benefícios económicos, reforçando a nossa posição como agentes da mudança.

A transformação digital desempenha um papel central na nossa estratégia de sustentabilidade, permitindo-nos monitorizar, medir e otimizar processos em todas as áreas do negócio. **A utilização de dados possibilita decisões mais informadas e uma gestão mais eficiente dos recursos**, incluindo o parque de equipamentos e serviços de tecnologia de informação. Ao optar por equipamentos com consumos mais eficientes e promover a sua reutilização, reforçamos o nosso compromisso com uma

gestão responsável e sustentável.

Por fim, reconhecemos que a educação e capacitação são ferramentas essenciais para a transição para uma sociedade mais sustentável. Através de iniciativas como o programa **“Mãos à Obra”**, o Home Index, campanhas de sensibilização, podcast **“Nem de Propósito”** e catálogos dedicados às casas eficientes, promovemos o desenvolvimento de competências e conhecimentos junto de colaboradores, clientes e parceiros.

Este esforço educativo não só transforma hábitos, como também contribui para a construção de um futuro mais sustentável, alinhado com o nosso propósito de melhorar a qualidade de vida e criar um impacto positivo na sociedade.



Casa do Impacto Positivo



Casa do Impacto Positivo

2. Quais os nossos pontos fortes?

- **Educação e Conscientização:** Desenvolvemos workshops "Mãos à Obra" mais sustentáveis, o podcast, "Nem de Propósito", que explora vários temas relacionados com a sustentabilidade, o Home Index, o primeiro indicador de medição do impacto ambiental e social de um produto ao longo do seu ciclo de vida, e o Catálogo Casa Eficiente promovendo a educação e a capacitação de colaboradores, clientes e parceiros em práticas mais sustentáveis. Para além destas iniciativas, desenvolvemos também eventos locais e parcerias com fornecedores reforçando o nosso compromisso com a comunidade.
- **Logística Sustentável:** Otimizamos as nossas rotas, promovendo uma entrega direta do produtor ao cliente e frotas mais eficientes que reduzem emissões e custos, fortalecendo o nosso compromisso com a descarbonização do

setor e aliando a eficiência operacional a benefícios ambientais.

- **Eficiência Energética e Gestão de Recursos:** Procuramos fazer dos nossos edifícios o exemplo, tornando-os mais sustentáveis, através de um controlo e medição total, com iluminação eficiente, sistemas AVAC modernos e maior uso de energias renováveis.
- Temos uma **visão clara** do caminho a seguir com uma **estratégia bem definida**.



3. Em que áreas é que precisamos de nos focar e trabalhar para progredirmos?

- **Tecnologias Sustentáveis:** Implementar tecnologias mais sustentáveis em mais edifícios e unidades operacionais, expandindo o uso de energias renováveis, veículos elétricos e soluções de baixo carbono para reduzir a pegada de carbono.
- **Parcerias Estratégicas:** Ampliar colaborações com fornecedores de soluções inovadoras e eficientes, reforçando parcerias com empresas de transporte para práticas logísticas mais sustentáveis e inovadoras.
- **Digitalização e Análise de Dados:** Expandir a aplicação de tecnologias digitais em todas as operações, utilizando análise preditiva para otimizar processos na cadeia de fornecimento e logística, e garantindo maior acessibilidade e transparência dos dados de sustentabilidade para colaboradores e clientes.

- **Redução de Emissões e Logística Sustentável:** Continuar a monitorizar e reduzir as emissões dos transportes, com metas mais ambiciosas, e investir em tecnologias para otimizar rotas e processos logísticos, promovendo uma cadeia de fornecimento mais eficiente e ecológica.
- **Educação e Sensibilização:** Reforçar projetos, campanhas e ferramentas como o Home Index para promover escolhas conscientes junto dos clientes, implementando métricas para avaliar o impacto das iniciativas pedagógicas na transformação de hábitos e comportamentos sustentáveis.



Casa do Impacto Positivo



03

Casa do Impacto Positivo

4. Quais os objetivos que temos para o futuro?

- Ambicionamos 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 e continuar a trabalhar sobre temas estruturantes tais como HOME INDEX.
 - Pretendemos aumentar a taxa de ocupação das viaturas em 25%, no âmbito da iniciativa *B2B Fill Rates*, e diminuir em 5% as emissões de CO_{2eq} por unidade transportada.
 - Planeamos lançar o novo Programa de Voluntariado em Ecossistema, o programa ReCria, dar continuidade ao plano anual de workshops “Mãos à Obra”, continuar a animação da ferramenta Home Index, ativar um plano de media relations e alcançar o top10 no ranking de reputação Merco no eixo da sustentabilidade.
- A longo prazo o foco estará no desenvolvimento de uma estratégia de sustentabilidade integrada, que articule de forma consistente os eixos de marca empregadora e de marca good value for money. Esta abordagem visa criar uma narrativa agregadora e coerente, capaz de comunicar o compromisso da LEROY MERLIN com a geração de valor sustentável, reforçando a sua posição no mercado e o seu contributo para a comunidade.

Divulgamos em seguida as iniciativas e progresso feito nas áreas:

- **GESTÃO DE RESÍDUOS**
- **CRIADORES DE GERAÇÕES**
- **PEGADA DE CARBONO**
- **EDIFÍCIOS**
- **TRANSPORTES**
- **DIGITAL**



Casa do Impacto Positivo



03

Casa do Impacto Positivo

GESTÃO DE RESÍDUOS

O nosso desempenho em 2024

O ano de 2024 foi um ano de crescimento de vendas, significando que os resíduos totais produzidos aumentaram em 9,33% face a 2023. No entanto, mesmo face a este aumento de produção de resíduos, a **LEROY MERLIN foi capaz de aumentar a sua taxa de triagem em 1,6 p.p.** (face a 2023), atingindo os 81,10% em 2024.

A taxa de resíduos específica sofreu um ligeiro decréscimo, relativamente a 2023, tendo-se verificado uma redução de 15,57 para 15,46, o que representa uma variação de -0,7%.



Em que iniciativas estivemos focados em 2024?

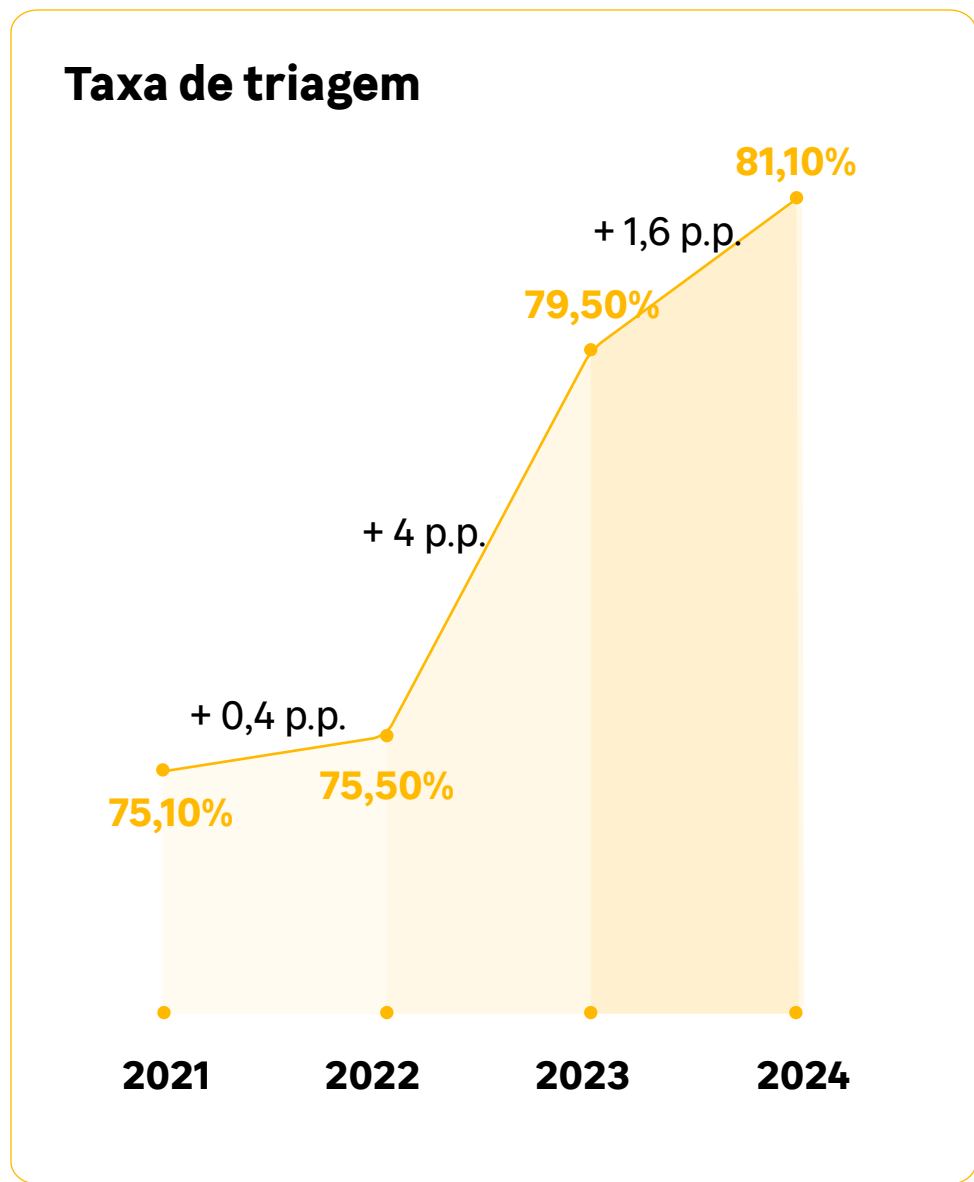
1. Taxa de Triagem de resíduos

Na LEROY MERLIN Portugal, temos procurado otimizar a gestão de resíduos em todas as nossas lojas e entrepostos logísticos. Este compromisso reflete-se na implementação de práticas que promovem a produtividade e a responsabilidade ambiental em todas as operações.

A Taxa de Triagem é um indicador estratégico para avaliar a eficácia na separação e gestão de resíduos, sendo monitorizada mensalmente.

Em 2024, o objetivo da taxa de triagem da LEROY MERLIN foi de 81%, com o objetivo de alcançar os 82% em 2025. Para garantir o progresso, são **realizadas análises regulares, acompanhadas de relatórios e comunicação periódica dos resultados**, promovendo a melhoria contínua.

Taxa de Resíduos	
indicador	2024
Quantidade total de resíduos produzidos (ton)	19 104
Taxa de resíduos específica (ton resíduos produzidos / vendas)	15,46
Evolução da produção de resíduos na nossa atividade (%)	9,33%



Casa do Impacto Positivo



Casa do Impacto Positivo

2. Automatização de dados de resíduos

Em 2024 implementámos melhorias nos processos analíticos relacionados com a recolha de informação de resíduos.

Estas melhorias estiveram centradas na **automatização e consolidação dos dados**. Com uma melhor análise de dados, ficamos mais equipados para podermos tomar decisões mais fundamentadas em informação a que acedemos com maior rapidez e facilidade.

3. Índice de Valorização: Monitorização e Gestão Sustentável de Resíduos

Na LEROY MERLIN, a promoção de práticas de gestão sustentável de resíduos é uma prioridade estratégica. Para reforçar este compromisso, foi criado o **Índice de Valorização, um indicador que acompanha o desempenho ambiental no destino final de resíduos em lojas e entrepostos**.

Este indicador reflete a quantidade de resíduos encaminhados para destinos de valorização, como a reciclagem ou, em último caso, a incineração com aproveitamento para produção de energia.

A implementação e animação deste indicador, realizada anualmente, permitem uma monitorização contínua e uma gestão mais eficiente.

Com uma meta de mais 90% de valorização de resíduos, o índice será integrado nos indicadores de sustentabilidade corporativa, reafirmando o compromisso da LEROY MERLIN com práticas ambientais responsáveis e alinhadas com os padrões europeus de sustentabilidade.



Na LEROY MERLIN Sintra, eu tenho plena convicção de que o desafio da Gestão de Resíduos foi construído totalmente do zero. Envolveu desde a aquisição de novos equipamentos, até ao desenvolvimento de regras e procedimentos baseados na metodologia LEAN — incluindo o papel fundamental dos elementos de apoio à operação. Também foi necessário promover a aculturação de toda a equipa logística, para que adotassem os novos gestos e práticas necessárias.

Definimos várias metas, sendo a primeira garantir que todos compreendessem a importância da triagem de resíduos, especialmente numa loja com uma contribuição relevante no país. Além disso, queríamos uma operação claramente orientada para a eficiência e para a limpeza. Todas essas iniciativas potenciaram os nossos processos e resultados.

Ricardo Ferreira
Logística Sintra



Casa do Impacto Positivo



03

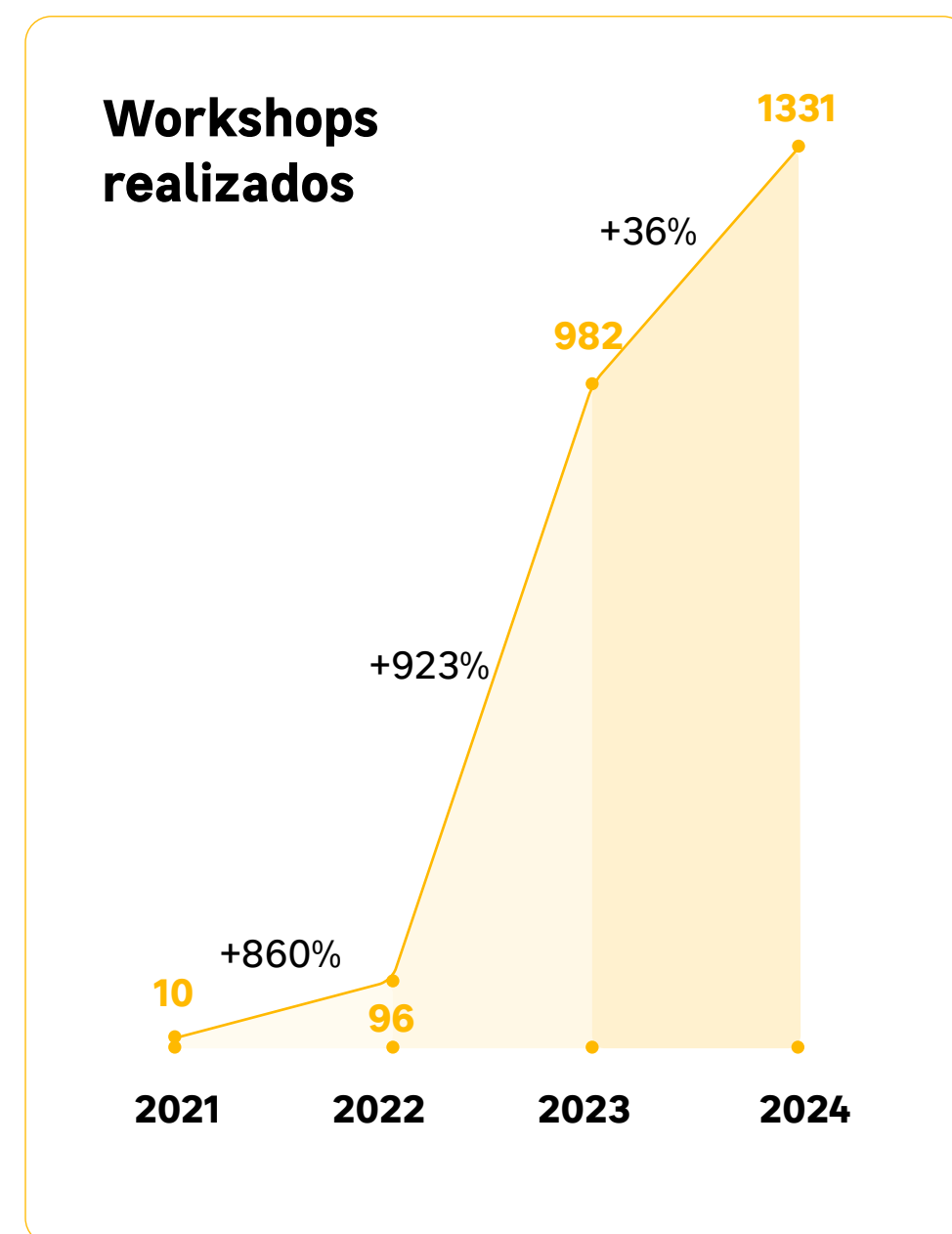
Casa do Impacto Positivo

CRIADORES DE GERAÇÕES

O nosso desempenho em 2024

O ano de 2024 foi um ano de grande consolidação e evolução de ferramentas educativas e do envolvimento da comunidade, observando uma evolução bastante positiva de workshops realizados,

mais 36% comparativamente a 2023. Como consequência deste crescimento, conseguimos aumentar o número global de clientes formados pelos nossos **workshops Mãos à Obra**, +54%, sendo que o crescimento mais acentuado se verificou no número de clientes formados em workshops sustentáveis, com um crescimento recorde de 324%.



Envolvimento	
indicador	2024
Workshops realizados	1331
Pessoas formadas nos workshops sustentáveis	10 148
Clientes formados	21 111
Material reaproveitado como matéria prima para a realização de projetos nos workshops Mãos À Obra	+5 500 Kg
Clientes impactados com campanhas / projetos relacionados com sustentabilidade	+7M

+324%
PESSOAS FORMADAS

36%
WORKSHOPS REALIZADOS (VS 2023)

+54%
CLIENTES FORMADOS



Casa do Impacto Positivo



03

Casa do Impacto Positivo

Em que iniciativas estivemos focados em 2024?

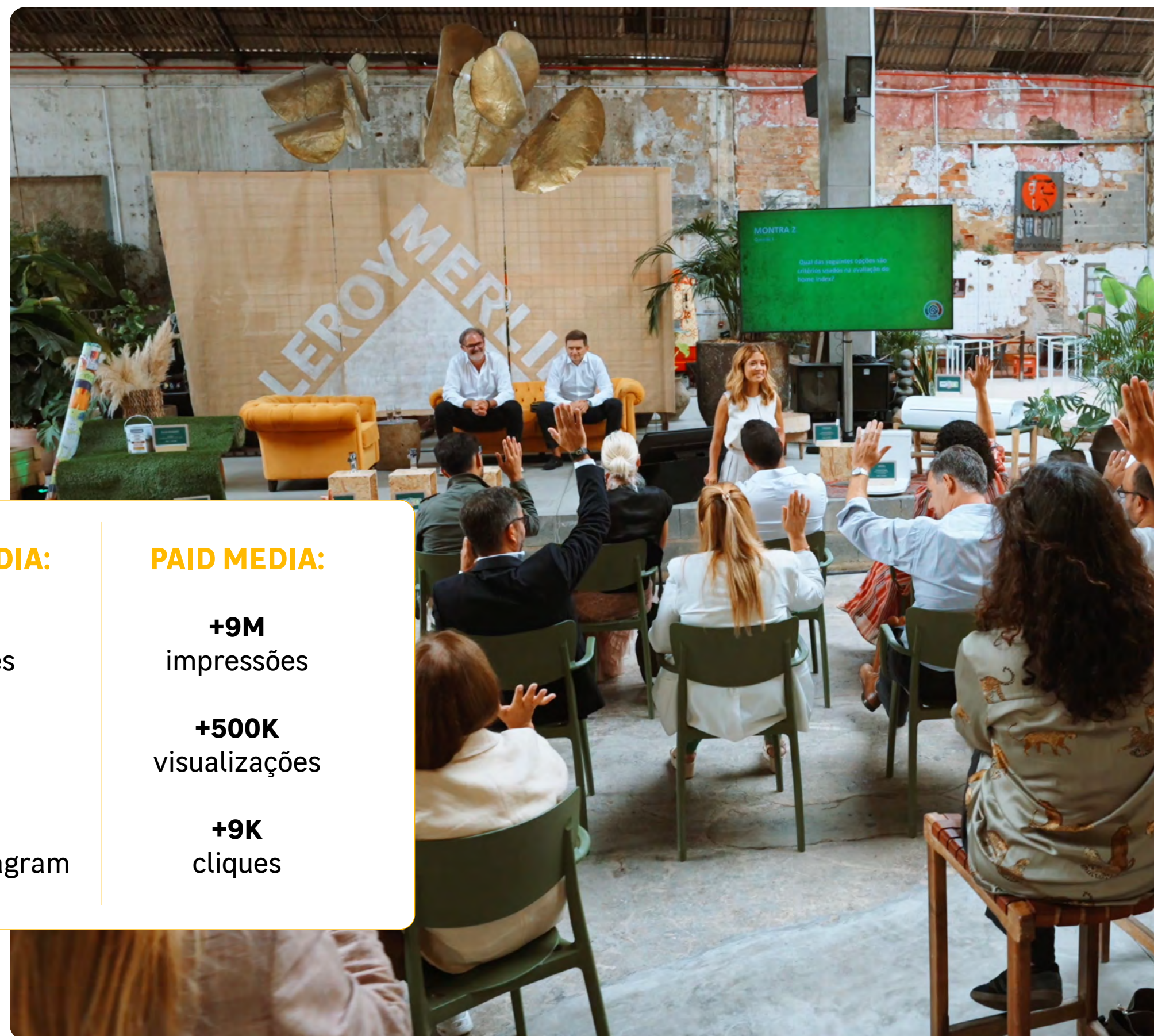
PEDAGOGIA DE SUSTENTABILIDADE

1. Campanha Lançamento Home INDEX

O ano de 2024 marcou o lançamento e implementação do Home Index, o primeiro indicador de medição do impacto ambiental e social de um produto ao longo do seu ciclo de vida, categorizando-o de A a E. Uma iniciativa pioneira que reflete o nosso compromisso com a sustentabilidade e posiciona a LEROY MERLIN como pioneira no setor retalhista na promoção de escolhas mais sustentáveis e informadas.

Com o Home Index, disponibilizamos aos clientes uma ferramenta prática e pedagógica para escolhas mais conscientes, alinhando transparência com sustentabilidade. Para maximizar o impacto e o alcance deste indicador, desenhamos e executamos uma estratégia de comunicação com três fases - **Pré-Lançamento**, **Lançamento e Always On** - assente em conteúdos educativos e inspiradores. Com resultados expressivos em diferentes canais,

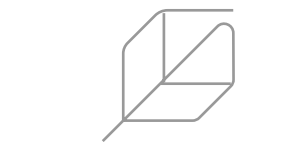
este projeto continuará a ser uma prioridade para os próximos anos, reforçando o nosso compromisso com a sustentabilidade e a inovação. Para a concretização do lançamento do Home Index um coletivo de vendedores passou por um processo de formação ao longo de todo o ano. Ao todo, 1868 colaboradores foram formados na nova metodologia.



Resultados		
RELAÇÕES PÚBLICAS:	SOCIAL MEDIA:	PAID MEDIA:
29 entrevistas	+1.4M impressões	+9M impressões
+1M reach	+24K views	+500K visualizações
+181K€ AAV	+744K reach em instagram	+9K cliques



Casa do Impacto Positivo



Casa do Impacto Positivo



2. Podcast "Nem de Propósito"

Em 2024, lançámos o 1º podcast da LEROY MERLIN, o Podcast "Nem de Propósito", focado na sustentabilidade e com o objetivo de posicionar a LEROY MERLIN como uma marca sustentável.

O Podcast "Nem de Propósito" foi lançado em abril nas principais plataformas digitais, incluindo YouTube, Spotify, Apple

Podcasts e Castbox com uma periodicidade semanal. Composto por sete episódios, este podcast alia pedagogia, sustentabilidade e entretenimento em conversas informais entre a host, Isabel Silva, e convidados especialistas nos vários temas abordados, que nos trouxeram histórias inspiradoras e dicas práticas, promovendo um diálogo acessível e envolvente sobre sustentabilidade.

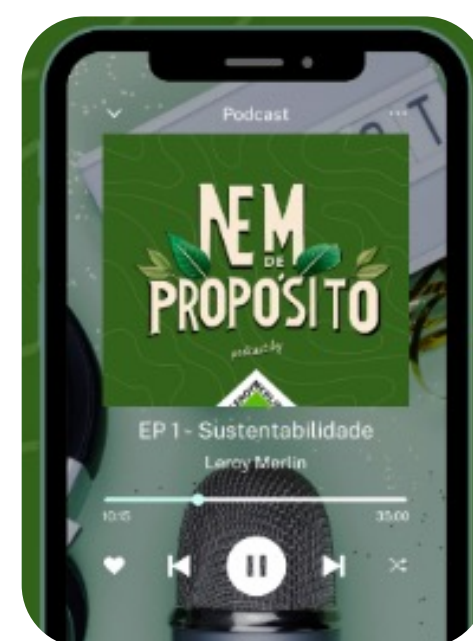
NEM DE PROPOSITO

- Episódio 1:**
Catarina Barreiros
Sustentabilidade
- Episódio 2:**
Associação Just a Change
Pobreza Habitacional
- Episódio 3:**
Tiago Lagoa
Transição Energética
- Episódio 4:**
Rita Tapadinhas
Resíduos
- Episódio 5:**
Tânia Martins
Pegada de Carbono
- Episódio 6:**
Joana Joes
Consumo Responsável
- Episódio 7:**
Capicua
Impacto Social

Casa do Impacto Positivo



Resultados



O Podcast "Nem de Propósito" consolidou-se como um projeto inovador para reforçar o compromisso da LEROY MERLIN com a sustentabilidade e inspirar ações positivas. Este projeto contribuiu para melhorar a reputação da marca, envolver clientes e colaboradores, e ampliar o alcance das mensagens de sustentabilidade. Com resultados expressivos, a possibilidade de uma segunda temporada em 2025 reforça o potencial contínuo desta iniciativa enquanto motor de mudança e posicionamento de marca.

Reputação da Marca (CSR):

- Aumento de +1,5% na perceção dos cidadãos no Q2 2024 face a 2023 (valor mais elevado desde 2021).
- Crescimento de +2,5% na perceção dos jornalistas no Q2 2024 face a 2023 (melhor desempenho desde 2022).

Comunicação Interna:

- Taxa de engagement de 2,74%.
- Mais de 9.800 impressões.

Social Media:

- Alcance de mais de 4 milhões.
- 450.000 visualizações completas (thru play).
- 18.000 interações (o maior volume de 2024 no Q1).
- Engagement rate de 0,45%, (o mais elevado do Q1 2024).



3. Catálogo Casa Eficiente

Foi também em 2024, que a LEROY MERLIN lançou pela primeira vez o Catálogo "Casa Eficiente", um projeto inovador que combina negócio e pedagogia. Este catálogo, em formato digital e interativo, reflete o compromisso da marca em disponibilizar aos clientes uma oferta abrangente e sustentável, reforçando a sua posição como parceira de confiança na criação de casas mais eficientes e económicas.



Casa do Impacto Positivo



03

Casa do Impacto Positivo

O principal objetivo do Catálogo Casa Eficiente foi apresentar de forma clara e acessível a oferta de produtos e serviços que contribuem para a eficiência energética e hídrica.

Pontos em destaque:

- **Identificação de Produtos com IVA Reduzido:**

Facilitar aos consumidores o reconhecimento de produtos com benefícios fiscais.

- **Informação sobre Apoios Governamentais:**

Sensibilizar os clientes para a possibilidade de acederem a fundos que apoiam a implementação de soluções eficientes.

- **Impacto Positivo dos Produtos:**

Demonstrar os benefícios económicos e ambientais de cada solução.

- **Oferta Integrada de A a Z:**

Desde produtos económicos e sustentáveis até soluções completas que incluem financiamento, entrega e instalação.

Composto por 28 conteúdos detalhados, o catálogo foi disponibilizado digitalmente em leroymerlin.pt e projetado para ser interativo e intuitivo, facilitando a navegação e consulta pelos clientes.

O Catálogo Casa Eficiente demonstrou ser uma iniciativa bem-sucedida em captar a atenção dos clientes e promover a oferta da LEROY MERLIN:

Resultados

+3.400

sessões dedicadas ao catálogo.

78.000

visualizações de página associadas ao conteúdo do catálogo.

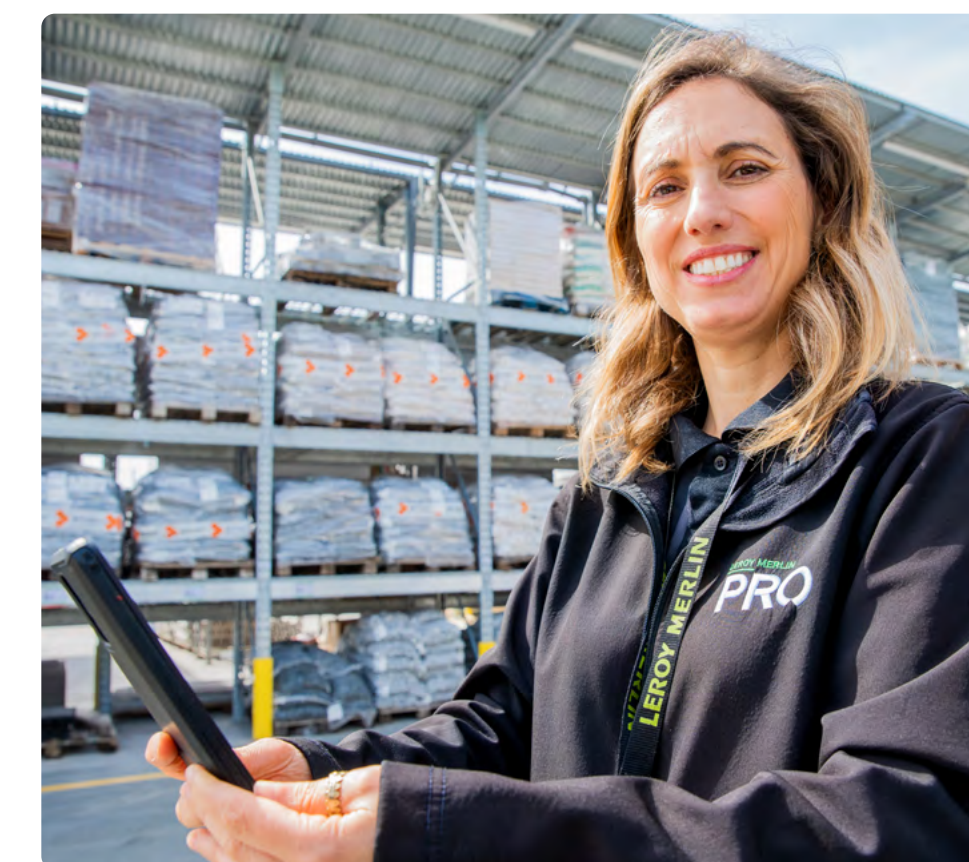
Pedagogias de Sustentabilidade PRO

1. Formação PRO

Desde a sua criação que o Negócio PRO, direcionado para o segmento de clientes profissionais, tem seguido uma estratégia delineada para gerar Impacto Positivo através de ações de capacitação dos nossos Clientes e Equipas PRO.

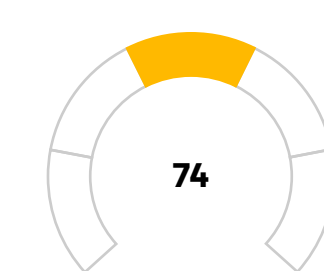
Estas ações de capacitação incluem a aquisição de conhecimento sobre novas técnicas, materiais e métodos de construção mais sustentáveis, assim como a sua divulgação e promoção junto dos diferentes intervenientes deste setor de atividade. As sessões formativas, organizadas anualmente, integram novas temáticas, bem como a repetição de temas considerados relevantes, promovendo assim a atualização e consolidação de conhecimentos.

Em 2024 realizámos novamente estas ações de capacitação, em parceria com fornecedores e formadores internos. As sessões decorreram nas nossas lojas, e combinaram componentes teóricas



e práticas, garantindo uma abordagem formativa de caráter prático. Como indicadores do impacto desta estratégia, destacamos a formação de mais de 300 pessoas, totalizando mais de 600 horas de formação realizadas em parceria com técnicos especializados e entidades de referência em cada área.

Estas ações de capacitação contribuem para a evolução e a competitividade dos profissionais do setor, especialmente num contexto de constante transformação e inovação. Investir na formação dos profissionais, tanto Clientes como Equipas, potencia a qualidade dos serviços prestados aos clientes finais, e promove a adoção de práticas mais eficientes e sustentáveis, contribuindo para o desenvolvimento do setor e para o cumprimento dos objetivos estratégicos da empresa.



Casa do Impacto Positivo



Casa do Impacto Positivo

2. Eventos PRO

Os Eventos PRO, uma das iniciativas estratégicas da empresa para este segmento de clientes, têm como objetivo fortalecer a ligação entre as nossas Equipas, os Clientes Profissionais e os diversos fornecedores da área. Realizados em parceria com fornecedores e parceiros, estes eventos oferecem um programa diversificado, com momentos de interação e network entre produtores e profissionais, sessões de partilha de conhecimento e apresentação de soluções inovadoras.

Com uma adesão crescente, os Eventos PRO têm vindo a expandir-se a um número cada vez maior de lojas, contando com o dinamismo e suporte da Equipa PRO e dos parceiros participantes, reforçando assim o compromisso com a proximidade e a criação de valor partilhado.

Formação Impacto Positivo



1. Currículo Impacto Positivo

A LEROY MERLIN, alinhada com a sua visão estratégica de Impacto Positivo, desenvolveu o Currículo IP, um conteúdo de formação online e assíncrono destinado a sensibilizar sobre a sustentabilidade e a estratégia de Impacto Positivo adotada pela empresa.

Este programa educativo reflete o compromisso da LEROY MERLIN em promover uma cultura de responsabilidade ambiental e social entre os colaboradores, reforçando o papel de cada indivíduo na transição para um futuro mais sustentável. O Currículo IP destaca os principais compromissos da ADEO, explorando a sua estratégia global e os indicadores seguidos

em Portugal, enquanto contextualiza a importância do Impacto Positivo. Além disso, aborda temas emergentes de sustentabilidade, como os fatores que moldaram o mundo atual, os desequilíbrios e riscos emergentes, e a urgência de uma mudança de paradigma. O programa sublinha ainda o papel crucial das empresas, incluindo a LEROY MERLIN, na promoção de práticas sustentáveis e no posicionamento estratégico para enfrentar os desafios globais.

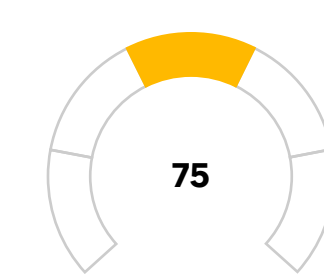
Este conteúdo formativo não só amplia o conhecimento interno sobre sustentabilidade como também inspira ações concretas e responsáveis, alinhando todos os colaboradores com os objetivos da LEROY MERLIN e a visão de um futuro mais equilibrado e positivo para todos.

2. Workshop 2 Toneladas

A LEROY MERLIN, reforçando o seu compromisso com a sustentabilidade, promoveu o workshop imersivo 2 Toneladas, destinado à equipa de Management e à Supply Chain da sede. Com uma duração de 3 horas, esta

iniciativa teve como principal objetivo contribuir para a construção de um plano e estratégias eficazes de descarbonização, alinhando a visão estratégica da empresa com ações práticas e concretas.

O workshop focou-se no papel individual e coletivo dos participantes na transição ecológica, explorando as principais alavancas que podem ser acionadas para reduzir o impacto ambiental. Durante a sessão, combinou-se a reflexão estratégica com a identificação de ações práticas que podem ser implementadas no dia a dia das operações e na gestão da cadeia de abastecimento, reforçando o compromisso da LEROY MERLIN em liderar pelo exemplo no caminho para um futuro mais sustentável. Face à importância desta iniciativa, está estabelecido um plano por etapas, num intervalo de 2 a 3 anos, para a capacitação total da organização. Ao promover este tipo de iniciativas, a LEROY MERLIN não só capacita as suas equipas para enfrentar os desafios da descarbonização, mas também fortalece a sua posição como agente de mudança, inspirando colaboradores e parceiros a fazer parte desta transformação.



Casa do Impacto Positivo



Casa do Impacto Positivo

3. Mural do Clima

A LEROY MERLIN, empenhada em reforçar a consciencialização sobre os desafios ambientais, implementou o Mural do Clima, uma sessão presencial dedicada à sensibilização e capacitação dos seus colaboradores para a emergência climática.

Esta iniciativa tem como principal objetivo aprofundar o conhecimento sobre as causas e consequências das alterações climáticas, destacando a urgência de adotar ações concretas para reduzir o impacto humano no planeta.

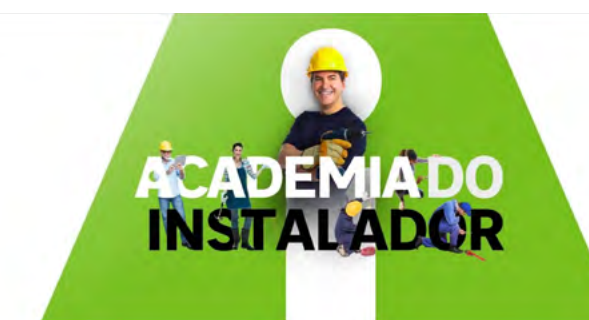
O Mural do Clima vai além de uma simples formação; é uma oportunidade de envolvimento e reflexão coletiva sobre o papel de cada indivíduo e organização na luta contra as alterações climáticas. Durante as sessões, os participantes exploram, de forma interativa, os principais fatores que contribuem para a crise climática, bem como as suas repercussões ambientais, sociais e económicas.

Com esta iniciativa, a LEROY MERLIN procura não só promover o conhecimento, mas também inspirar mudanças de

comportamento e decisões conscientes, reafirmando o compromisso da empresa em liderar práticas sustentáveis e capacitar os seus colaboradores para um futuro mais equilibrado e resiliente.



Academia do instalador



1. Formação Técnica para a Rede de Instaladores

A LEROY MERLIN, em parceria com mais de 50 fornecedores, disponibiliza formações técnicas especializadas na instalação de produtos. Estas formações, conduzidas diretamente pelos fabricantes, garantem a qualificação contínua dos instaladores, promovendo a qualidade das instalações e a satisfação das empresas parceiras.

O programa permite que as equipas das empresas parceiras beneficiem de uma aprendizagem prática e atualizada, assegurando o cumprimento das horas obrigatórias de formação. Esta iniciativa reforça a satisfação da rede de instaladores com a parceria, melhora a experiência dos clientes e fortalece o compromisso da LEROY MERLIN com a excelência na prestação de serviços.



03

Casa do Impacto Positivo

2. Formação em Atendimento de Excelência para Parceiros

Na LEROY MERLIN, acreditamos que **Fazer da casa um lugar positivo para viver** começa com um atendimento de excelência em cada etapa da jornada do cliente. Por isso, tornamos obrigatória a formação em Atendimento de Excelência no onboarding dos nossos parceiros, assegurando que a qualidade do serviço prestado na loja se mantém até à casa de cada cliente.

Este plano de formação inicial inclui não só boas práticas de atendimento, mas também a capacitação no uso adequado das nossas plataformas internas, garantindo maior eficiência e integração. Queremos que cada parceiro se sinta parte da nossa missão e esteja preparado para oferecer um serviço que vá ao encontro das expectativas dos clientes.

3. Formação em Boas Práticas de Segurança para Parceiros

Na LEROY MERLIN, acreditamos que colocar as pessoas no centro da nossa estratégia é essencial para garantir um ambiente de trabalho seguro e de confiança.



Alinhados com o nosso compromisso **Human First**, implementámos a Formação em Boas Práticas de Segurança como um requisito no plano de formação inicial dos nossos parceiros.

Esta formação assegura que a nossa rede de instaladores adota os melhores procedimentos durante as instalações nas casas dos clientes, promovendo um serviço mais seguro e de maior qualidade. Com esta iniciativa, reforçamos a cultura de segurança na nossa operação, protegendo não só os nossos parceiros, mas também os nossos clientes.



Gostei bastante dos conteúdos apresentados nas formações de Impacto Positivo sobre sustentabilidade. Achei que os módulos foram bem estruturados, com informações claras e relevantes, abordando temas importantes tanto para o contexto profissional quanto pessoal. Os exemplos práticos e as soluções sugeridas ajudaram-me a compreender melhor como podemos, enquanto colaboradores e cidadãos, contribuir para práticas mais sustentáveis. Além disso, a formação foi inspiradora, pois reforçou o papel da Leroy Merlin em promover mudanças positivas e alinhadas com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

Considero que estas formações são essenciais para sensibilizar e capacitar as equipas, e sugiro que continuem a investir neste tipo de iniciativas, quem sabe com mais casos práticos ou exemplos locais que mostrem o impacto real das nossas ações.

Rafael Brito
Almada



Casa do Impacto Positivo



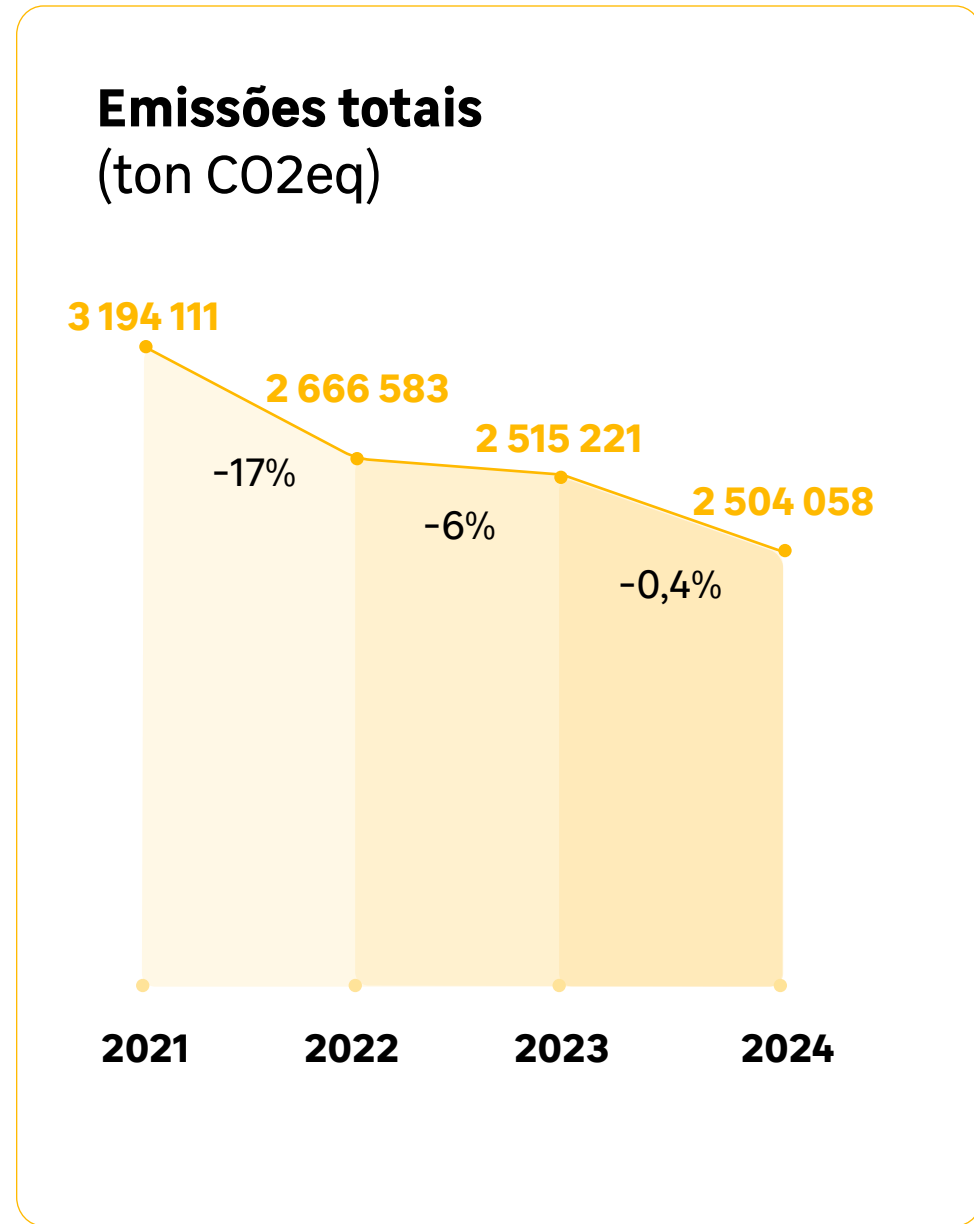
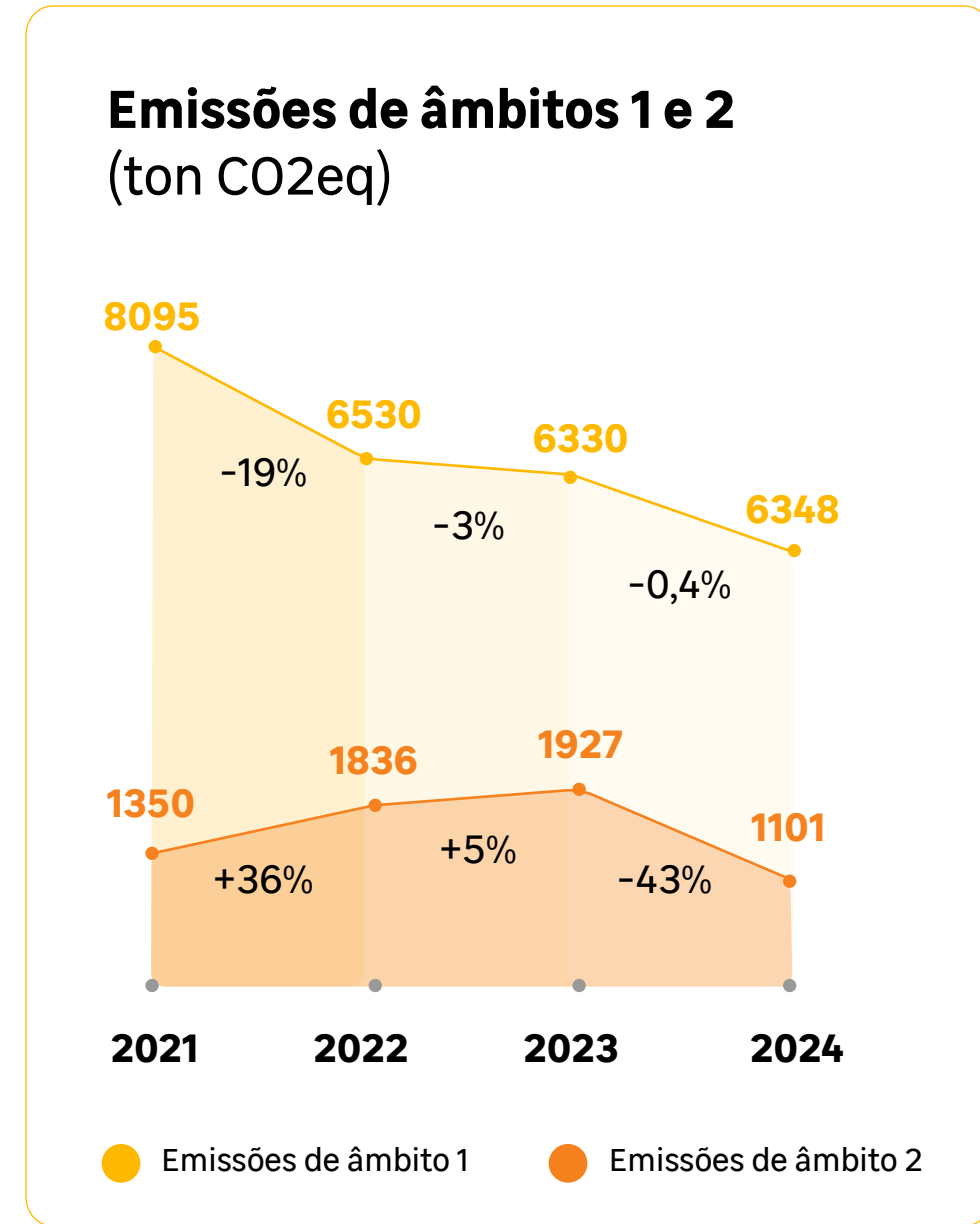
03

Casa do Impacto Positivo

PEGADA DE CARBONO

O nosso desempenho em 2024

Em 2024, os esforços e iniciativas da LEROY MERLIN refletiram-se na redução das emissões de âmbito 1 e 2, em 43% e 0,4%, respetivamente, face a 2023. No entanto, uma vez que as emissões de âmbito 3 representam mais de 90% do total das emissões, a redução anual de emissões totais reflete-se em 0,4%, face ao ano de 2023.



Em que iniciativas estivemos focados em 2024?

1. Reforço do nosso compromisso com a sustentabilidade

No âmbito do nosso compromisso com a sustentabilidade, 2024 foi um ano marcado por importantes avanços na monitorização e redução da pegada de carbono da LEROY MERLIN. Reconhecendo que os produtos representam cerca de 90% das emissões de carbono associadas à nossa atividade, desenvolvemos uma abordagem estratégica para enfrentar este desafio de forma eficaz. Esta iniciativa reflete o nosso compromisso em alinhar as nossas operações e oferta com os objetivos globais de sustentabilidade, reforçando a confiança dos nossos colaboradores, clientes e parceiros.

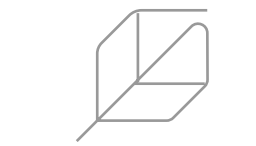
Com o intuito de identificar as categorias de produtos mais emissivas, implementámos, ao longo de 2024, uma iniciativa de acompanhamento de emissões de carbono. Esta monitorização permitiu-nos desenhar um plano de ação para redução de emissões, possibilitando um acompanhamento próximo das iniciativas e um foco claro nos objetivos de sustentabilidade.

Os esforços concentraram-se na análise detalhada das emissões por categoria, o que resultou na execução de 76% das iniciativas propostas. Este trabalho metódico contribuiu significativamente para atingir a meta de reduzir a nossa pegada de carbono relativamente ao ano anterior, garantindo a eficiência e o impacto positivo das ações desenvolvidas. Além do foco na gestão da transformação interna — envolvendo colaboradores, lojas e funcionamento operacional — os nossos esforços também tiveram impacto direto na nossa oferta ao cliente. O desenvolvimento de um mapa detalhado de emissões permitiu-nos melhorar a gama de produtos, informar os intervenientes sobre o progresso das ações e assegurar uma comunicação transparente sobre os resultados.

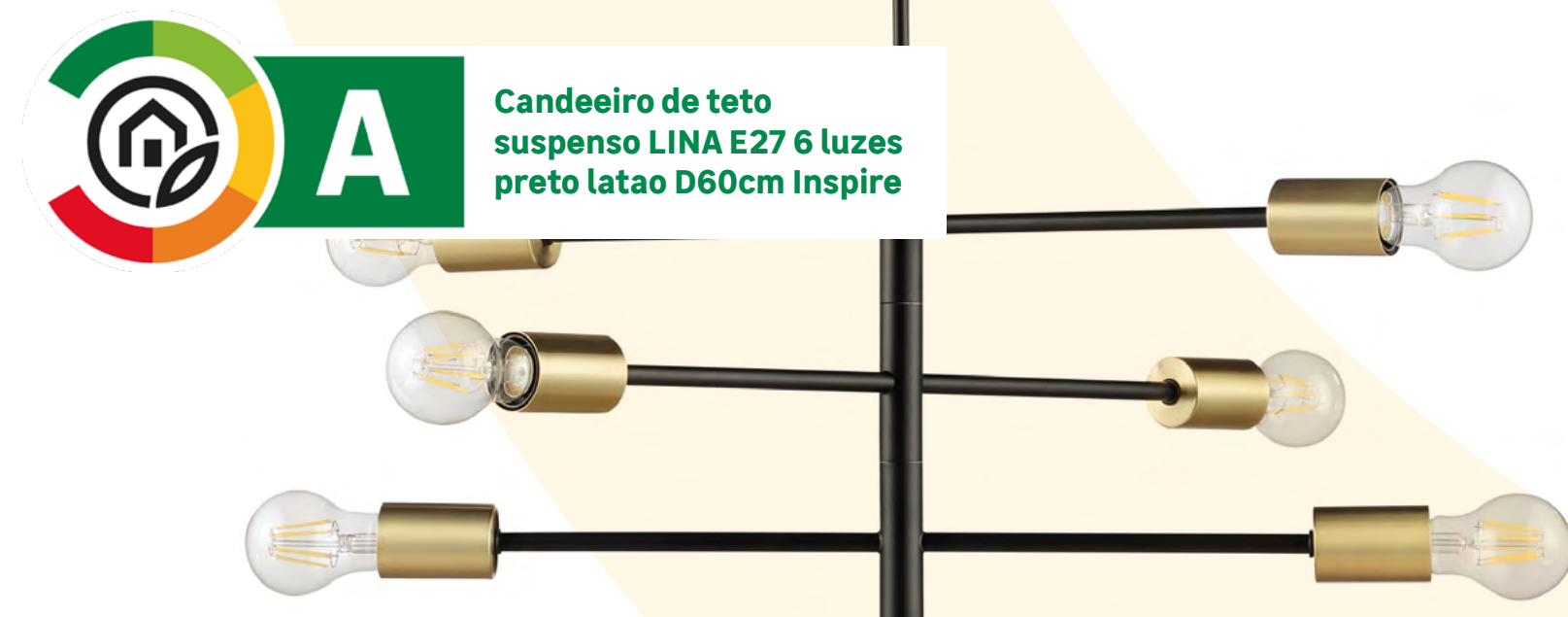
A proximidade entre os gestores de categoria e a equipa de carbono foi essencial para o sucesso da iniciativa. Trabalhámos em conjunto para identificar oportunidades de introdução de produtos mais sustentáveis, com destaque para as áreas de climatização, iluminação e tintas, bem como outras categorias estratégicas.



Casa do Impacto Positivo



Casa do Impacto Positivo



Este acompanhamento próximo, baseado em feedback contínuo, permitiu implementar um plano de ação mais eficiente, garantindo a coerência com os objetivos globais de sustentabilidade.

Esta nova metodologia de monitorização e colaboração interdepartamental demonstra o compromisso da LEROY MERLIN com a construção de uma oferta mais sustentável e com a mitigação do impacto nas alterações climáticas. O progresso alcançado em 2024 reforça a nossa determinação em contribuir ativamente para um futuro mais sustentável, promovendo uma transformação positiva tanto internamente quanto junto dos nossos clientes e parceiros.

2. Um passo na transição para a Neutralidade Carbónica em 2030

O ano de 2024 marcou uma etapa crucial na estratégia da LEROY MERLIN para alcançar a neutralidade carbónica até 2030. No contexto de um esforço conjunto liderado pelo grupo ADEO, implementámos uma mudança significativa na metodologia de medição das emissões de carbono, com a ambição de alcançar maior precisão e detalhe. Este progresso reflete o compromisso em mitigar o impacto nas alterações climáticas resultante do crescimento económico e da expansão da nossa operação.

Com o intuito de uma melhoria contínua na redução de emissões de carbono, 2024 foi o ano em que recorremos a um cálculo de emissões por referência, permitindo avaliar cada produto de forma individual. Esta abordagem inovadora, que substituiu o método anterior baseado em famílias de produtos, envolveu a análise do impacto de CO₂ de mais de 94.000 produtos. Até 2026, o objetivo é alcançar a avaliação de 400.000 produtos, representando mais de 80% do CO₂ emitido pela ADEO.

Ao detalharmos as emissões por produto, considerámos todo o ciclo de vida, desde a produção até ao fim de vida. Esta informação foi disponibilizada às Unidades de Necessidade da LEROY MERLIN, facilitando a criação de um simulador de evolução da pegada de carbono por produto. Esta ferramenta, além de apoiar o acompanhamento das emissões, permite planejar ações estratégicas para alcançar os objetivos globais de sustentabilidade.

A transição metodológica realizada em 2024 revelou-se essencial para identificar áreas prioritárias de mitigação das

emissões. Com a análise detalhada em curso, estamos capacitados para alinhar as nossas iniciativas de redução de emissões com as metas traçadas. Este esforço reforça a nossa ambição de passar de um crescimento anual de emissões de +1% para uma redução de 50% até 2035.

O avanço alcançado em 2024 representa um marco importante na estratégia da LEROY MERLIN rumo à neutralidade carbónica. A implementação de uma metodologia mais precisa e abrangente não só sublinha o nosso compromisso com as alterações climáticas, mas também prepara o caminho para um futuro mais sustentável, beneficiando colaboradores, clientes e a sociedade em geral. Este projeto, com horizonte até 2026, continuará a ser um pilar fundamental na transformação climática da nossa organização.



Casa do Impacto Positivo

3. Integração Sustentável do Negócio e Redução de Pegada de Carbono

Em 2024, a LEROY MERLIN reafirmou o compromisso de alinhar crescimento comercial com sustentabilidade ambiental. Como retalhistas, a nossa abordagem de redução da pegada de carbono exige a conjugação dos objetivos de negócio com práticas que promovam a sustentabilidade. Este esforço conjunto traduziu-se na análise detalhada da nossa oferta e do clima, bem como na incorporação de condicionantes externas, como fatores de emissão e estratégias governamentais, no processo de decisão.



Móvel superior nicho imitação madeira Faia 60x37x37 cm Delinia Eleki



A abordagem implementada em 2024 centrou-se na regulação das condições de oferta, mesmo em cenários de crescimento de vendas. Conseguimos reduzir as emissões de carbono através da diversificação do mix de produtos disponíveis aos clientes e da promoção de artigos com menores emissões dentro de uma mesma categoria. Este trabalho foi sustentado por uma avaliação dos fatores externos condicionantes da pegada de carbono, como o Fator de Emissão Nacional da eletricidade, cujas projeções foram integradas nas nossas estratégias de expansão. A análise detalhada dos padrões de venda revelou oportunidades concretas para a redução de emissões. Identificámos que 20% do nosso portfólio de produtos é responsável por 75% das emissões totais. Este dado motivou ações específicas, como o foco em produtos complementares ou substitutos de menor impacto ambiental, especialmente em categorias emissivas, como aquecimento e arrefecimento do espaço, que representam cerca de 29% das nossas emissões anuais.

Foi possível ajustar a metodologia e redirecionar a estratégia de vendas para mitigar o impacto dessa categoria durante o seu pico nos últimos dois meses do ano. A interpretação dos resultados de 2024 permitiu identificar padrões e definir ações para ultrapassar os desafios de redução das emissões associadas aos produtos. Através da diversificação do mix de oferta, conseguimos assegurar que o crescimento do negócio não compromete os objetivos de carbono. Esta iniciativa de gestão de mudança, lançada em 2024, continuará a ser uma prioridade estratégica nos anos vindouros.

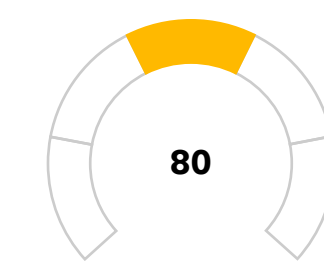
A conjugação de negócios e alterações climáticas é essencial para garantir o cumprimento dos nossos compromissos climáticos e comerciais. Através de uma abordagem integrada, orientada e ajustada às condições externas, a LEROY MERLIN posiciona-se como um líder na promoção de boas práticas no setor de retalho. O progresso alcançado em 2024 é um testemunho da viabilidade de um modelo de negócio que privilegia tanto o crescimento económico quanto a redução do impacto climático.



Encontrei na minha missão um PROPÓSITO de vida no que concerne à sustentabilidade e, como tal, é para mim um orgulho imenso fazer parte desta Empresa. Em suma, é clara a estratégia da descarbonização em todas as áreas do Grupo Adeo, a qual incentiva ativamente a redução das emissões CO2 dentro do nosso modelo de negócio.

Da mesma forma, torna-se cada vez mais evidente a promoção, junto dos nossos Clientes e Habitantes, da compra de produtos mais eficientes e mais sustentáveis rumo à neutralidade carbónica.

Ricardo Ferreira
Guimarães



Casa do Impacto Positivo



03

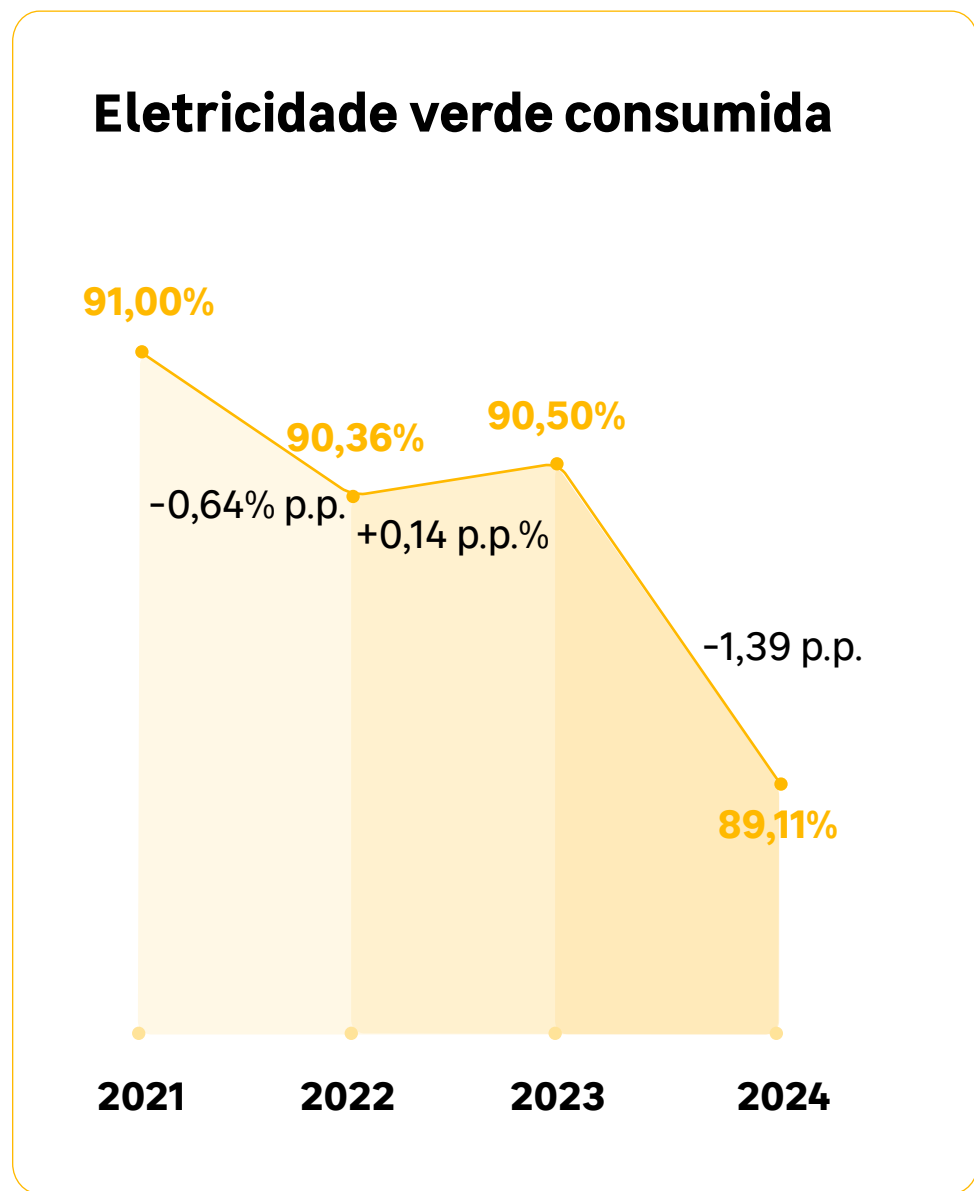
Casa do Impacto Positivo

EDIFÍCIOS

O nosso desempenho em 2024

Apesar dos esforços da LEROY MERLIN e do seu compromisso com a sustentabilidade, observou-se uma ligeira redução na percentagem de eletricidade verde consumida, totalizando em 2024, 89,11%, refletindo-se numa redução de 1,39 p.p. face aos 90,50% de 2023. Esta redução de eletricidade verde, foi acompanhada de um aumento de 0,02% da eletricidade total consumida face ao ano anterior.

A eletricidade verde consumida contempla eletricidade consumida com origem em fontes renováveis: rede + autoprodução nas lojas, entrepostos e nos serviços internos.



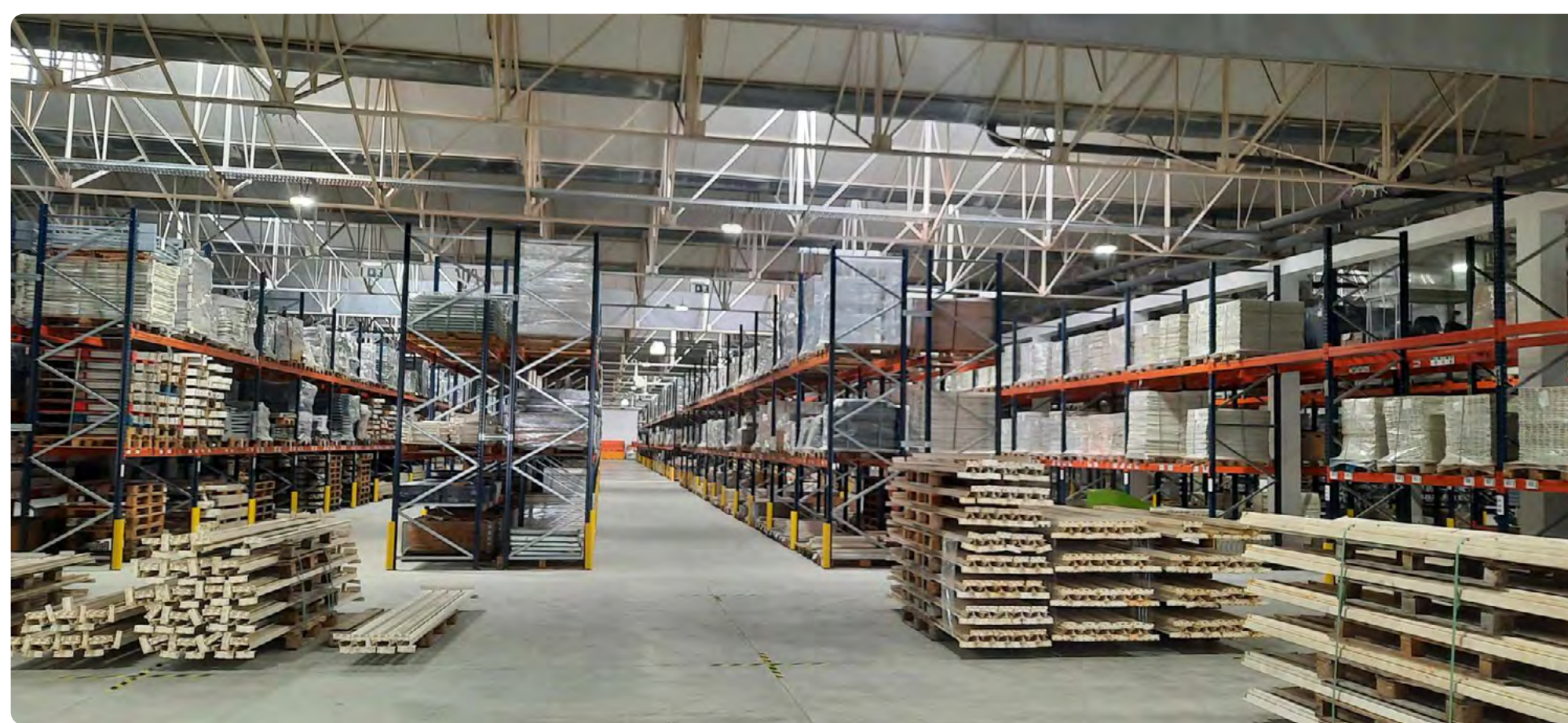
Consumo energia	
indicador	2024
Consumo de fotovoltaico (KWh)	4 618 285
Consumo de eletricidade total (KWh)	36 937 971
Consumo de energia total (GJ)	132 977

Em que iniciativas estivemos focados em 2024?

1. Instalação de uma Gestão Técnica Centralizada

A LEROY MERLIN continua a reforçar o seu compromisso com a sustentabilidade e a eficiência energética, promovendo iniciativas que refletem a sua visão de gestão responsável dos recursos. Entre estas ações, destaca-se a implementação de um sistema de Gestão Técnica Centralizada (GTC) nos seus edifícios. Este sistema permite o controlo e

a monitorização de equipamentos, possibilitando uma gestão energética mais inteligente e eficaz. Através do GTC, é possível identificar as áreas que necessitam de maior atenção e intervir de forma direcionada, assegurando uma utilização eficiente e sustentável da energia. Com esta solução, a LEROY MERLIN não só otimiza o desempenho energético das suas instalações como também contribui para a redução do desperdício e da pegada de carbono, consolidando o seu papel como referência na integração de tecnologia e sustentabilidade.



Casa do Impacto Positivo



03

Casa do Impacto Positivo

Em 2024 concluímos 2 instalações e demos início a mais 5, nos edifícios LEROY MERLIN.

2. A aposta na energia sustentável: Fotovoltaico e Mobilidade Elétrica

Promover a sustentabilidade e acelerar a transição energética são prioridades fundamentais para a LEROY MERLIN Portugal, que aposta em soluções inovadoras para reduzir o impacto ambiental e apoiar um futuro mais verde. Como parte da sua estratégia, a LEROY MERLIN implementou a instalação de centrais fotovoltaicas para autoconsumo nos seus

edifícios. Esta iniciativa permite produzir energia limpa e renovável diretamente nas instalações, diminuindo a dependência de fontes de energia fóssil e aumentando a eficiência e autonomia energética.

Adicionalmente, a investiu-se na instalação de carregadores para veículos elétricos, fomentando a mobilidade sustentável entre colaboradores e clientes.

Esta medida facilita a adoção de veículos elétricos e sublinha o compromisso com a redução de emissões de carbono associadas aos transportes.

Com estas ações, a LEROY MERLIN reforça o seu papel na construção de um modelo energético mais sustentável, dando início a 12 projetos, tendo finalizado 2, ainda em 2024.

3. Renovação e retrofit de equipamentos

A LEROY MERLIN continua a apostar na modernização e sustentabilidade das suas operações com a iniciativa de renovação e retrofit de equipamentos, que visa otimizar os sistemas e equipamentos existentes nas suas lojas. Este projeto envolve a troca ou atualização tecnológica (retrofit) de equipamentos de AVAC e de iluminação, promovendo a transição para soluções mais eficientes e sustentáveis. Ao substituir equipamentos antigos por tecnologias avançadas, a LEROY MERLIN não só reduz o consumo energético, como também melhora a eficiência operacional dos seus edifícios.

Com esta iniciativa, a empresa reforça o seu compromisso com a eficiência energética e a preservação ambiental, contribuindo para a redução de emissões de carbono e para a criação de espaços mais sustentáveis e modernos. Em 2024, deu-se início a 5 projetos, tendo todos eles ficado concluídos.



O compromisso dos colaboradores para o resultado da empresa é importante, pois só com uma equipa empenhada se consegue resultados eficientes.

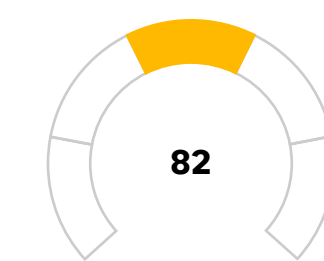
No contexto da Eficiência Energética dos edifícios e da redução das emissões de carbono, essa dedicação torna-se ainda mais relevante.

Cada ação individual pode contribuir significativamente para alcançar metas sustentáveis.

A consciência sustentável deve fazer parte da cultura organizacional.

Promover boas práticas energéticas no dia a dia é um passo fundamental para um futuro melhor.

Gualter Bernardes
Serviços Internos



Casa do Impacto Positivo



03

Casa do Impacto Positivo

TRANSPORTES

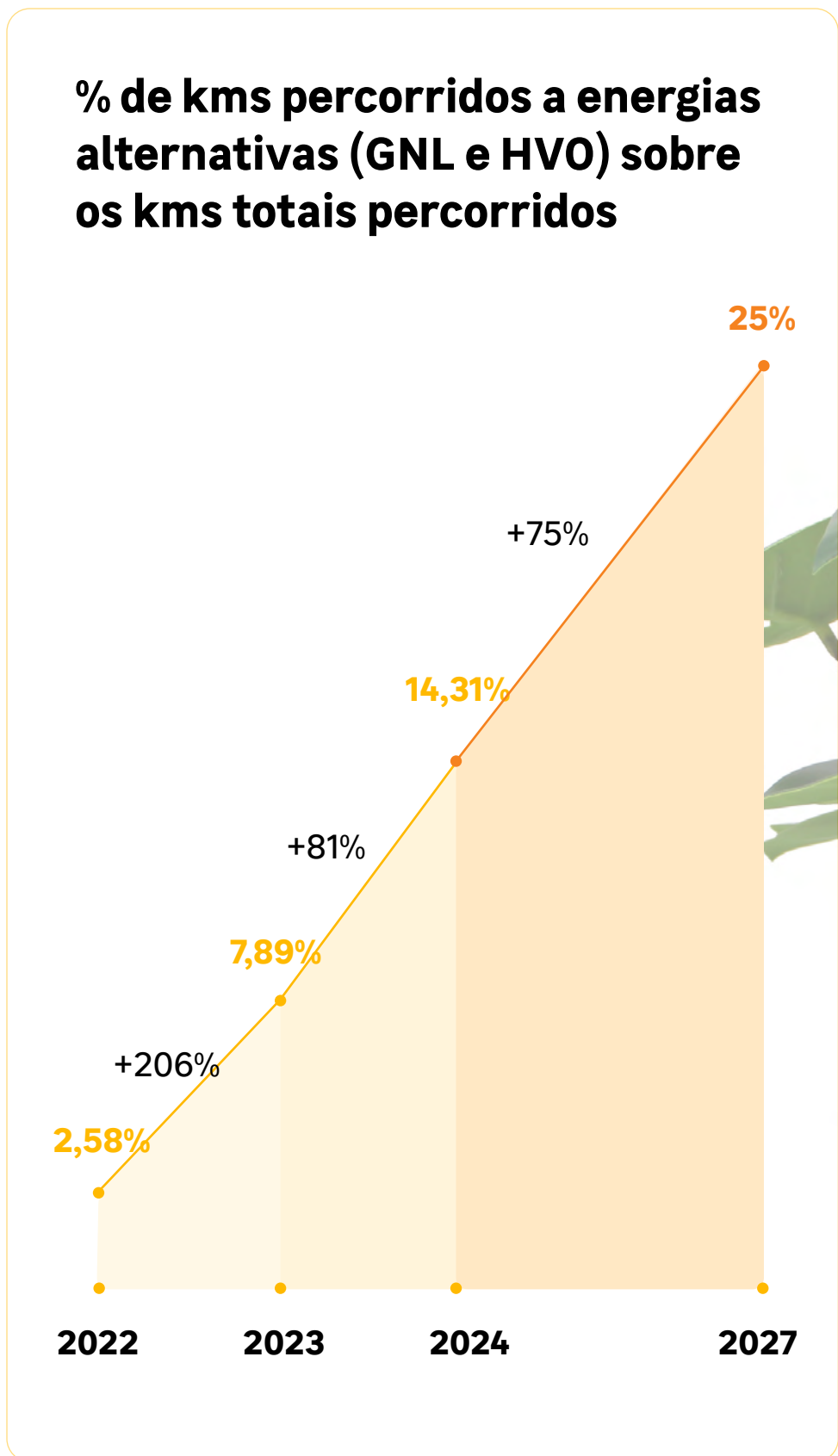
O nosso desempenho em 2024

Em 2024 a implementação de medidas de eficiência e a transição para soluções mais sustentáveis resultaram numa redução das emissões brutas de CO₂ em -0,19%. Apesar dos nossos esforços, a variação bruta ficou aquém do nosso target, como resultado direto do incremento da atividade total. Por unidade transportada, alcançámos avanços significativos na redução do impacto ambiental das nossas operações de transporte, levando a uma redução expressiva de -11,74% nos kg de CO₂ por palete transportada. Estes resultados refletem o nosso compromisso contínuo com a eficiência operacional e a sustentabilidade ambiental, reforçando o nosso compromisso na implementação de soluções logísticas mais responsáveis.

Estes resultados refletem o impacto das iniciativas de eficiência implementadas, mas também destacam a necessidade contínua de otimização logística para mitigar os efeitos do crescimento da operação.

Transportes	
indicador	2024
Total de kms percorridos com GNL (km)	356 279
Total de kms percorridos com HVO (km)	423 876

Ano	Paletes Totais	Variação Tons CO2e	Kg CO2e/ Paleta Equivalente	Variação Kg CO2e/ Paleta Equivalente
2022	n.d.	--	4,57	--
2022	1 261 969	-8,52%	3,49	-23,54%
2023	1 707 638	-0,19%	3,08	-11,74%



Casa do Impacto Positivo

Casa do Impacto Positivo

Melhoria das Taxas de Ocupação em Transporte B2B

A taxa de ocupação das viaturas, medida em quantidade de paletes equivalentes transportadas por viagem, é um dos indicadores chave das nossas ações de consolidação da mercadoria a transportar. Um semi-reboque convencional tem uma capacidade de 90m³ e comporta até 33 paletes ao nível do solo. Em resultado da vasta gama de produtos comercializados, as paletes apresentam características heterogêneas e, na sua maioria, não são empilháveis. Consequentemente, apesar da ocupação do espaço ao solo, entre 33% e 50% da capacidade do transporte é desperdiçada em espaço vazio.

O incremento das taxas de ocupação das viaturas permite-nos reduzir os custos e minimizar as emissões de CO₂, por unidade transportada. As equipas de operações e transporte são as equipas responsáveis por estudarem e implementarem medidas de melhoria nestas áreas.

Temos adotado as seguintes medidas estratégicas:

- **1. Utilização de suportes para sobreposição de paletes:**

Implementação de suportes que possibilitam a sobreposição de paletes, maximizando a ocupação dos veículos e aumentando a eficiência do transporte.

- **2. Consolidação da mercadoria nas linhas de expedição:**

Agrupamento e organização da mercadoria durante a expedição, com o objetivo de otimizar a ocupação das viaturas e reduzir viagens desnecessárias.

- **3. Planeamento com alvo de 50 paletes equivalentes por viagem:**

Definição de um objetivo claro de ocupação mínima de 50 paletes equivalentes por deslocação, assegurando uma utilização eficiente dos recursos disponíveis.



- **4. Planeamento integrado dos diversos circuitos:**

Coordenação integrada entre os diferentes circuitos logísticos para eliminar redundâncias, melhorar a eficiência e garantir um transporte mais sustentável.

Estas ações visam não apenas melhorar a eficiência operacional, mas também contribuir para práticas empresariais mais responsáveis, alinhadas com os objetivos de sustentabilidade ambiental e económica.

2. Substituição do Diesel Convencional por HVO:

Um Compromisso com a Sustentabilidade no Transporte B2B

Iniciámos um processo gradual de substituição do diesel convencional pelo HVO (Hydrotreated Vegetable Oil), um combustível alternativo, também conhecido como Green Diesel, que possibilita uma redução até 90% das emissões líquidas de CO₂ em comparação com o gasóleo tradicional.

Esta transição é feita no âmbito da meta que definimos, a de alcançar 12% do total de quilómetros percorridos pela frota B2B com o uso de combustíveis alternativos, como o HVO e o GNL (Gás Natural Liquefeito). Para medir o impacto desta transição, a LEROY MERLIN monitoriza a percentagem de quilómetros percorridos com energias alternativas relativamente ao total percorrido pela sua frota, garantindo uma avaliação precisa e transparente dos resultados obtidos. Em 2024, a meta de 12% foi ultrapassada, totalizando 14,1% de km percorridos com estas alternativas.



Casa do Impacto Positivo



03

Casa do Impacto Positivo

Ambicionamos, até 2027, atingir os 20%. Esta iniciativa de caráter contínuo tem metas que são revistas anualmente, assegurando um progresso constante na adoção de práticas mais sustentáveis.

3. Linktrailer (High Volume Trucks):

O Linktrailer é um conjunto de veículos formado por um trator e dois semi-reboques, que quando atrelado tem um comprimento total de 25,25m, permitindo transportar até 40 toneladas de peso bruto. No caso concreto da unidade que integrou a nossa frota está equipado com barras de duplodeck, o que permite transportar até 104 paletes por viagem.

Esta solução inovadora permite otimizar a utilização dos recursos, reduzindo tanto os custos operacionais como as emissões de CO₂ por paleta transportada. Destinada aos trajetos entre armazéns e plataformas regionais, esta abordagem maximiza a eficiência do transporte ao aumentar a capacidade de carga por viagem, reduzindo o número de deslocamentos necessárias.



Cada quilômetro poupado, cada melhoria na ocupação dos veículos e cada investimento em soluções mais ecológicas, como a nossa frota movida a HVO, contribui para fazer a diferença. Não se trata apenas de reduzir a pegada de carbono; é sobre criar um mundo melhor e mais saudável para todos.

Tiago Martins
Logística



Casa do Impacto Positivo



03 Casa do Impacto Positivo

DIGITAL

O nosso desempenho em 2024

No ano de 2024 aplicámos a faturação digital, o que possibilitou uma significativa redução do uso de papel para faturas. Esta iniciativa permitiu evitar a utilização de 633 098 folhas de papel.

Em que iniciativas estivemos focados em 2024?

1. Etiquetas eletrônicas

Em 2024, a LEROY MERLIN deu um importante passo na modernização das suas lojas ao implementar a iniciativa de etiquetas eletrônicas, uma solução que elimina a necessidade de imprimir etiquetas de papel e de alocar funcionários para trocas manuais. Esta transformação digital não só traz benefícios em termos de eficiência operacional, como também contribui significativamente para a sustentabilidade, ao reduzir o consumo de papel e os custos associados à sua produção e substituição.

As etiquetas eletrônicas, que estão ligadas a sistemas de gestão digital, permitem a atualização automática e em tempo real das informações, o que melhora a precisão e a rapidez dos processos, além de reduzir erros humanos. Ao substituir as tradicionais etiquetas de papel, esta tecnologia representa uma inovação importante, não só para a empresa, mas também para os clientes, oferecendo uma experiência de compra mais moderna e eficiente.

A implementação desta iniciativa em 2024 marcou o início de um processo contínuo, com planos para expandir a utilização das etiquetas eletrônicas para outras lojas em 2025. Com esta expansão, espera-se não apenas aumentar ainda mais a eficiência operacional, mas também alcançar uma redução significativa nos custos operacionais, consolidando o compromisso da LEROY MERLIN com práticas empresariais sustentáveis e com a inovação no ponto de venda.



Casa do Impacto Positivo



03

Casa do Impacto Positivo



2. Fatura digital

A LEROY MERLIN implementou a iniciativa de Fatura Digital como parte da sua estratégia de sustentabilidade e inovação.

Esta medida visa substituir as tradicionais faturas em papel por versões eletrônicas, acessíveis online ou enviadas diretamente aos clientes por e-mail ou outras plataformas digitais. A transição para faturas digitais contribui de forma significativa para a redução do consumo de papel, tinta e outros recursos necessários à impressão e envio de faturas físicas, alinhando-se com o compromisso da empresa em adotar práticas mais sustentáveis.

Para além de promover a eficiência operacional, a Fatura Digital oferece uma experiência mais ágil e conveniente para os clientes, que podem aceder às suas faturas de forma imediata e prática, sem a necessidade de armazenamento físico. Esta mudança também resulta em benefícios ambientais, como a diminuição das toneladas de papel consumido e a redução das emissões associadas ao transporte de faturas físicas, reforçando o compromisso da LEROY MERLIN com a preservação do meio ambiente.

Esta é uma iniciativa adaptada às necessidades dos clientes, sendo um exemplo claro de como pequenas mudanças podem gerar grandes impactos em termos de sustentabilidade e eficiência.

633 098
FOLHAS DE PAPEL EVITADAS
ATRAVÉS DA FATURA DIGITAL



Cadeira de alumínio MATERIAL ORIS CINZA



O nosso compromisso com a sustentabilidade em 2024 foi essencial para o sucesso e resultados da empresa. A implementação de etiquetas eletrônicas e faturas digitais integrou práticas sustentáveis nos nossos projetos, proporcionando aos nossos clientes uma experiência mais eficiente, prática e de qualidade. Além disso, destacamos a redução de custos, especialmente com a diminuição da impressão, a otimização de recursos e a redução dos impactos ambientais.

Para os nossos colaboradores, este compromisso melhorou a rotina e possibilitou um ambiente de trabalho mais eficiente. Por exemplo, com as etiquetas eletrônicas, conseguimos economizar 140 horas por mês em atualizações de preços. Juntos, construímos um futuro mais sustentável e inovador!

Patrícia Silva
Desafio Digital



Casa do Impacto Positivo



Casa do Impacto Positivo

3.3 Negócios Circulares

1. Porque é prioritário o compromisso com a transição para negócios circulares?

A transição para o modelo circular permitirá à LEROY MERLIN oferecer soluções mais inovadoras e sustentáveis aos clientes, contribuindo igualmente para a sua atração e retenção. Na base deste modelo está o prolongamento do ciclo de vida dos produtos, um controlo maior à produção de novos materiais, a redução do desperdício, culminando com uma recuperação económica de algo que aporta um custo para a empresa: **a gestão de resíduos.**

A ambição de transitar rapidamente para um modelo de negócio mais circular, contribuirá para minimizar impactes ambientais e otimizar recursos, beneficiando o planeta e a sociedade. Além disso, ao fomentarmos parcerias e incentivarmos a reutilização, a reparação, o aluguer, o upcycling e a reciclagem, a empresa reforça o contributo e a sua posição como agente de mudança para uma economia mais sustentável.

2. Quais são os nossos pontos fortes?



• Soluções de Reparação:

Através da evolução do modelo de negócio das oficinas de reparação internas, conseguimos alcançar um número cada vez maior de clientes que procuram esta solução, evitando o descarte antecipado de máquinas e ferramentas.

• Aluguer de ferramentas:

a expansão do negócio do aluguer de ferramentas gama profissional demonstra a aposta ganha neste segmento. Da mesma forma, o alargamento de gama e número de lojas com o serviço de aluguer MDH (marca da casa - uso particular) demonstra que estamos no caminho certo.

• Marketplace Segunda Vida:

Colaboramos com fornecedores e líderes globais para criar soluções que promovam a circularidade em grande escala.

3. Em que áreas é que precisamos de nos focar e trabalhar para progredirmos?

• Expansão dos Negócios Circulares já testados:

Desmultiplicar as iniciativas de segunda vida e o conceito da reparação e acondicionamento para que se tornem parte integrante da oferta da empresa, presente em várias zonas geográficas do país

• Educação sobre Circularidade:

Sensibilizar colaboradores, clientes e parceiros sobre os benefícios e práticas de economia circular.

• Integração Total na Cadeia de Valor:

Ampliar a aplicação dos princípios circulares em todas as fases do produto e do negócio.



Casa do Impacto Positivo



03

Casa do Impacto Positivo

4. Quais os objetivos que temos para o futuro?

No curto prazo, isto é, em 2025, vamos trabalhar em aumentar a rentabilidade dos negócios circulares, como os "Quase Perfeitos" e o Atelier de Reparação e medir o impacto dos mesmos no reaproveitamento económico das quebras.

No digital, e através do Marketplace, vamos apostar na escalabilidade do conceito de circularidade, aumentando a oferta no segmento segunda vida, bem como lançar o segmento de peças de reparação através de vendedores especializados e o segmento de negócios sociais.

No médio prazo, pretendemos ser uma One Stop Shop com oferta de uma gama cada vez mais positiva mas também a disponibilização ao cliente de uma vasta gama de soluções de aquisição de produto conforme a sua necessidade atual e fase de vida. Através da desmultiplicação dos negócios circulares, teremos lojas plataforma com abrangência nacional que darão ao cliente a oportunidade de fazer

compras mais sustentáveis, através de produtos e serviços circulares.

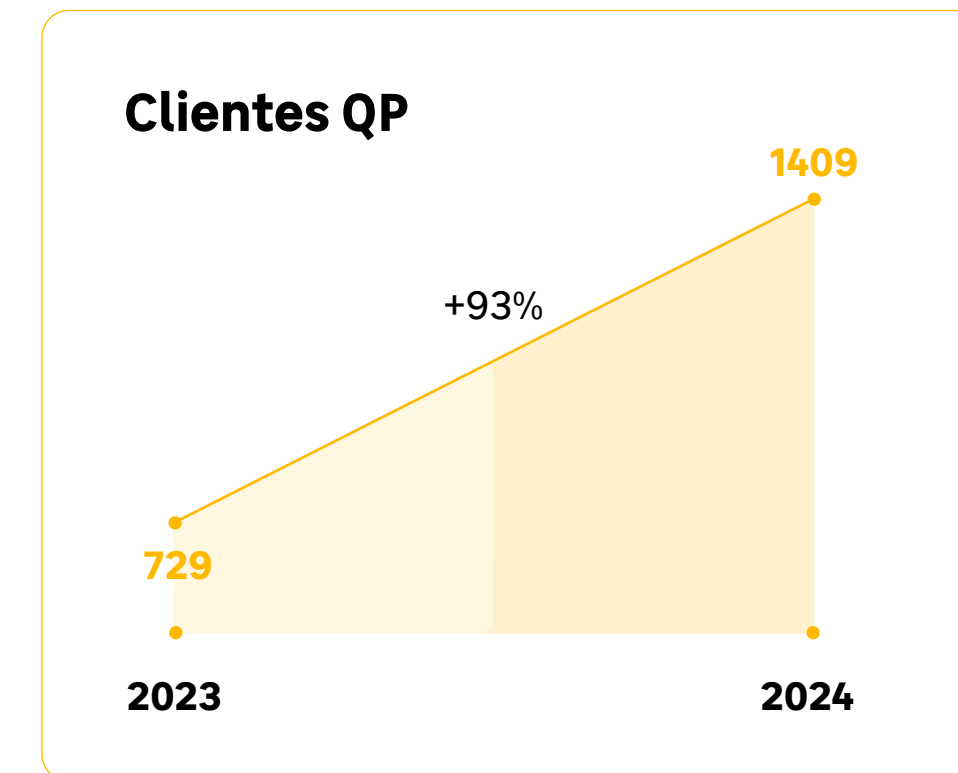
A incorporação de um novo parceiro, levou à abertura de 7 novos espaços especializados em alugar nas lojas em 2024, contribuindo para um aumento de 140% de lojas com serviço de aluguer de equipamentos gama profissional, o que consequentemente levou a um aumento de 21% de equipamentos alugados.

Esta parceria possibilitou um aumento de faturação em cerca de 45.6%. Para além da implementação do serviço de aluguer em mais lojas, aumentámos também a gama existente de ferramentas e adicionámos a categoria de jardim, possibilitando ainda mais a expansão deste serviço.

140%
AUMENTO DE LOJAS COM SERVIÇO DE ALUGUER DE EQUIPAMENTOS PRO

21%
AUMENTO DE EQUIPAMENTOS ALUGADOS

O nosso desempenho em 2024	
indicador	2024
Lojas com serviço de aluguer de equipamentos gama profissional (total de 46 lojas) (Nº)	12
Equipamentos alugados gama profissional (Nº)	18 419
Taxa crescimento de valor de faturação - Projeto Quase Perfeitos (%)	217,43%
Artigos vendidos QP (Nº)	1 931
Taxa de Reparação das oficinas internas - MDH (Marcas da Casa) (%)	83,4%
Faturação de serviços circulares (%)	0,14%



Casa do Impacto Positivo



Casa do Impacto Positivo

Em que iniciativas estivemos focados em 2024?



1. Quase Perfeitos - % recuperação quebras

No âmbito do compromisso da LEROY MERLIN Portugal com a sustentabilidade e a economia circular, o projeto dos Quase Perfeitos consolidou-se em 2024 como uma iniciativa estratégica para promover a valorização económica de artigos em fim de vida e promover práticas de consumo responsável. Sob o lema "Less is More", este projeto reflete o esforço contínuo em reduzir o desperdício, recuperar quebras e oferecer aos clientes oportunidades de aquisição de produtos a preços reduzidos, sem comprometer a qualidade e a utilidade dos mesmos.

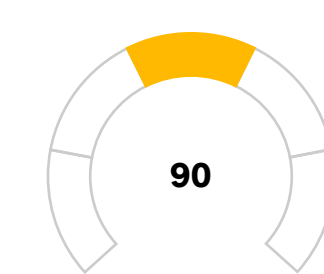
O projeto dos Quase Perfeitos tem como objetivo a recuperação económica de artigos que, de outra forma, seriam considerados resíduos, perdendo a totalidade do seu valor e função. Artigos de exposição, produtos com pequenas imperfeições ou reconicionados são disponibilizados aos clientes com descontos de 40%, 60% e 80%, prolongando o ciclo de vida dos mesmos. Este modelo não só desvia produtos do fluxo de resíduos, como também cria valor económico para a empresa, ao recuperar parte do valor das quebras registadas.



No final de 2024 foi calculada a percentagem de recuperação económica alcançada pelo projeto. Os resultados são animadores, ao ter-se alcançado uma recuperação de aproximadamente 60% do preço de compra dos artigos, que sem a existência deste projeto resultaria numa perda total.

Este desempenho traduz-se numa significativa valorização económica das quebras e numa redução dos custos associados à gestão de resíduos.

Desta forma, a iniciativa Quase Perfeitos representa um pilar essencial na estratégia de sustentabilidade da ADEO e consequentemente da LEROY MERLIN PORTUGAL, contribuindo para a redução de impactos ambientais e para a otimização dos recursos económicos. A adesão dos clientes demonstra que é possível aliar responsabilidade ambiental a benefícios económicos, reforçando o compromisso da empresa com práticas mais sustentáveis e alinhadas com os princípios da economia circular.



Casa do Impacto Positivo



Casa do Impacto Positivo

Em que iniciativas estivemos focados em 2024?

2. Roll out do Aluguer de equipamentos MDH em 100% lojas GSB e MSB

No contexto da criação de novos negócios e da crescente prioridade atribuída ao consumo responsável, a LEROY MERLIN expandiu significativamente o serviço de aluguer de equipamentos MDH (Marca da Casa) em 2024. Alinhado com os princípios da economia circular, este serviço foi implementado em 100% das lojas GSB e MSB (grande e médio formato), reforçando o compromisso da empresa com soluções mais sustentáveis e ajustadas às necessidades dos clientes.

Lançado em 2023, em cinco lojas LEROY MERLIN (Alta de Lisboa, Braga, Montijo, Funchal e Loures), o serviço de aluguer de equipamentos MDH surgiu como uma alternativa direcionada ao cliente particular, sobretudo aos entusiastas da bricolage que procuram soluções inovadoras de acesso a produtos, valorizando a utilização em detrimento da posse definitiva. A proposta central do serviço é permitir a utilização temporária de equipamentos, promovendo

um público que adere ao consumo responsável e que reconhece as vantagens da economia circular.

Os resultados positivos, obtidos durante a fase inicial do serviço, conduziram à sua expansão em 2024 para todas as lojas GSB e MSB. Esta ampliação representa um passo significativo para oferecer aos clientes uma alternativa prática e económica, contribuindo para a redução do consumo excessivo.

3. Lançamento do Marketplace Segunda Vida

Em 2024, a LEROY MERLIN Portugal deu um passo importante na consolidação da sua estratégia de economia circular, ao ser a segunda unidade de negócio da ADEO a lançar o Marketplace Segunda Vida, uma evolução do já existente Marketplace LEROY MERLIN. Este novo segmento surge em resposta à crescente procura dos clientes por produtos mais sustentáveis, oferecendo uma solução que alia responsabilidade ambiental a preços vantajosos.

O Marketplace Segunda Vida permite que os vendedores, além de publicarem artigos novos, tenham também a oportunidade de

disponibilizar produtos recondicionados ou com pequenos defeitos, mas ainda com valor comercial. Para garantir a transparência e a confiança dos consumidores, os produtos são classificados em diferentes categorias de estado, denominadas de grades, com descontos aplicados de acordo com essas características. Esta abordagem evita o desperdício e um fim de vida anunciado, alinhando-se com as tendências globais de consumo sustentável.

Em 2024 foram ainda dados os primeiros passos na preparação de novos segmentos do Marketplace, nomeadamente o Marketplace Negócios Sociais, focado no apoio a startups e projetos de empreendedorismo social, e o Marketplace Peças de Reparação, que irá facilitar o acesso a componentes para reparação de artigos.

Estas expansões refletem o compromisso da LEROY MERLIN Portugal em construir um ecossistema digital diversificado e alinhado com os princípios da economia circular, criando um Marketplace cada vez mais completo e com uma oferta adaptada às necessidades e expectativas do mercado.



A aposta nos negócios circulares é essencial para a Leroy Merlin, pois alinha-se com os nossos valores de responsabilidade ambiental e social. Além de ajudarmos a preservar recursos e reduzir a pegada ecológica, essa abordagem também traz ganhos operacionais, já que conseguimos otimizar processos e criar soluções mais sustentáveis.

Para os colaboradores, a adoção de práticas circulares reforça o nosso papel como agentes de mudança e fomenta um ambiente de trabalho mais consciente e motivador, estou muito orgulhoso em contribuir através da co-criação dos Quase Perfeitos.

Jorge Gomes
Albufeira



Casa do Impacto Positivo



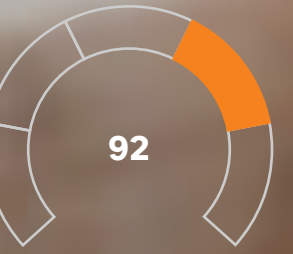
04

As Bases do Impacto Positivo

4.1 Performance Positiva

4.2 Ética e Cultura

4.3 Governance



Fundações impacto Positivo



* Candeeiro de teto suspenso Quintana Inspire 1luz E27 29cm bege

04

As Bases do Impacto Positivo

4.1 Performance Positiva

1. Porque é prioritário o compromisso com a performance positiva?

A performance positiva é um dos pilares da Casa Impacto Positivo. Sendo a área que apura e expressa os nossos resultados, é fundamental para medirmos a transformação efetiva que a nossa organização está a conseguir fazer, para alcançarmos o nosso propósito de tornar todas as casas um lugar mais positivo para viver.

Estando a performance positiva ligada ao propósito da LEROY MERLIN, ela extravasa a dimensão financeira. Ou seja, para além do desempenho económico, considera também a criação de valor social e ambiental. O equilíbrio entre esses três pilares — com a criação de valor económico, social e ambiental — é essencial para concretizar o propósito da empresa, entregar valor a todos os stakeholders, e contribuir para a construção de um futuro mais sustentável.

Adicionalmente, a nossa performance tem um impacto direto em todos os colaboradores acionistas, que representam

uma percentagem muito significativa da nossa estrutura, nomeadamente 99,5%. Esta cultura de partilha de valor é uma característica distintiva da LEROY MERLIN e um elemento chave da nossa identidade.

Importa ainda referir que temos vindo a integrar, de forma progressiva e consistente, objetivos ambientais e sociais em diversas missões da empresa. Estes objetivos, além de refletirem o nosso compromisso com a sustentabilidade, são também critérios de avaliação da performance das equipas e contribuem diretamente para os resultados globais da empresa.

2. Quais são os nossos pontos fortes?

- **Crescimento Económico Sustentável:** A empresa alcançou um volume de negócios de 1 221 milhões de euros em 2024, consolidando a sua posição de liderança no mercado.
- **Desempenho Multicanal:** Registou um aumento de 13,30% nos canais de venda não tradicionais,

refletindo a capacidade de inovação e adaptação ao mercado.

- **Investimento Social e Formação:** Investimentos de 1 193 855 de euros em formação, evidenciando o compromisso com o desenvolvimento contínuo das competências e do desenvolvimento da nossa equipa.
- O ADEO Positive Index (API) é um conjunto de 13 indicadores que medem a capacidade de criar impacto nas áreas do desenvolvimento humano e melhoria do habitat. Em 2024 atingimos uma progressão no API de 122% em comparação ao ano anterior.
- Redução da pegada de carbono em 0.4%.

Performance Positiva		2024 vs 2023
	Evolução de clientes	+5,3%
	Crescimento de novos clientes com Cartão Da Casa	20,3%
	Crescimento dos canais de venda não tradicionais	13,30%
	Valor de compras (produtos & Serviços) a fornecedores nacionais (com NIF Português)	40%
	Volume de negócios	939 333 296€
	Impostos	19 959 135€
	Investimento em formação (Euros)	1 193 855€



04

As Bases do Impacto Positivo

3. Em que áreas é que precisamos de nos focar e trabalhar para progredirmos?

- **Acompanhamento de Impacto Positivo:** Reforçar o acompanhamento e a monitorização contínua das iniciativas de Impacto Positivo.
- **Integração de Indicadores Ambientais:** Ampliar a integração de métricas ambientais na avaliação da performance, equilibrando ainda mais os pilares económico, social e ambiental.
- **Inovação nos Processos de Reinvestimento:** Continuar a garantir que os lucros e recursos sejam reinvestidos em transformações que impulsionam a sustentabilidade e o impacto positivo.

4. Quais os objetivos que temos para o futuro?

- Trabalhar no suporte à rentabilidade dos negócios circulares, como os "Quase Perfeitos" e o Atelier de Reparação;
- Desmultiplicar a animação do Adeo Positive Index para trabalhar não somente a nível global ou loja, mas também por Zonas de Vida
- Trabalhar na minimização dos custos das nossas emissões de CO_{2e} nas contas de exploração da empresa.

No **curto prazo**, ie, em 2025, planeamos consolidar e dar continuidade às iniciativas desenvolvidas em 2024; trabalhar no suporte à rentabilidade dos negócios circulares, como os "Quase Perfeitos" e o Atelier de Reparação; atuar na animação do Adeo Positive Index (API) - indicador que valorizará ou depreciará a ação (Valadeo).

No **médio prazo**, pretendemos trabalhar cada vez mais a integração dos indicadores sociais e ambientais dentro do modelo

de negócio da LEROY MERLIN Portugal. Transformando o Business as Usual para um modelo de empresa cada vez mais contributivo.

Em que iniciativas estivemos focados em 2024?



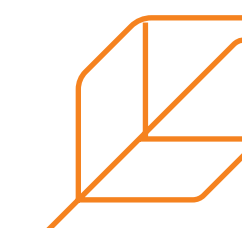
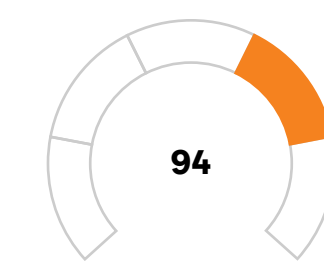
1. Animação ADEO Positive Index

Em 2024 o ADEO Positive Index (API) passou a impactar diretamente o valor da VALADEO, as ações da empresa que são atribuídas anualmente aos colaboradores, como benefício pelos objetivos alcançados.

A influência financeira que o API passou a ter sobre o valor da ação da empresa, exigiu que o API fosse alvo de um programa de comunicação, para todos os colaboradores poderem compreender melhor cada um dos

13 indicadores que integram o API, bem como sobre o impacto financeiro que estes têm na ação da empresa e, posteriormente, no valor dos benefícios anuais que são atribuídos aos colaboradores.

No fim de 2024, atingimos a meta de 11 dos 13 indicadores que compõem o API, simbolizando 122% de progresso total. Isso deve-se ao facto de muitos dos indicadores superarem muito as metas previamente definidas, consolidando um crescimento total acima dos 100%.



Fundações impacto Positivo



04

As Bases do Impacto Positivo

2. Lançamento das ferramentas de comunicação API na LEROY MERLIN

Para garantir uma maior visibilidade às lojas e plataformas sobre a evolução do ADEO Positive Index em Portugal, criámos ferramentas para assegurar a cada equipa a possibilidade de monitorizar o seu desempenho.

Disponibilizámos às lojas a possibilidade de monitorizar os seus resultados internos, em cada um dos indicadores do ADEO Positive Index (API). Com esta iniciativa demos possibilidade às equipas de irem acompanhando os resultados do seu trabalho, e, especificamente, o contributo que dão para estes indicadores-chave da empresa, que influenciam o valor da ação da empresa.

Como a estrutura de comunicação é um processo transversal na empresa, criámos várias ferramentas, entre as quais:

- **Vídeo de Performance mensal**, divulgado pela comunicação interna, com a evolução dos resultados ao longo do ano;
- **Dashboard do API**, onde as lojas podem visualizar os seus próprios resultados todos os meses;
- **Reuniões mensais do Comité de Partilha**, nas quais o tema do Adeo Positive Index é debatido com o contributo do Embaixador de Impacto Positivo;
- **Placar do API** nas reuniões de comunicação das lojas, plataformas e sede;
- **Gamificação** da evolução dos indicadores do API através da plataforma Lakaa.

Em 2025, a ADEO continuará a evoluir no acompanhamento e desenvolvimento do ADEO Positive Index (API). Essa melhoria será conduzida através da inclusão de 4 novos indicadores: “Percentual de Promoção interna” e “Percentual colaboradores com estabilidade superior a 12 meses”, para o lado do Desenvolvimento Humano, além das “Emissões de carbono que evitamos dos nossos clientes” e “Vendas de Soluções Sustentáveis (Home Index, Carbon Score, Eficiência energética e Economia Circular)”, para o lado da Melhoria do Habitat. Para além de atualizarmos a base de dados do Dashboard com os novos indicadores do API, pretendemos envolver cada vez mais colaboradores neste processo. Iremos intensificar a partilha de informação nos diferentes fóruns e comités de loja, bem como procurar novas ferramentas que ajudem a destacar o tema nos locais de trabalho, promovendo uma maior participação e envolvimento de todos.

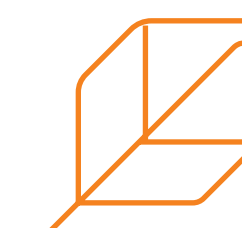
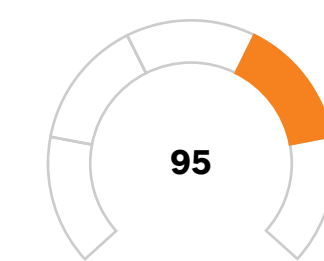


O nosso compromisso com a Performance Sustentável, refletido pelo Adeo Positive Index, é essencial porque reflecte o nosso verdadeiro impacto enquanto empresa responsável quer no ambiente quer na comunidade.

No dia-a-dia na loja, pondo em prática estes compromissos - como a venda de Produtos + Positivos, gestão responsável de resíduos e recursos ou um dia de voluntariado corporativo - influenciam positivamente tanto a experiência de cliente como a experiência do colaborador.

Através deste compromisso, conseguimos todos juntos alcançar resultados com impacto positivo para a empresa e para um futuro mais sustentável.

Carla Guerreiro
Carcavelos



Fundações Impacto Positivo



04

As Bases do Impacto Positivo

4.2 Ética e Cultura

1. Porque é prioritário o compromisso com a ética?

Os valores da LEROY MERLIN são a bússola orientadora das ações e comportamentos com colegas, clientes, fornecedores e outros parceiros. Para garantir a aplicação consistente dos nossos valores e princípios, desenvolvemos o Código de Conduta Ética. Este é um documento fundamental, pois assegura que todos os colaboradores, independentemente da sua localização ou contexto cultural, compreendam os valores que devem orientar a sua conduta e as expectativas que temos em relação ao seu comportamento profissional.

A transformação digital e a sustentabilidade são dois conceitos que irão estruturar o funcionamento da sociedade e da economia nas próximas décadas. Cidadãos, famílias, empresas e países terão de adaptar os seus hábitos e formas de estar. A LEROY MERLIN já iniciou a sua mudança, equipando-se para enfrentar estes desafios, integrando a sustentabilidade no propósito da empresa e na operação, com ajustes claros na forma de estarmos no mercado e no nosso modelo de negócio.

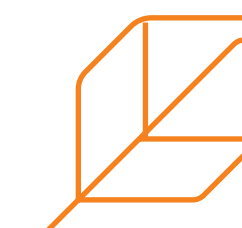
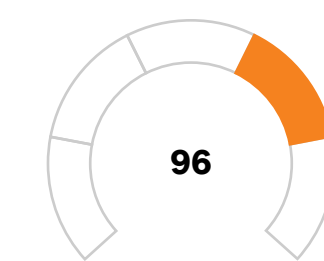
Com a mudança que já iniciámos, mas que iremos continuar a fazer, acreditamos que a evolução da nossa cultura organizacional é essencial para envolver todos os membros da equipa, transformando cada colaborador num agente de mudança. Esta cultura de sustentabilidade e ética assegura que cada área da empresa incorpore e promova o seu próprio Impacto Positivo, garantindo que os valores da LEROY MERLIN são aplicados de forma consistente em todas as decisões e interações. Para isso, contamos com colaboradores capacitados por meio de um plano de formação específico para cada função, reforçando a importância da responsabilidade individual e coletiva.

Por isso, em 2024, a cultura corporativa manteve-se como uma das principais prioridades na nossa estratégia de Impacto Positivo, apoiada por uma governação clara, que define responsabilidades e procedimentos nesta matéria. O compromisso com a ética e a sustentabilidade não é apenas uma orientação, mas sim a base do nosso crescimento e do impacto que queremos gerar na sociedade.



2. Quais são os nossos pontos fortes?

- Respeito pelas Leis e Normas:**
A empresa cumpre rigorosamente as leis relacionadas com a discriminação, assédio e corrupção, promovendo um ambiente de trabalho saudável e seguro para todos os colaboradores.
- Compromisso com os Valores Éticos:**
Demonstramos um forte compromisso com os princípios éticos, que promovem a integridade e o respeito no ambiente de trabalho.
- Integração da Sustentabilidade na Cultura Organizacional:**
A LEROY MERLIN está focada em integrar a sustentabilidade em todos os níveis da empresa, desde as estruturas de Direção até aos colaboradores que estão nas nossas Lojas.
- Capacitação de Colaboradores:**
A empresa investe em programas de formação específicos para cada função, capacitando os colaboradores a incorporar práticas sustentáveis nas suas atividades diárias.



Fundações Impacto Positivo



As Bases do Impacto Positivo

3. Em que áreas é que precisamos de nos focar e trabalhar para progredirmos?

- Maior Sensibilização e Formação Contínua:**
 Embora o Código de Conduta Ética esteja bem estabelecido, é importante reforçar a formação contínua dos colaboradores sobre ética no trabalho, garantindo que todos se sintam capacitados para aplicar esses valores de forma prática.
- Monitorização da Implementação:**
 Melhorar os processos de monitorização para assegurar que os princípios do Código de Conduta Ética sejam efetivamente seguidos e aplicados em todas as áreas da empresa, com avaliações regulares.
- Envolvimento de Todos os Níveis da Empresa:**
 Garantir que a aplicação dos valores éticos e do Código de Conduta Ética seja consistente em todos os níveis da organização, desde a liderança até os

colaboradores de base, promovendo uma cultura de responsabilidade partilhada.

- Maior Envolvimento no Processo de Transformação:**
 Embora a empresa tenha avançado na integração da sustentabilidade, ainda há a necessidade de aumentar o envolvimento de todos os colaboradores nesta jornada, garantindo que todos estejam igualmente capacitados, e comprometidos com em fazer acontecer a mudança.
- Expansão da Formação Sustentável:**
 Ampliar os programas de formação para incluir ainda mais áreas da empresa, de modo que todos os colaboradores possam contribuir para a sustentabilidade de forma ativa.

4. Quais os objetivos que temos para o futuro?

No curto prazo, ie, em 2025, pretendemos animar e reforçar a formação dos colaboradores; atingir o KPI para a formação, de 98%; reforçar a avaliação da honorabilidade dos nossos fornecedores; reforçar a comunicação sobre o Programa de Compliance.

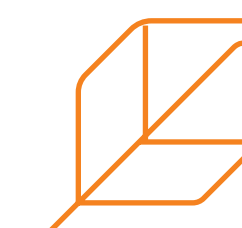
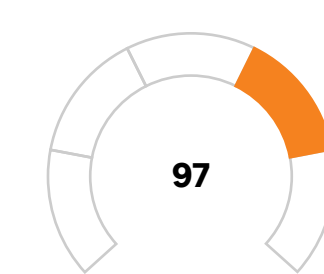
No médio prazo, nos próximos dois anos, a empresa comprometer-se-á a continuar a implementação de diversas iniciativas para reforçar de forma contínua a sua integridade e responsabilidade ética. Os objetivos passam por reforçar a cultura de transparência, garantindo a todos os colaboradores que possam relatar práticas inadequadas sem receio de retaliação e a formação regular sobre ética e conformidade para todos os níveis da organização, assegurando que todos os colaboradores estejam alinhados com os valores da empresa. Também a avaliação contínua de riscos éticos será prioritária.

Com essas medidas, a empresa visa não apenas cumprir com as suas obrigações, mas também cultivar um ambiente de confiança e respeito, promovendo práticas empresariais responsáveis e sustentáveis a longo prazo.

Divulgamos em seguida as iniciativas e progresso feito nas áreas da:

→ ÉTICA

→ CULTURA



Fundações Impacto Positivo



04

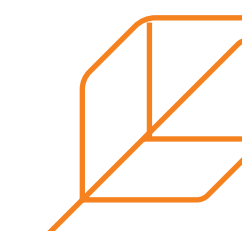
As Bases do Impacto Positivo

ÉTICA

O nosso desempenho em 2024

Durante o ano de 2024 observou-se um forte crescimento nos colaboradores formados no Código de Conduta Ética, não só recuperando o decréscimo de 2023, face a 2022, como também superando-o, totalizando 98,5% dos colaboradores formados.

Esta evolução deixa a LEROY MERLIN muito próxima de cumprir a meta de 2027 de ter todos os seus colaboradores formados no Código de Conduta Ética.

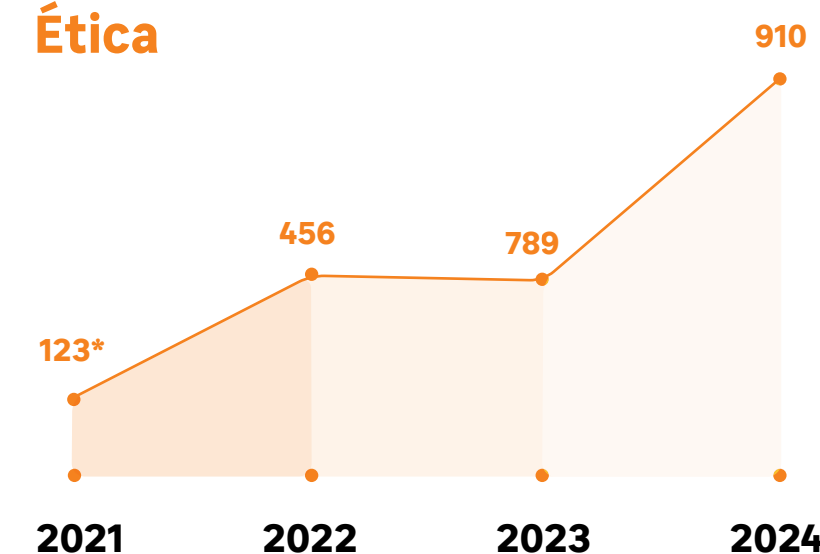


Fundações impacto Positivo



Colaboradores formados no Código de Conduta

Ética



As Bases do Impacto Positivo

Em que iniciativas estivemos focados em 2024?

1. Nova Dashboard de Acompanhamento de KPIs Críticos

Face à crescente necessidade de monitorização dos indicadores de desempenho, foi identificada a oportunidade de desenvolver uma dashboard estratégica que permita acompanhar, em tempo real, os KPIs mais críticos para a LEROY MERLIN.

Esta iniciativa visa reforçar a capacidade de análise e a tomada de decisões fundamentadas em informação, promovendo um maior alinhamento das decisões da empresa com o seu propósito organizacional.

Adicionalmente, esta iniciativa tem um foco específico na monitorização do cumprimento da formação e-learning, através da criação de um dashboard dedicado, com acompanhamento periódico junto das áreas responsáveis.

2. Formação de ética e compliance

Na LEROY MERLIN procuramos garantir elevados padrões éticos e de integridade, tendo sido identificada a necessidade de assegurar que a população mapeada como titular de missões de risco, ou seja, atividades sujeitas a potenciais riscos de corrupção e conflito de interesses, receba informação e formação adequadas. Esta iniciativa visa dotar esta população sensível de conhecimentos e ferramentas para identificar, prevenir e gerir situações de risco, alinhando as práticas organizacionais com as melhores referências em compliance e governança corporativa.

A formação é direcionada a colaboradores e agentes da empresa cuja função foi identificada, através de um processo de mapeamento interno, como enquadrada em missões de risco. Com uma duração de 4 horas, a sessão aborda princípios essenciais e normas de conduta, incluindo conceitos fundamentais de corrupção, conflito de interesses e riscos associados. As sessões permitem ainda aos participantes identificarem situações de risco no âmbito das atividades profissionais, boas práticas

e ferramentas para prevenir e gerir riscos, bem como as obrigações legais, éticas e comportamentais, no desempenho de funções sensíveis.

3. Promoção de uma Cultura de Compliance

Para reforçar a cultura de Compliance na organização, foi desenvolvida uma iniciativa de pedagogia transversal. A ação, que visou aumentar o conhecimento sobre este tema em toda a empresa, foi direcionada aos managers da organização. Pretendeu ainda promover o papel dos managers como agentes de disseminação e implementação de boas práticas de Compliance.

O programa de pedagogia incluiu ações de sensibilização e de formação presenciais, sessões formativas em plataformas, com o lançamento de desafios para as áreas, o que permitiu uma abordagem prática e personalizada às especificidades de cada área da empresa.

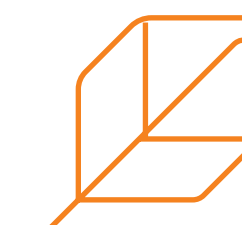
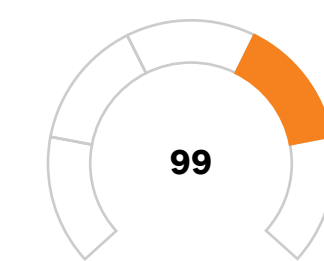
Para além de reforçar a importância do cumprimento da regulamentação, esta iniciativa dotou os managers de ferramentas para liderarem pelo exemplo,

assegurando a aplicação efetiva dos princípios de Compliance em todas as operações da organização.



O compromisso é dos pilares fundamentais para a nossa Cultura da empresa, pois é esta uma das atitudes base a qual desencadeia a construção de todos os pilares da nossa Cultura de Partilha, O TER, o PODER, o SABER, e o QUERER. Colaboradores comprometidos geram confiança, autonomia, inovação, contribuindo para o nosso desenvolvimento contínuo, sustentável, em que as nossas pessoas e os nossos clientes, são o centro do palco da nossa ação

João Amaral
Guarda



Fundações impacto Positivo



04

As Bases do Impacto Positivo

CULTURA

O nosso desempenho em 2024

Cultura	
indicador	2024
Total de Sites com iniciativas lançadas na plataforma Lakaa (Nº)	60
Sites com iniciativas lançadas na plataforma Lakaa (%)	100
Total de sites com mais de 3000 pontos na Lakaa (Nº)	3
Sites com mais de 3000 pontos na Lakaa (%)	4,9

Em que iniciativas estivemos focados em 2024?



1. Implementação da ferramenta Lakaa

Em 2024 implementámos a ferramenta Lakaa, uma plataforma de gamificação cujo objetivo é impulsionar os indicadores humanos e ambientais prioritários para o Grupo ADEO e os KPIs prioritários da LEROY MERLIN Portugal. Esta iniciativa visa fortalecer a nossa responsabilidade social e ambiental corporativa, utilizando uma abordagem de gamificação para envolver as nossas equipas.

A Lakaa, é uma plataforma que promove iniciativas de Impacto Positivo, humanas e ambientais, onde todos os colaboradores podem participar, ganhando pontos para o seu estabelecimento e contribuindo de forma ativa para o atingimento dos objetivos do ADEO Positive Index. Estas iniciativas estão organizadas por nível de prioridade (prioritária, recomendável e opcional), sendo atribuído um ranking de mérito por conceito de loja (GSB; Compact e Essencial), por plataforma logística e por Desafio.

2. Aproximação das operações

Num contexto de mudança e inovação, garantir que todos compreendem os objetivos e desafios estratégicos é fundamental para o alinhamento, a eficácia operacional e o sucesso a longo prazo. Esta abordagem promove um envolvimento direto e contínuo, permitindo que as equipas se sintam parte integrante do processo e estejam preparadas para contribuir ativamente para os resultados desejados.

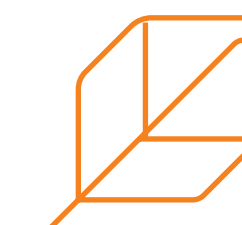
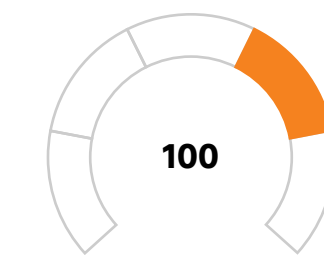
Em 2024 foi apresentada a nova estratégia de Impacto Positivo a todas as

equipas, abrangendo os comités de loja e de plataforma. Durante estas sessões, foram discutidos os desafios associados à implementação da estratégia de Impacto Positivo, bem como os objetivos estabelecidos para 2024.

Foi ainda definido um plano de continuidade para os anos seguintes, que prevê a realização de reuniões com os comités, garantindo pelo menos uma interação anual para reforçar a proximidade e o acompanhamento da estratégia.

3. Revisão dos conteúdos formativos de base

A revisão dos conteúdos formativos de base constitui uma iniciativa estratégica para assegurar que a formação disponibilizada aos colaboradores se mantém alinhada com os valores da empresa e os desafios do futuro. Esta iniciativa tem como objetivo dotar todos os colaboradores, especialmente os novos colaboradores, de conhecimentos claros, atualizados e facilmente aplicáveis, promovendo uma integração mais eficaz e um desempenho mais eficiente.



Fundações impacto Positivo



04

As Bases do Impacto Positivo



Revestimento
cerâmico Artens Thick
3D cinza 33.3x90 cm

No âmbito desta iniciativa, foram analisados e atualizados os conteúdos formativos de base do Impacto Positivo, com duas prioridades principais: modernizar os materiais existentes, que se encontravam desatualizados, e simplificar o processo formativo, tornando-o mais acessível e ágil.

Com a revisão dos conteúdos já concluída, a próxima etapa centra-se na implementação dos novos conteúdos, com um acompanhamento próximo de modo a recolher feedbacks de melhoria. Este processo permitirá ajustar e otimizar a formação de forma contínua, garantindo que responde eficazmente às necessidades dos colaboradores e da LEROY MERLIN.

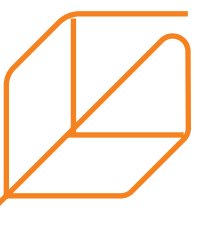
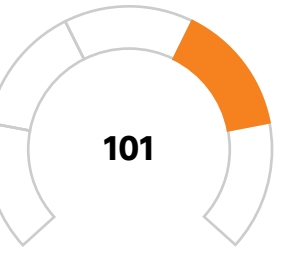


Num mundo cada vez mais consciente da importância da sustentabilidade e da responsabilidade social, surge a Lakaa que permite que todos os colaboradores consigam participar e partilhar as dinâmicas nas ações de Impacto Positivo desenvolvidas por cada loja.

Sugere ideias que podem ser uma inspiração de boas práticas para concretizar eventos ou dinâmicas de caráter social e ambiental, desde limpezas de praias e florestas, programas de inclusão social e projetos de inovação sustentável.

Permite que todos juntos consigam construir um futuro melhor ao fazer a diferença numa comunidade de IMPACTO POSITIVO."

Rui Bota
setúbal



Fundações impacto
Positivo



04 As Bases do Impacto Positivo

4.3 Governance

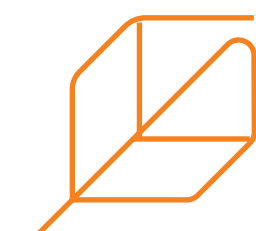
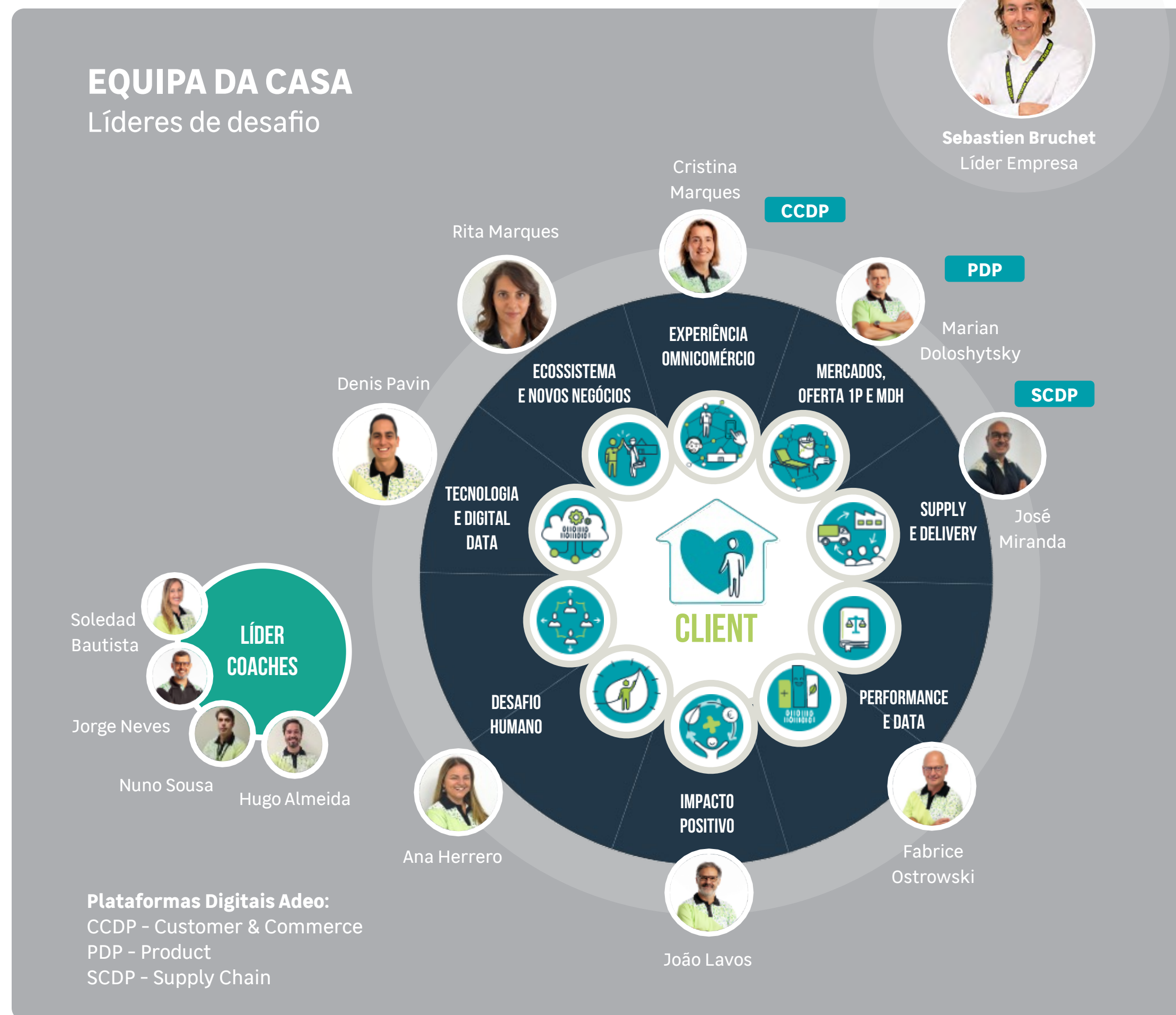
A evolução do propósito da nossa organização e a adaptação ao ecossistema em que operamos exigem transformações que assegurem o alinhamento com as regulamentações e as expectativas do mercado. Em 2024, mantivemos a nossa estrutura de governance que tinha sido ajustada em 2022, para acompanhar este progresso.

Mantemos a nossa organização em torno de Desafios, num modelo que visa acelerar a transformação para nos tornarmos uma empresa plataforma. Este modelo de governance continua a reforçar, diariamente, princípios essenciais como a descentralização das decisões, o estímulo à iniciativa individual, a responsabilização das equipas, a gestão participativa e uma estrutura hierárquica simplificada.

A liderança da empresa está a cargo do comité executivo LEROY MERLIN Portugal (COMEX), composto pelos Líderes de Desafio. Estes trabalham em estreita articulação com o Grupo ADEO na integração das Plataformas Digitais ADEO e na dinamização da nossa Estratégia Empresarial. Este comité funciona

como um espaço de alinhamento estratégico, decisão e escuta em modelo bottom-up.

Como suporte ao COMEX e aos Líderes de Desafio, o comité operacional LEROY MERLIN Portugal (COPER) atua como fórum de execução operacional e recolha de feedback. Neste comité estão representadas as Operações e áreas transversais de suporte, incluindo Recursos Humanos, Performance, Supply, E-Commerce, Impacto Positivo, Cliente e Data.



Fundações Impacto Positivo



04

As Bases do Impacto Positivo

DESAFIO EXPERIÊNCIA OMNICOMÉRCIO, ECOSISTEMA E NOVOS NEGÓCIOS

Focado no desenvolvimento do comércio físico e online, este Desafio promove uma abordagem omnicanal, centrada no cliente e na gestão de dados. É responsável pela promessa da marca LEROY MERLIN, pela estratégia de aquisição e fidelização de clientes e pela dinamização de comunidades.

DESAFIO MERCADOS E OFERTA 1P

Responsável por desenvolver estratégias de mercado sustentáveis e adequadas às necessidades dos Habitantes, este Desafio assegura a seleção, negociação e comercialização da gama 1P em lojas físicas e online. A gestão das marcas próprias é também um eixo crucial para reforçar a rentabilidade e diferenciação no mercado.

DESAFIO SUPPLY CHAIN E DELIVERY

Desde a produção até ao cliente final, este Desafio assegura a eficiência na cadeia de abastecimento e entrega. Centrado no cumprimento da promessa ao cliente – “quando, como e onde quiser” – utiliza dados para prever a atividade comercial, monitorizar o desempenho e garantir a rentabilidade.

DESAFIO PERFORMANCE E DATA

Focado na gestão económica e na criação de valor, este Desafio é responsável pela medição de resultados e pelo planeamento financeiro, abrangendo áreas como tesouraria, fiscalidade, compliance, gestão de risco e análise de dados.

DESAFIO IMPACTO POSITIVO

Este Desafio lidera a integração do propósito de Impacto Positivo em todas as ações da organização. Coordena estratégias relacionadas com a sustentabilidade ambiental, como o caminho para a neutralidade carbónica, responsabilidade social externa, economia circular e o programa de voluntariado.

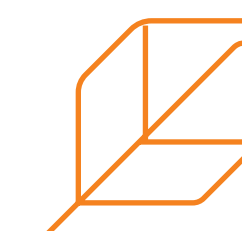
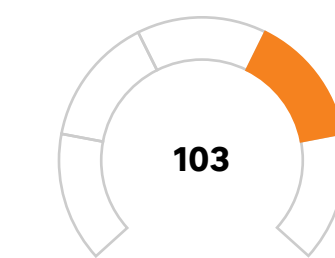
DESAFIO HUMANO

Com a missão de apoiar e desenvolver os 6.000 Colaboradores da empresa, este Desafio é responsável por estratégias de Recursos Humanos alinhadas à evolução do modelo de negócio. Assegura a aquisição e desenvolvimento de competências críticas, promove práticas de gestão eficazes e fomenta a segurança, bem-estar e uma experiência colaborador positiva.



DESAFIO TECNOLOGIA E DIGITAL DATA

Focado na inovação digital, este Desafio assegura o desenvolvimento de sistemas de informação, a cibersegurança, a arquitetura tech-cloud e a produção de dados fiáveis em tempo real. É responsável pela digitalização de processos e pela implementação das plataformas logísticas digitais do Grupo ADEO.



Fundações Impacto Positivo



05

Sobre o Relatório

5.1 Como navegar no nosso relatório

5.1 Materialidade



Anexos



* Spray base de água prata
400ml

05

Sobre o Relatório

5.1 Como navegar no nosso relatório

Este relatório apresenta o desempenho social, económico e ambiental da LEROY MERLIN Portugal em 2024, 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 2024, 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.

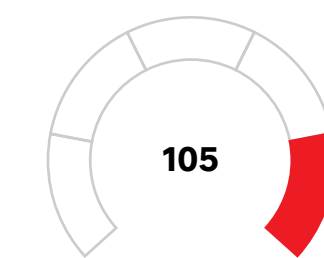
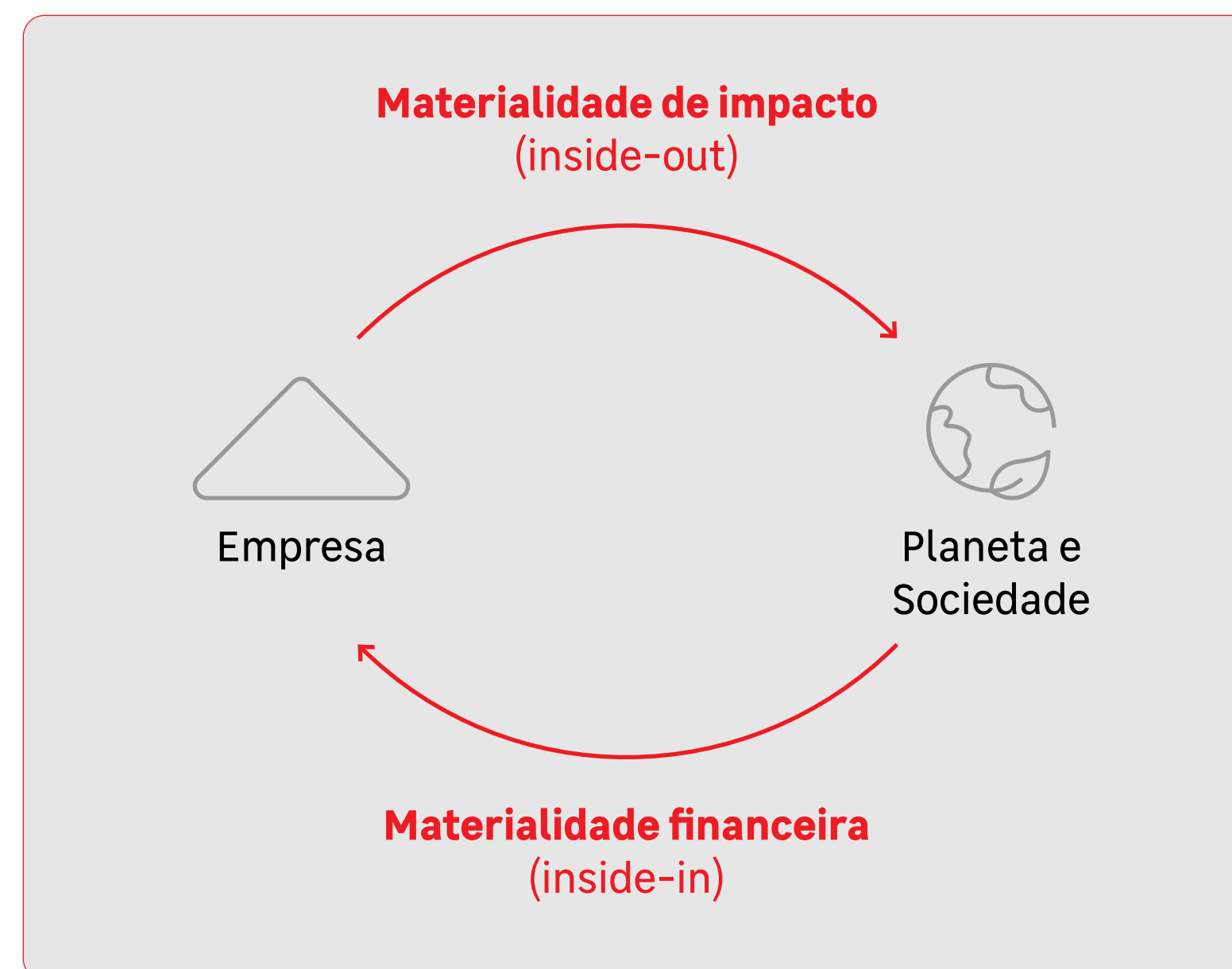
Neste anexo apresentamos informação sobre o processo de dupla materialidade, realizado pelo Grupo.

Como navegar no nosso relatório

Estruturámos o nosso relatório de sustentabilidade de 2024 em dois documentos, para respondermos a diferentes necessidades de informação de sustentabilidade. Por um lado, disponibilizamos neste documento os conteúdos que divulgam a abordagem de gestão, as iniciativas e os resultados da nossa estratégia. Num segundo documento, um anexo com um teor mais técnico, disponibilizamos o índice de conteúdos da Global Reporting Initiative (GRI) e a tabela de desempenho, onde o leitor pode ficar a conhecer o progresso dos nossos indicadores de sustentabilidade.

Análise de Dupla Materialidade

No âmbito da preparação para o relatório CSRD, a ADEO realizou uma avaliação de dupla materialidade (DMA) com base nas normas ESRS e assente numa metodologia com duas dimensões fundamentais:



Anexos

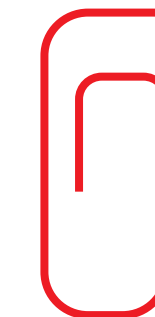
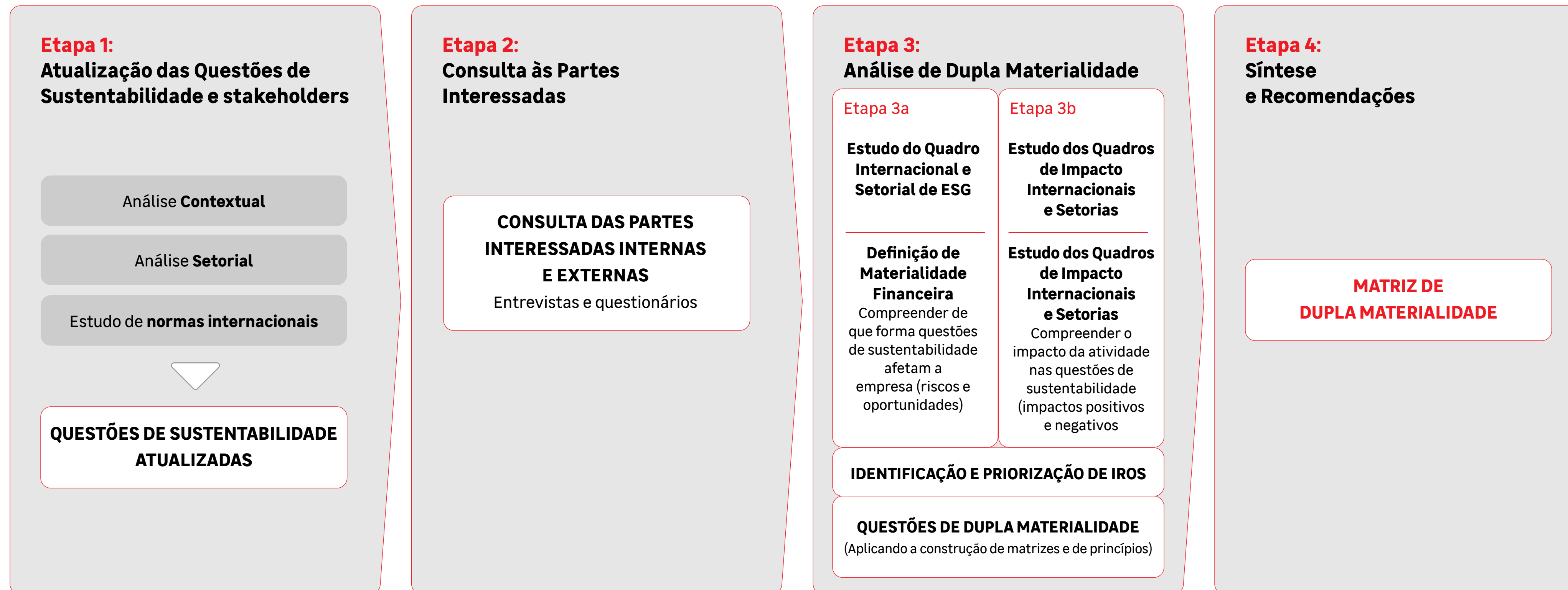
05

Sobre o Relatório

5.2 Materialidade

A LEROY MERLIN adotou a avaliação de dupla materialidade realizada pelo grupo ADEO com o objetivo de iniciar o seu roteiro de convergência com a regulamentação europeia (CSRD) e, ao mesmo tempo, reforçar a sua estratégia de sustentabilidade.

Este processo representa uma oportunidade para questionar, aperfeiçoar e consolidar continuamente a abordagem da LEROY MERLIN à sustentabilidade. Os resultados da materialidade foram utilizados como base para este relatório de sustentabilidade.



Anexos

Sobre o Relatório

Etapa 1: Atualização das Questões de Sustentabilidade e Stakeholders

Inicialmente, foi realizada uma análise detalhada para identificar e atualizar os temas de sustentabilidade relevantes para a empresa. Esta etapa incluiu:

- Análise contextual, considerando o panorama socioeconómico e ambiental.
- Análise setorial, avaliando tendências e desafios específicos do setor.
- Estudo de normas internacionais, garantindo alinhamento com os padrões globais de ESG (Ambiental, Social e Governança).

A partir desta análise, foi possível atualizar as principais questões de sustentabilidade a serem abordadas no processo.

Etapa 2: Consulta às Partes Interessadas

Nesta fase, a LEROY MERLIN conduziu um processo de escuta ativa junto das partes interessadas internas e externas, através de entrevistas e inquéritos. Este envolvimento permitiu recolher perceções valiosas sobre

os desafios e expectativas em relação à sustentabilidade da empresa.

Foram consultadas diversas partes interessadas, incluindo:

- Líderes internos de Responsabilidade Social Corporativa (CSR), que contribuíram com o seu conhecimento e experiência.
- Especialistas externos em sustentabilidade, que participaram em entrevistas para avaliar o impacto das operações da LEROY MERLIN.
- Stakeholders em larga escala, com a realização de 21 entrevistas detalhadas e a recolha de 2088 respostas através de inquéritos.

Etapa 3: Análise de Dupla Materialidade

A análise de dupla materialidade foi conduzida em duas vertentes:

3a. Materialidade Financeira (Outside-in)

Esta análise focou-se em compreender como os temas de sustentabilidade

impactam a atividade da empresa, identificando riscos e oportunidades para o negócio. Foram seguidos os seguintes passos:

- Estudo de referenciais internacionais e setoriais de ESG, assegurando alinhamento com as melhores práticas.
- Definição da materialidade financeira, avaliando o impacto da sustentabilidade sobre a empresa.
- Identificação e priorização de riscos e oportunidades (IROs), permitindo uma abordagem estratégica na gestão de sustentabilidade.
- Determinação dos temas de dupla materialidade, aplicando limiares e construindo a matriz de materialidade.

3b. Materialidade de Impacto (Inside-out)

Esta análise procurou compreender como a atividade da LEROY MERLIN afeta questões de sustentabilidade, considerando impactos positivos e negativos. Foram seguidas as seguintes etapas:

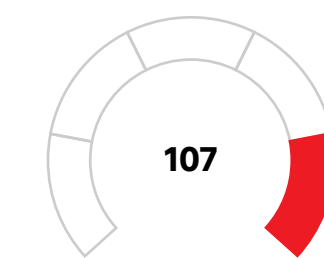
- Estudo de referenciais internacionais e setoriais de impacto, para garantir uma

abordagem alinhada com os padrões globais.

- Definição da materialidade de impacto, analisando como as operações da empresa influenciam o meio ambiente e a sociedade.
- Identificação e priorização dos impactos, permitindo definir ações estratégicas de mitigação ou ampliação de efeitos positivos.

Etapa 4: Síntese e Recomendações

Com base nos dados recolhidos e analisados, foi elaborada a Matriz de Dupla Materialidade, que reflete a relação entre os impactos da empresa na sustentabilidade e os riscos e oportunidades que as questões ambientais, sociais e de governance representam para o negócio.

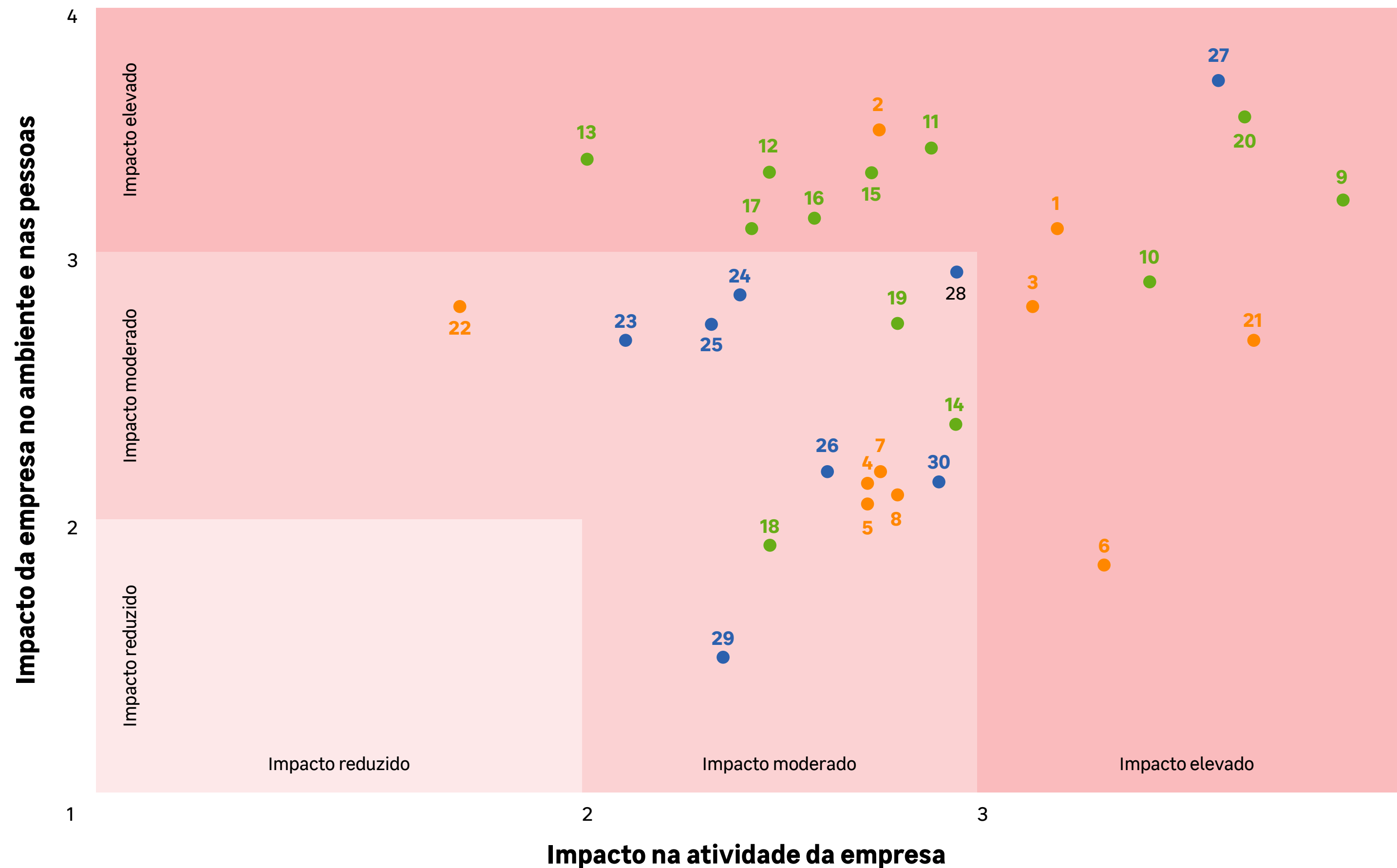


Anexos

05

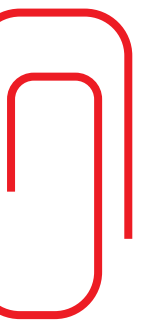
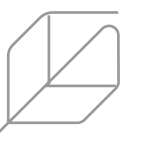
Sobre o Relatório

Matriz de dupla materialidade: Highlights dos impactos do modelo de negócios



- 1 Saúde e segurança na cadeia de produção
- 2 Direitos Humanos na cadeia de produção
- 3 Contribuição para a melhoria na habitação
- 4 Acessibilidade dos sites físicos e digitais
- 5 Formação e desenvolvimento para todos
- 6 Bem estar e qualidade de vida no trabalho
- 7 Diversidade e inclusão na nossa mão de obra
- 8 Acessibilidade dos locais de trabalho e ferramentas
- 9 Ciclo de Vida dos produtos
- 10 Renovação energética de habitações
- 11 Novas formas de negócio ligadas e economia circular
- 12 Adaptação às alterações climáticas
- 13 Disponibilidade de recursos naturais
- 14 Produção e Gestão de resíduos
- 15 Gestão de recursos hídricos
- 16 Dependência serviços ecossistêmicos / biodiversidade
- 17 Impacto das atividades na biodiversidade
- 18 Impacto transportes na poluição
- 19 Poluição emitida ao longo da cadeia de valor
- 20 Pegada de carbono e mitigação das alterações climáticas
- 21 Saúde e segurança dos clientes
- 22 Direitos das comunidades
- 23 Transparência da informação
- 24 Acessibilidade financeira
- 25 Abordagem ecossistémica
- 26 Proteção de dados
- 27 Adaptação aos objetivos sociais e ambientais
- 28 Relação com fornecedores
- 29 Proteção de denunciante
- 30 Práticas comerciais, ética e corrupção

- Temas ambientais
- Temas sociais
- Temas governance



Anexos

Sobre o Relatório

Resultados e Implicações

A análise enfatizou 15 questões materiais prioritárias:

- **9 questões ambientais**, refletindo a crescente preocupação com o impacto ecológico das operações e produtos.
- **4 questões sociais**, demonstrando o papel da LEROY MERLIN na comunidade e na valorização dos colaboradores.
- **2 questões de governance**, essenciais para garantir uma gestão ética e transparente.

Além disso, verificou-se que as expectativas das partes interessadas sobre as questões sociais são elevadas, enquanto a preocupação com temas ambientais está em crescimento. Estes resultados reforçam a importância de integrar a sustentabilidade no modelo de negócio da LEROY MERLIN e alinhar as suas estratégias com os desafios emergentes do setor.

Através desta abordagem estruturada e iterativa, a LEROY MERLIN reforça o seu compromisso com uma gestão sustentável, transparente e alinhada com as expectativas das partes interessadas e com a evolução do quadro regulatório europeu.

Ambiental

Adaptação às alterações climáticas

Pegada de carbono do grupo e mitigação das alterações climáticas

Gestão dos recursos hídricos

Renovação energética de habitações

Impacto das atividades na biodiversidade

Dependência dos serviços ecossistémicos e da biodiversidade

Disponibilidade de recursos naturais

Novas formas de negócio ligadas à economia circular

Ciclo de vida dos produtos

Social

Saúde e segurança dos clientes (lojas e produtos)

Bem-estar e qualidade de vida no trabalho

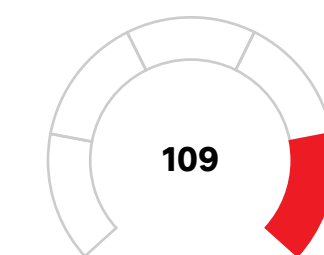
Saúde e segurança na cadeia de valor a montante (incluindo trabalhadores)

Direitos humanos na cadeia de valor

Governance

Transformação do modelo empresarial para se adaptar aos desafios ambientais e sociais

Relações de confiança com os nossos stakeholders



Anexos

Sobre o Relatório

Interrelação entre os tópicos materiais e os compromissos da estratégia da LEROY MERLIN

Este relatório de sustentabilidade representa um exercício de comunicação transparente sobre os tópicos materiais.

Na tabela seguinte apresentamos a relação entre os tópicos materiais e os compromissos da nossa estratégia de sustentabilidade, implementada em Portugal, bem como o local deste relatório onde o leitor pode encontrar informação sobre cada um dos tópicos materiais.

Relembramos que, para além deste corpo principal do relatório, o leitor pode consultar a nossa tabela de indicadores e índice de conteúdos.

TÓPICO MATERIAL	LIGAÇÃO COM COMPROMISSO LEROY MERLIN PORTUGAL	LOCAL DESTE RELATÓRIO ONDE DISPONIBILIZAMOS INFORMAÇÃO SOBRE O TÓPICO MATERIAL/COMPROMISSO
Adaptação às alterações climáticas	Neutralidade Carbónica Produtos + Positivos Pedagogia do melhor consumo	3.2.2. Cuidar do Planeta 3.2.1. Oferta Positiva
Pegada de carbono do grupo e mitigação das alterações climáticas	Neutralidade Carbónica Digital data Transportes	3.2.2. Cuidar do Planeta
Gestão dos recursos hídricos	Edifícios	3.2.2. Cuidar do Planeta
Renovação energética de habitações	Edifícios Neutralidade Carbónica Produtos + Positivos	3.2.2. Cuidar do Planeta 3.2.1. Oferta Positiva
Impacto das atividades na biodiversidade	Biodiversidade	3.1.2. Solidariedade Local 3.2.1. Oferta Positiva
Dependência dos serviços ecossistémicos e da biodiversidade	Biodiversidade	3.1.2. Solidariedade Local 3.2.1. Oferta Positiva
Disponibilidade de recursos naturais	Edifícios Produtos + Positivos	3.2.2. Cuidar do Planeta 3.2.1. Oferta Positiva
Novas formas de negócio ligadas à economia circular	Negócios Circulares Resíduos Colaboradores Promotores do Habitat Positivo	3.3.1. Negócios Circulares 3.2.2. Cuidar do Planeta
Ciclo de vida dos produtos	Negócios Circulares Produtos + Positivos	3.3.1. Negócios Circulares 3.2.1. Oferta Positiva

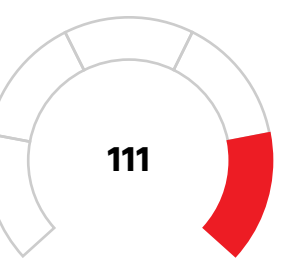


Anexos

05

Sobre o Relatório

TÓPICO MATERIAL	LIGAÇÃO COM COMPROMISSO LEROY MERLIN PORTUGAL	LOCAL DESTE RELATÓRIO ONDE DISPONIBILIZAMOS INFORMAÇÃO SOBRE O TÓPICO MATERIAL/COMPROMISSO
Saúde e segurança dos clientes (lojas e produtos)	Satisfação do Cliente Segurança Produtos + Positivos Profissionais especializados no habitat Colaboradores Promotores do Habitat Positivo Pedagogia do melhor consumo	3.1.3. Satisfação do Cliente 3.1.1. Bem-estar 3.2.1. Oferta Positiva 3.2.2. Cuidar do Planeta
Bem-estar e qualidade de vida no trabalho	Bem-estar e envolvimento do Colaborador Diversidade e inclusão Segurança Solidariedade Interna	3.1.1. Bem-estar
Saúde e segurança na cadeia de valor a montante (incluindo trabalhadores)	Segurança	3.1.1. Bem-estar
Direitos humanos na cadeia de valor	Produtos + Positivos Ética	3.2.1. Oferta Positiva 4.2. Cultura e Ética
Transformação do modelo empresarial para se adaptar aos desafios ambientais e sociais	Cultura, Performance Positiva Produtos + Positivos Negócios Circulares Colaboradores Promotores do Habitat Positivo Digital data Profissionais especializados no habitat Marketplace	4.1. Performance Positiva 4.2. Cultura e Ética 3.2.1. Oferta Positiva 3.2.2. Cuidar do Planeta 3.3.1. Negócios Circulares 2.1. O nosso negócio omnicanal
Relações de confiança com os nossos stakeholders	Contribuidores de empregos indiretos Satisfação do Cliente Bem estar e envolvimento dos colaboradores Solidariedade Local Criadores de Gerações Ética Pedagogia do melhor consumo Profissionais especializados no habitat	2.1. O nosso negócio omnicanal 3.1.3. Satisfação do Cliente 3.1.1. Bem-estar 3.2.2. Cuidar do Planeta 4.2. Cultura e Ética



Anexos

05

Sobre o Relatório

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	●	●				



Anexos

05

Tabela de Indicadores

COMPROMISSO	INDICADOR	UNIDADE	2020	2021	2022	2023	2024	VARIAÇÃO 23-24	META 2027
BEM-ESTAR E ENVOLVIMENTO DO COLABORADOR	Colaboradores embaixadores	%	45%	57%	59%	57%	66%	+9 p.p.	-
	Colaboradores acionistas elegíveis	%	98,4%	99,4%	99,0%	99,0%	99,5%	+0,5 p.p.	98%
	eNPS	-	24	38	43	45	50	11%	50
	Cultura da Partilha	%	N.D.	N.D.	N.D.	82%	81%	-1 p.p.	98%
	Satisfação com Iniciativas de Bem-Estar Global	%	N.D.	N.D.	60%	61%	67%	+6 p.p.	-
	Absentismo por doença	%	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	3,20%	-	3,50%
	Turnover Voluntário Efetivos	%	7,9%	8,7%	14,4%	11,8%	13,8%	+2 p.p.	15%
	Horas de formação por Colaborador	H	40	66	55,5	59	52,3	-11%	30
	Aulas de ginástica laboral	N.º	N.D.	N.D.	571	1171	845	-28%	-
	Sessões de fisioterapia	N.º	N.D.	N.D.	444	4 774	7 293	53%	-
Sessões de bem-estar psicológico	N.º	N.D.	N.D.	1281	2 572	1288	-50%	-	
BIODIVERSIDADE	Iniciativas de biodiversidade implementadas	N.º	-	2	51	8	5	-38%	-
	Colaboradores que participaram nas iniciativas de biodiversidade implementadas	N.º	N.A.	mais de 620	643	88	247	+181%	-
	Árvores plantadas	N.º	N.A.	421	767	1008	5 711	467%	-



Anexos

05

Tabela de Indicadores

COMPROMISSO	INDICADOR	UNIDADE	2020	2021	2022	2023	2024	VARIAÇÃO 23-24	META 2027
COLABORADORES PERITOS	Coletivo de vendedores formados na Academia de Atendimento e Vendas (Zona de Vida Algarve e Ilhas)	%	13,66%	16,17%	30,02%	30,02%	30,00%	-0,02 p.p.	-
	Colaboradores peritos da sua atividade	%	16,20%	30%	30%	30%	30%	-	-
COLABORADORES PROMOTORES DO HABITAT POSITIVO	Horas da formação sobre Impacto Positivo frequentadas, em média, por Colaborador	H	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	4,25	-	-
	Colaboradores com formação de Impacto Positivo concluída	%	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	70%	-	-
CONTRIBUIDORES DE EMPREGOS INDIRETOS	Colaboradores de fornecedores que exercem a sua atividade na LEROY MERLIN, ou em parceria com a LEROY MERLIN	N.º	562	832	889	932	1049	12%	-
	Colaboradores de fornecedores que exercem a sua atividade nos serviços centrais da LEROY MERLIN	N.º	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	539	-	-
	Empresas fornecedoras e parceiras incluídas na cadeia de fornecimento da LEROY MERLIN	N.º	N.D.	3 195	4 096	4 731	2916	-38%	-
	Volume total de compras indiretas que pagamos aos fornecedores nacionais	€	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.			-
CRIADORES DE GERAÇÕES	Workshops realizados	N.º	310	10	96	982	1 331	36%	-
	Sessões de Lives Streaming Workshops Mãos à Obra	N.º	42	63	5	11	N.D.	-	-
	Visualizações dos LIVE STREAMING Workshops Mãos à Obra	N.º	272 061	286 471	35 327	75 800	N.D.	-	-
	Pessoas formadas nos workshops sustentáveis	N.º	N.D.	N.D.	1 112	2 395	10 148	324%	-
	Clientes formados	N.º	N.D.	N.D.	421	13 699	21 111	54%	-

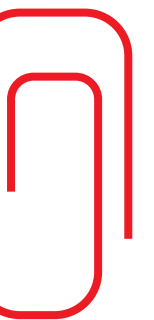


Anexos

05

Tabela de Indicadores

COMPROMISSO	INDICADOR	UNIDADE	2020	2021	2022	2023	2024	VARIAÇÃO 23-24	META 2027
CRIADORES DE GERAÇÕES	Material reaproveitado como matéria prima para a realização de projetos nos workshops Mãos À Obra	KG	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	+5 500	-	-
	Clientes impactados com campanhas / projetos relacionados com sustentabilidade	N.º	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	+7M	-	-
DIGITAL DATA	Fatura digital	N.º	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	633 098	-	-
DIVERSIDADE E INCLUSÃO	Colaboradores	N.º	4 952	5 661	5 728	6 093	6 217	2%	-
	Contratações resultantes de recrutamento externo	N.º	N.D.	N.D.	1 446	1 468	2 024	38%	-
	Percentagem de Mulheres na direção geral (CODIR)	%	27%	27%	17%	25%	25%	-	-
	Percentagem de mulheres em missões de management	%	40,0%	41,0%	42,0%	44,0%	47,3%	+3,3 p.p.	-
	Percentagem de mulheres com cargos de direção estratégicos	%	N.A.	N.D.	33,7%	34,6%	35,2%	+0,6 p.p.	-
	Percentagem de Colaboradores com deficiência	%	0,24%	0,41%	0,47%	0,83%	1,11%	+0,28 p.p.	-
	Percentagem de Mulheres na empresa	%	47,0%	48,0%	48,0%	48,0%	47,8%	-0,2 p.p.	-
	Colaboradores - mulheres	%	47,40%	47,90%	48,17%	47,91%	47,80%	-0,11 p.p.	-
	Colaboradores - homens	%	52,60%	52,10%	51,83%	52,09%	52,20%	+0,11 p.p.	-
	Colaboradores - menos de 25 anos	%	12,56%	12,67%	10,49%	8,60%	9,20%	+0,6 p.p.	-
Colaboradores - entre 25 e 34 anos	%	40,25%	40,56%	40,17%	39,80%	37,70%	-2,1 p.p.	-	



Anexos

05

Tabela de Indicadores

COMPROMISSO	INDICADOR	UNIDADE	2020	2021	2022	2023	2024	VARIAÇÃO 23-24	META 2027
DIVERSIDADE E INCLUSÃO	Colaboradores - entre 35 e 44 anos	%	34,16%	33,30%	34,03%	34,40%	34,30%	-0,1 p.p.	-
	Colaboradores - entre 45 e 54 anos	%	11,35%	11,84%	13,32%	14,90%	16,10%	+1,2 p.p.	-
	Colaboradores - entre 55 e 64 anos	%	1,65%	27%	1,99%	2,20%	2,70%	+0,5 p.p.	-
	Colaboradores - mais de 65 anos	%	0,02%	1,63%	0,00%	0,10%	0,05%	-0,05 p.p.	-
	Nacionalidades na empresa	N.º	N.D.	22	25	25	31	24%	-
EDIFÍCIOS	Consumo de eletricidade rede	KWh	31 345 559	31 693 836	33 212 257	33 375 274	32 319 686	-3%	-
	Consumo de eletricidade rede	GJ	112 844,01	114 097,81	119 564,13	120 150,99	116 350,87	-3%	-
	Consumo de fotovoltaico	KWh	965 482	2 272 890	3 902 800	3 556 233	4 618 285	30%	-
	Consumo de fotovoltaico	GJ	3 475,74	8 182,40	14 050,08	12 802,44	16 625,83	30%	-
	Consumo de eletricidade total	KWh	32 311 041	33 966 726	37 115 057	36 931 507	36 937 971	+0,02%	-
	Consumo de eletricidade total	GJ	116 319,75	122 280,21	133 614,21	132 953,43	132 976,70	+0,02%	-
	Consumo de eletricidade específico Consumo de eletricidade / m ²	KWh/m ²	105,1	102,1	109,72	88,43	86,96	-2%	-
	Consumo de energia total	GJ	116 394,25	122 890,48	134 309,96	133 467,85	133 019,16	-0,34%	-
	Evolução do consumo total de eletricidade face ao ano anterior	%	N.D.	5,12%	8,48%	-0,49%	0,02%	+0,51 p.p.	-
	Evolução no consumo energia/m ²	%	N.D.	-2,94%	7,46%	-19,40%	-1,66%	+17,74 p.p.	-
Eletricidade evitada adquirir (Consumo proveniente de autoprodução fotovoltaica (= a eletricidade que evitou ser adquirida à rede = autoconsumo))	KWh	965 482	2 272 890	3 463 866	3 556 233	4 618 285	30%	-	



Anexos

05

Tabela de Indicadores

COMPROMISSO	INDICADOR	UNIDADE	2020	2021	2022	2023	2024	VARIAÇÃO 23-24	META 2027
EDIFÍCIOS	Eletricidade produzida (consumo + injetada na rede)	KWh	1 153 148	2 663 769	3 902 800	4 113 380	5 130 651	25%	-
	Custo de aquisição de eletricidade	Milhões de Euros	4,7	4,4	8,1	3,8	4,7	25%	-
	Consumo de gás	m ³ /m ²	1,93	15,8	18,0	13,33	1,1	-92%	-
	Consumo de gás	GJ/m ²	74,50	610,27	695,75	514,42	42,46	-92%	-
	Lojas GSB com Gestão Técnica Centralizada (lojas elegíveis)	%	37,5	44,44	44,44%	15,69%	20,8%	+5,15 p.p.	-
	Novas Instalações com Gestão Técnica Centralizada em GSB	Un.	1	2	0	0	2	-	-
	Eletricidade verde consumida (Eletricidade consumida com origem em fontes renováveis: rede + autoprodução; lojas e serviços internos)	%	N.D.	91%	90,36%	90,50%	89,11%	-1,39 p.p.	-
	Instalações em propriedade com autoconsumo	%	40%	47,06%	58,82%	58,82%	65,00%	+6,18 p.p.	-
	Novas instalações em propriedade com produção de energia para autoconsumo	N.º	4	2	2	0	2	-	-
	Instalações com Postos de Carregamento de Veículos Elétricos (lojas em propriedade)	%	40%	35,29%	70,59%	70,59%	77,27%	+6,68 p.p.	-
Novas Instalações com Postos de Carregamento de Veículos Elétricos (lojas em propriedade)	N.º	2	0	6	0	2	-	-	
Consumo de água, por área dos estabelecimentos	m ³ /m ²	0,234	0,2	0,2	0,21	0,15	-29%	-	
ÉTICA	Colaboradores formados no Código de Conduta Ética	%	91,4%	91,6%	97,6%	86,0%	98,5%	+12,5 p.p.	100%
	Colaboradores formados no Código de Conduta Ética	N.º	1527	5 139	5 601	5058	5789	14%	-
	Colaboradores com acesso ao Canal Whispli	%	100,00%	100,00%	100%	100	100%	-	100%

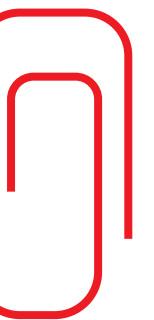
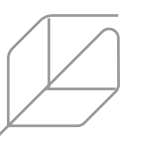


Anexos

05

Tabela de Indicadores

COMPROMISSO	INDICADOR	UNIDADE	2020	2021	2022	2023	2024	VARIAÇÃO 23-24	META 2027
ÉTICA	Colaboradores formados em proteção de dados	%	90,00%	90,00%	94,60%	78%	95,80%	17,8 p.p.	100%
	Denúncias/alertas recebidos através do Canal Whispli	N.º	N.D.	14	24	33	31	-6%	-
	Respostas em 30 dias a pedidos de Clientes sobre privacidade de dados	N.º	95	88	N.D.	23	49	113%	-
	Casos de quebra de privacidade de dados	N.º	N.D.	N.D.	N.D.	1	2	100%	-
NEUTRALIDADE CARBÓNICA	Emissões de âmbito 1	t CO ₂ e	911	1 445	1 836	1 927	1 101	-43%	-27,1%
	Emissões de âmbito 2	t CO ₂ e	14 980	10 799	6 111,00	5 621	6 348	+13%	-27,1%
	Emissões de âmbito 3	t CO ₂ e	377 505	1 829 942	1 908 263	1 767 444	2 496 609	+41%	-27,1%
	Emissões totais / Pegada de Carbono	t CO ₂ e	393 396	1 842 186	1 916 210	1 774 992	2 504 058	+41%	-27,1%
NEGÓCIOS CIRCULARES	Lojas com serviço de aluguer de equipamentos gama profissional (total de 46 lojas)	N.º	6	5	5	5	12	+140%	20
	Equipamentos alugados gama profissional	Nº	9 846	9 879	9 483	15 207	18 419	+21%	31 000
	Taxa crescimento dos equipamentos alugados gama profissional	%	-3,82%	0,34%	-4,01%	60,36%	21,12%	-	-
	Taxa crescimento de valor de vendas aluguer de equipamentos gama profissional	%	-3,82%	6,84%	9,92%	10,06%	45,60%	-	28,81%
	Equipamentos alugados gama MDH - Marcas da Casa	N.º	N.A.	N.A.	N.A.	263	788	+200%	5 500
	Taxa crescimento dos equipamentos alugados gama MDH - Marcas da Casa	%	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	199,6%	-	-
	Taxa crescimento de valor de vendas aluguer de equipamentos gama MDH - Marcas da Casa	%	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	200,2%	-	-



Anexos

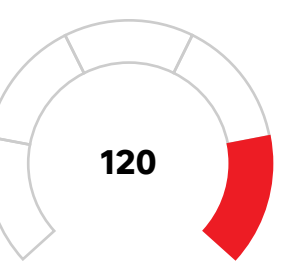
05

Tabela de Indicadores

COMPROMISSO	INDICADOR	UNIDADE	2020	2021	2022	2023	2024	VARIAÇÃO 23-24	META 2027
	Taxa crescimento de valor de faturação - Projeto Quase Perfeitos	%	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	217,43%	-	-
	Artigos vendidos QP	N.º	N.A.	N.A.	N.A.	938	1931	+106%	-
	Clientes QP	N.º	N.A.	N.A.	N.A.	729	1409	+93%	-
	PVP médio dos artigos vendidos QP	€	N.A.	N.A.	N.A.	24,82€	38 €	+53%	-
	Carrinho médio dos artigos vendidos QP	€	N.A.	N.A.	N.A.	31,93€	52,44€	+64%	-
	Índice de recuperação das quebras do projeto QP	%	N.A.	N.A.	N.A.	8,42%	13,47%	5,05 p.p.	-
	Índice de revenda dos artigos do projeto QP	%	N.A.	N.A.	N.A.	37,20%	18%	-19,2 p.p.	-
NEGÓCIOS CIRCULARES	Taxa de Reparação das oficinas internas - MDH (Marcas da Casa)	%	N.A.	N.A.	N.A.	78,7%	83,4%	+4,7 p.p.	-
	Valor do stock expedido através do armazém de mobiliário técnico	€	N.A.	N.A.	N.A.	1435 608€	1901 841 €	+33%	-
	Paletes recondicionadas	N.º	N.A.	N.A.	N.A.	38 501	37 975	-1,4%	-
	Quantidade de paletes recondicionadas	tonelada	N.A.	N.A.	N.A.	1 684	1 656	-1,7%	-
	Custo evitado do recondicionamento das paletes	€	N.A.	N.A.	N.A.	600 352€	566 665€	-5,6%	-
	Faturação de produtos c/ incorporação de matéria prima reciclada	%	N.D.	N.D.	1,20%	4,65%	27,00%	+22,35 p.p.	-
	Faturação de produtos reparáveis	%	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	28%	-	-
	Faturação de serviços circulares	%	N.D.	N.D.	N.D.	0,10%	0,136%	+0,036 p.p.	-



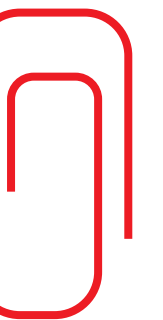
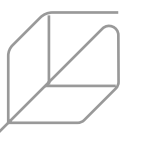
Anexos



05

Tabela de Indicadores

COMPROMISSO	INDICADOR	UNIDADE	2020	2021	2022	2023	2024	VARIAÇÃO 23-24	META 2027
PEDAGOGIA DO MELHOR CONSUMO	Reputação CSR	pp	70,3	70,9	70,6	65,4	66,8	2%	-
	Pedagogias relacionadas com produtos (campanhas comerciais relacionadas com objetivos de sustentabilidade)	N.º	N.D.	5	7	3	9	200%	-
PERFORMANCE	Evolução dos Clientes	%	-5,4%	5,6%	-1,6%	5,3%	7,2%	+1,9 p.p.	-
	Crescimento de novos Clientes com cartão da casa	%	82,7%	32,6%	18,6%	20,3%	13,2%	-7,1 p.p.	-
	Crescimento dos canais de venda não-físicos	%	170,9%	45,0%	13,9%	13,3%	42,4%	+29,1 p.p.	-
	N.º de aberturas - lojas	N.º	N.D.	4	1	0	1	-	-
	N.º de transformações - lojas	N.º	N.D.	14	1	2	2	-	-
	Volume de negócios	€	N.D.	781 624 574 €	878 006 097 €	939 333 296 €	1032 432 479 €	10%	-
	Investimento em formação	€	N.D.	1182 457 €	1 370 481 €	1 459 060	1 193 855	-18%	-
	Impostos	€	N.D.	21 248 192 €	24 778 158 €	19 959 135 €	22 707 012 €	+14%	-
	Valor de compras (produtos & Serviços) a fornecedores nacionais (Com NIF Português)	%	N.D.	50,7%	55,4%	40,0%	40,0%	-	-
	Referências com madeira certificada	%	87%	99%	98%	96%	99%	+3 p.p.	-
PRODUTOS + POSITIVOS	Venda de Produtos + Positivos nas vendas totais	%	N.A.	N.A.	55,70%	76,82%	51,00%	-25,82 p.p.	-
	Referências positive products na gama total LEROY MERLIN	N.º	N.A.	N.A.	75 350	133 602	244 230	+75%	-
	Colaboradores formados sobre Produtos + Positivos	N.º	N.A.	1934	3 984	4 898	1 868	-62%	-

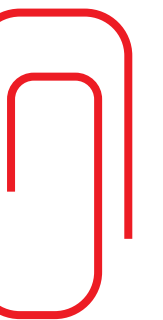


Anexos

05

Tabela de Indicadores

COMPROMISSO	INDICADOR	UNIDADE	2020	2021	2022	2023	2024	VARIAÇÃO 23-24	META 2027
PRODUTOS + POSITIVOS	Fornecedores portugueses avaliados em responsabilidade social (método: questionário de auto avaliação)	%	N.D.	38,00%	63,37%	84%	N.D.	-	-
	Fornecedores portugueses avaliados em responsabilidade social (método: questionário de auto avaliação)	N.º	N.D.	449	609	1069	N.D.	-	-
	Fornecedores locais com código compra responsável assinado	%	N.D.	N.D.	92,0%	78,3%	96,0%	+17,7 p.p.	100%
	PDM vendas de produtos eficiência, elegíveis ao programa de apoio edifícios sustentáveis, do Fundo Ambiental	%	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.			-
PROFISSIONAIS ESPECIALIZADOS HABITAT	Empresas de serviços de instalação	N.º	307	409	355	440	526	20%	-
	NPS Instaladores	-	N.D.	N.D.	46	47	44	-6%	-
	N.º total de Clientes profissionais	N.º	N.D.	18 324	28 072	32 698	42 650	30%	-
	N.º profissionais formados (somatórios das seguintes linhas, se for possível)	N.º	N.D.	20	180	470	262	-44%	-
	N.º profissionais formados através de ações de formação	N.º	N.D.	20	180	470	262	-44%	-
RESÍDUOS	Quantidade total de resíduos produzidos	ton	12 575	16 032	13 903	17 473	19 104	+9%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: indiferenciados	ton	3 838	3 941	3 430	3 586	3 576	-0,3%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: inertes	ton	2 655	3 598	2 957	3 221	3 677	+14%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: madeira	ton	3 832	5 534	4 957	7 477	8 307	+11%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: papel/cartão	ton	1 515	1 997	1 957	2 290	2 411	+5%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: plástico	ton	161	231	238	272	228	-16%	-



Anexos

05

Tabela de Indicadores

COMPROMISSO	INDICADOR	UNIDADE	2020	2021	2022	2023	2024	VARIAÇÃO 23-24	META 2027
RESÍDUOS	Quantidade de resíduos - fileira: metal	ton	220	401	138	189	239	+27%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: perigosos	ton	-	158	78	112	121	+8%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: outros não perigosos	ton	269	172	149	327	544	+66%	-
	Quantidade de resíduos corretamente separados	ton	8 737	11 813	11 136	13 951	15 528	+11%	-
	Taxa de triagem	%	69,5%	75,1%	75,5%	79,5%	81,1%	+1,6 p.p.	-
	Taxa de resíduos específica	ton resíduos produzidos / vendas	14,94	16,57	13,91	15,57	15,46	-0,7%	-
	Evolução da produção de resíduos na nossa atividade	%	N.D.	+25%	-6%	25,68%	9,33%	-16,35 p.p.	-
SATISFAÇÃO DO CLIENTE	NPS Cliente	-	N.D.	42	58	49	49	-	-
SEGURANÇA	Número de acidentes de trabalho dos Colaboradores, com dias perdidos, para o período de referência	N.º	186	200	113	112	66	-41%	-
	Número de dias perdidos devido a acidentes de trabalho, durante o período	Dias	4 091	4 950	3 711	3 421	2 665	-22%	-
	Índice de frequência de acidentes	Número de acidentes por milhão de horas trabalhadas	22,87	21,01	11,63	11,11	6,69	-40%	5
	Índice de gravidade de acidentes	Número de dias perdidos por mil horas trabalhadas	0,5	0,52	0,38	0,34	0,27	-21%	0,35
	Planos de ação de segurança	N.º	N.D.	63	63	72	1 398	1842%	-

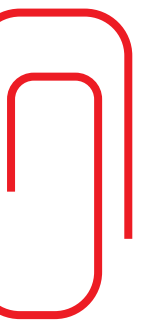


Anexos

05

Tabela de Indicadores

COMPROMISSO	INDICADOR	UNIDADE	2020	2021	2022	2023	2024	VARIAÇÃO 23-24	META 2027
SOLIDARIEDADE INTERNA	Apoio a Colaboradores (vales de Natal)	€	400 000 €	563 250 €	707 625 €	400 000 €	881 550 €	120%	-
	Colaboradores apoiados em situação de emergência (habitacional, saúde, educação, alimentar, ...)	N.º	N.D.	7	N.D.	20	14	-30%	-
	Investimento da empresa para melhoria do habitat de todos os colaboradores (habitacional, saúde, educação, alimentar, vales temáticos ...)	€	N.D.	21 000 €	N.D.	60 000 €	56 000 €	-7%	-
	Desconto adicional em Produtos + Positivos	N.º	N.A.	N.A.	25	150	150	-	-
	Apoio a colaboradores (vales Regresso às Aulas)	€	N.A.	N.A.	N.A.	78 000 €	N.A.	-	-
	Colaboradores do Universo ADEO apoiados pelo Fundo Solidário ADEO	N.º	N.D.	N.D.	51	147	620	322%	-
SOLIDARIEDADE LOCAL	Número de Colaboradores que participam em ações de voluntariado	N.º	34	1 479	4 704	2 037	1 645	-19%	-
	Número de dias de voluntariado corporativo	N.º	53	1 935	2 832	3 089	2 130	-31%	50% colaboradores totais
	Valor das doações feitas pelas nossas lojas à comunidade local	€	€199 869	€298 318	€215 580	€248 624	€212 590	-14%	5
TRANSPORTES	Ocupação de camiões (paletes equivalentes / viagem)	EQP	N.D.	N.D.	39	44			55
	Total de kms percorridos com GNL	Km	N.D.	N.D.	143 840	376 478	356 279	-5%	-
	Total de kms percorridos com HVO	Km	N.D.	N.D.	0	26 213	423 876	1517%	-
	Total de kms percorridos com Biometano	Km	N.D.	N.D.	0	13 624	4 672	-66%	-
	% de kms percorridos a energias alternativas (GNL e HVO) sobre os kms totais percorridos	%	N.D.	N.D.	2,58%	7,89%	14,31%	+6 p.p.	25%
	Kgs CO ₂ eq / palete transportada	Kgs CO ₂ eq	N.D.	N.D.	4,57	3,49	3,08	-12%	-15% face a 2024



Anexos

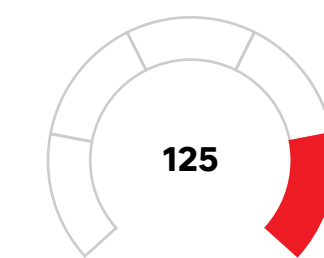
05

Tabela de Indicadores

COMPROMISSO	INDICADOR	UNIDADE	2020	2021	2022	2023	2024	VARIAÇÃO 23-24	META 2027
MARKETPLACE	Volume de negócios (GMV)	€	N.D.	N.D.	N.D.	6 000 000€	24 400 000€	307%	76 000 000€
	GMV	%	N.D.	N.D.	N.D.	0,5%	2,0%	+1,5 p.p.	-
CULTURA	Total de Sites com iniciativas lançadas na plataforma Lakaa	N.º	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	60	-	-
	% Sites com iniciativas lançadas na plataforma Lakaa	%	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	100%	-	-
	Total de sites com mais de 3000 pontos na Lakaa	N.º	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	3	-	-
	% de sites com mais de 3000 pontos na Lakaa	%	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	4,9%	-	-



Anexos



05 Tabela GRI

Índice de conteúdos da Global Reporting Initiative (GRI)

Este Relatório de Sustentabilidade apresenta os impactos resultantes das nossas atividades, tendo como base os princípios e as divulgações gerais da Global Reporting Initiative (GRI) 2021, bem como algumas das suas divulgações específicas.

Para os temas que consideramos prioritários, e que não estão contemplados pelo GRI, recorreremos aos nossos próprios indicadores de desempenho (KPIs). Estes KPIs, apresentados ao longo do relatório, são instrumentos que utilizamos internamente para monitorizar o nosso desempenho em sustentabilidade e acompanhar o progresso da empresa em relação às metas definidas.

A construção dos nossos KPIs resulta de um processo colaborativo, envolvendo diversas áreas funcionais da organização. A participação ativa de diferentes equipas e desafios internos é uma prática essencial em todas as etapas de desenvolvimento da nossa estratégia de Impacto Positivo.

Este envolvimento transversal foi fundamental para definir os nossos compromissos, estabelecer objetivos claros e selecionar os indicadores de desempenho mais adequados.

A contribuição ativa de uma equipa multidisciplinar foi decisiva para a formulação dos compromissos e metas que orientam a nossa atuação em sustentabilidade. Esta abordagem integrada assegura que as diferentes perspetivas da organização sejam refletidas, fortalecendo a consistência e a eficácia da nossa estratégia.



Anexos

05

Tabela GRI

STANDARD GRI	DIVULGAÇÃO	LOCALIZAÇÃO / RESPOSTA DIRETA
DIVULGAÇÕES GERAIS		
1. A ORGANIZAÇÃO E AS SUAS PRÁTICAS DE REPORTE		
GRI 2 DIVULGAÇÕES GERAIS 2021	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 2024. 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		
GRI 2 DIVULGAÇÕES GERAIS 2021	2-6 Atividades, cadeia de valor e outras relações comerciais	A informação sobre as atividades é disponibilizada nas páginas 14 a 20 . A cadeia de valor da LEROY MERLIN Portugal é caracterizada na secção representação da atividade, na página 23 , e nas secções do reporte dedicadas aos compromisso produtos positivos e contribuidores de empregos indiretos
	2-7 Colaboradores	Informação disponibilizada na página 21
	2-8 Trabalhadores que não são Colaboradores	Em 2024 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.



Anexos

05

Tabela GRI

STANDARD GRI	DIVULGAÇÃO	LOCALIZAÇÃO / RESPOSTA DIRETA
DIVULGAÇÕES GERAIS		
3. GOVERNANCE		
	2-9 Estrutura de governance e composição	Informação disponibilizada na página 101
	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 mercado 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 101 e 102 .
GRI 2 DIVULGAÇÕES GERAIS 2021	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 101 e 102 .
	2-14 Papel do órgão de governo hierarquicamente mais elevado no relatório de sustentabilidade	O 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 2024, resultou de um processo de revisão da materialidade de 2019.



Anexos

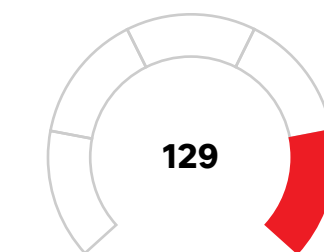
05

Tabela GRI

STANDARD GRI	DIVULGAÇÃO	LOCALIZAÇÃO / RESPOSTA DIRETA
DIVULGAÇÕES GERAIS		
3. GOVERNANCE		
GRI 2 DIVULGAÇÕES GERAIS 2021	2-15 Conflitos de interesse	Os conflitos de interesse são endereçados no nosso código de ética. Disponibilizamos informação sobre este código na página 95 .
	2-16 Comunicação de preocupações críticas	Informação nas páginas 96 e 97 .
	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
	2-19 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		
GRI 2 DIVULGAÇÕES GERAIS 2021	2-22 Declaração sobre a estratégia de desenvolvimento sustentável	Informação disponibilizada nas páginas 5 a 8 .
	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. Ao longo do relatório apresentamos a agenda futura, que detalha as ações a implementar no futuro.



Anexos



05

Tabela GRI

STANDARD GRI	DIVULGAÇÃO	LOCALIZAÇÃO / RESPOSTA DIRETA
DIVULGAÇÕES GERAIS		
4. ESTRATÉGIA, POLÍTICAS E PRÁTICAS		
GRI 2 DIVULGAÇÕES GERAIS 2021	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.
	2-25 Processos para remediar impactos 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 impactos 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.
	2-27 Conformidade com leis e regulamentos	Em 2024 não se verificaram contraordenações ambientais.
	2-28 Participação em associações	APED, BCSD
4. ABORDAGEM AO STAKEHOLDER		
GRI 2 DIVULGAÇÕES GERAIS 2021	2-29 Abordagem ao envolvimento das partes interessadas	Informação disponibilizada na página 111
	2-30 Acordos de negociação coletiva	100% dos nossos Colaboradores são abrangidos por um contrato de trabalho coletivo



Anexos

05

Tabela GRI

STANDARD GRI	DIVULGAÇÃO	LOCALIZAÇÃO / RESPOSTA DIRETA
TÓPICOS MATERIAIS		
GRI 3: TÓPICOS MATERIAIS 2021	3-1 Processo para determinar os tópicos materiais	Informação disponibilizada nas páginas 104 a 109
	3-2 Lista de temas materiais	Informação disponibilizada na página 108
ADAPTAÇÃO ÀS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS PEGADA DE CARBONO DO GRUPO E MITIGAÇÃO DAS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS		
GRI 3: TÓPICOS MATERIAIS 2021	3-3 Gestão do tópico material	Informação disponibilizada nas páginas 65 a 67 e 78 a 86
3-3 GESTÃO DO TÓPICO MATERIAL	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 117
KPI	Emissões totais (ton CO ₂ e)	Informação disponibilizada na página 78
KPI	% de kms percorridos a energias alternativas (GNL e HVO) sobre os kms totais percorridos	Informação disponibilizada na página 122
KPI	Kgs CO ₂ eq/ palete transportada	Informação disponibilizada na página 122
BEM-ESTAR E QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO		
GRI 3: TÓPICOS MATERIAIS 2021	3-3 Gestão do tópico material	Informação disponibilizada nas páginas 38 a 49
GRI 405 DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES 2016	405-1 Diversidade dos órgãos de governo e dos Colaboradores	Informação disponibilizada na página 45
KPI	Colaboradores embaixadores elegíveis (%)	Informação disponibilizada na página 40



Anexos

05

Tabela GRI

STANDARD GRI	DIVULGAÇÃO	LOCALIZAÇÃO / RESPOSTA DIRETA
TÓPICOS MATERIAIS		
BEM-ESTAR E QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO		
KPI	Colaboradores acionistas (%)	Informação disponibilizada na página 40
KPI	ENPS (Employee Net Promotor Score)	Informação disponibilizada na página 40
KPI	Satisfação com iniciativas de bem-estar global (%)	Informação disponibilizada na página 40
KPI	Investimento da empresa para melhoria do habitat de todos os colaboradores (habitacional, saúde, educação, alimentar, vales temáticos ...)	Informação disponibilizada na página 42
KPI	Apoio a Colaboradores (vales de Natal)	Informação disponibilizada na página 42
KPI	Colaboradores apoiados em situação de emergência (habitacional, saúde, educação, alimentar, ...)	Informação disponibilizada na página 42
TRANSFORMAÇÃO DO MODELO EMPRESARIAL PARA SE ADAPTAR AOS DESAFIOS AMBIENTAIS E SOCIAIS / RENOVAÇÃO ENERGÉTICA DE HABITAÇÕES / CICLO DE VIDA DOS PRODUTOS / NOVAS FORMAS DE NEGÓCIO LIGADAS À ECONOMIA CIRCULAR		
GRI 3: TÓPICOS MATERIAIS 2021	GRI 3: Tópicos materiais 2021	Informação disponibilizada nas páginas 59 a 77 e 87 a 100
GRI 308 AVALIAÇÃO AMBIENTAL DE FORNECEDORES 2016	GRI 308 Avaliação ambiental de fornecedores 2016	Informação disponibilizada nas páginas 87 a 90
GRI 204: PRÁTICAS DE PROCUREMENT 2016	GRI 204: Práticas de procurement 2016	Informação disponibilizada na página 92
GRI 306: RESÍDUOS 2020	GRI 306: Resíduos 2020	Informação disponibilizada nas páginas 65 a 69
GRI 306: RESÍDUOS 2020	GRI 306: Resíduos 2020	Informação disponibilizada nas páginas 120 e 121



Anexos

05

Tabela GRI

STANDARD GRI	DIVULGAÇÃO	LOCALIZAÇÃO / RESPOSTA DIRETA
TÓPICOS MATERIAIS		
TRANSFORMAÇÃO DO MODELO EMPRESARIAL PARA SE ADAPTAR AOS DESAFIOS AMBIENTAIS E SOCIAIS / RENOVAÇÃO ENERGÉTICA DE HABITAÇÕES / CICLO DE VIDA DOS PRODUTOS / NOVAS FORMAS DE NEGÓCIO LIGADAS À ECONOMIA CIRCULAR		
KPI	Taxa de triagem	Informação disponibilizada na página 68
KPI	Venda de produtos positivos nas vendas totais (%)	Informação disponibilizada na página 119
KPI	Referências positive products na gama total LEROY MERLIN	Informação disponibilizada na página 60
KPI	Taxa crescimento de valor de vendas aluguer de equipamentos	Informação disponibilizada na página 117
KPI	Faturação de produtos c/ incorporação de matéria prima reciclada	Informação disponibilizada na página 118
KPI	Faturação de produtos possíveis de reparar	Informação disponibilizada na página 118
KPI	Faturação de serviços circulares	Informação disponibilizada na página 88
KPI	Investimento em formação	Informação disponibilizada na página 92
KPI	Colaboradores formados sobre Produtos Positivos	Informação disponibilizada na página 60
KPI	Valor de compras (produtos & Serviços) a fornecedores nacionais (Com NIF Português)	Informação disponibilizada na página 92
KPI	Horas da formação sobre Impacto Positivo frequentadas, em média, por Colaborador	Informação disponibilizada na página 113
KPI	Colaboradores com formação de Impacto Positivo concluída	Informação disponibilizada na página 113
KPI	Reputação CSR	Informação disponibilizada na página 77
KPI	Total de Sites com iniciativas lançadas na plataforma Lakaa	Informação disponibilizada na página 99



Anexos

05

Tabela GRI

STANDARD GRI	DIVULGAÇÃO	LOCALIZAÇÃO / RESPOSTA DIRETA
TÓPICOS MATERIAIS		
GESTÃO DOS RECURSOS HÍDRICOS / DISPONIBILIDADE DE RECURSOS NATURAIS		
GRI 3: TÓPICOS MATERIAIS 2021	3-3 Gestão do tópico material	Informação disponibilizada nas páginas 65 a 67, 81 a 86
GRI 302: ENERGIA 2016	302-1 Energia consumida dentro da organização	Informação disponibilizada na página 81
KPI	Eletricidade verde consumida (Eletricidade consumida com origem em fontes renováveis: rede + autoprodução; lojas e serviços internos) (%)	Informação disponibilizada na página 81
KPI	Instalações com Postos de Carregamento de Veículos Elétricos (lojas em propriedade) (%)	Informação disponibilizada na página 116
KPI	Consumo de água, por área dos estabelecimentos (m ³ /m ²)	Informação disponibilizada na página 116
DIREITOS HUMANOS NA CADEIA DE VALOR		
GRI 3: TÓPICOS MATERIAIS 2021	3-3 Gestão do tópico material	Informação disponibilizada nas páginas 97 e 98 .
GRI 205: ANTI CORRUPÇÃO 2016	205-3 Incidentes confirmados de corrupção, e ações implementadas	Não se registaram incidentes de corrupção
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
KPI	Colaboradores formados no Código de Conduta Ética	Informação disponibilizada na página 97



Anexos

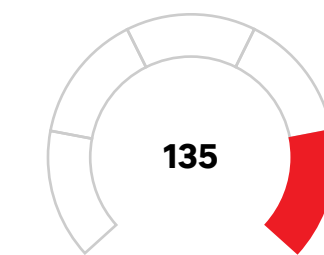
05

Tabela GRI

STANDARD GRI	DIVULGAÇÃO	LOCALIZAÇÃO / RESPOSTA DIRETA
TÓPICOS MATERIAIS		
RELAÇÕES DE CONFIANÇA COM OS NOSSOS STAKEHOLDERS		
GRI 3: TÓPICOS MATERIAIS 2021	3-3 Gestão do tópico material	Informação disponibilizada nas páginas 50 a 56 e 70 a 77
GRI 413: COMUNIDADES LOCAIS 2016	413-1 Operações com envolvimento da comunidade local, avaliação de impacto e programas de desenvolvimento	Informação disponibilizada nas páginas 52 a 56
KPI	Número de Colaboradores que participam em ações de voluntariado (N.º)	Informação disponibilizada na página 52
KPI	Número de dias de voluntariado corporativo (N.º)	Informação disponibilizada na página 52
KPI	Valor das doações feitas pelas nossas lojas à comunidade local (€)	Informação disponibilizada na página 52
KPI	Clientes formados (N.º)	Informação disponibilizada na página 70
KPI	Clientes impactados com campanhas / projetos relacionados com sustentabilidade (N.º)	Informação disponibilizada na página 70
KPI	Colaboradores de fornecedores que exercem a sua atividade nas operações da LEROY MERLIN (N.º)	Informação disponibilizada na página 22
SAÚDE E SEGURANÇA NA CADEIA DE VALOR A MONTANTE (INCLUINDO TRABALHADORES) / SAÚDE E SEGURANÇA DOS CLIENTES (LOJAS E PRODUTOS)		
GRI 3: TÓPICOS MATERIAIS 2021	3-3 Gestão do tópico material	Informação disponibilizada nas páginas 38, 39, 48 e 49
GRI 403: SAÚDE E SEGURANÇA OCUPACIONAL 2018	403-1 Sistema de gestão de saúde e segurança ocupacional	Informação disponibilizada na página 48
	403-3 Serviços de saúde ocupacional	Informação disponibilizada nas páginas 48 e 49
KPI	Índice de frequência de acidentes	Informação disponibilizada na página 48
KPI	Índice de gravidade de acidentes	Informação disponibilizada na página 48



Anexos



05

Tabela GRI

STANDARD GRI	DIVULGAÇÃO	LOCALIZAÇÃO / RESPOSTA DIRETA
TÓPICOS MATERIAIS		
SAÚDE E SEGURANÇA NA CADEIA DE VALOR A MONTANTE (INCLUINDO TRABALHADORES) / SAÚDE E SEGURANÇA DOS CLIENTES (LOJAS E PRODUTOS)		
	Planos de ação de segurança (N.º)	Informação disponibilizada na página 48
KPI	N.º profissionais formados através de ações de formação	Informação disponibilizada na página 120
	NPS Cliente	Informação disponibilizada na página 121
IMPACTO DAS ATIVIDADES NA BIODIVERSIDADE / DEPENDÊNCIA DOS SERVIÇOS ECOSISTÉMICOS E DA BIODIVERSIDADE		
GRI 3: TÓPICOS MATERIAIS 2021	3-3 Gestão do tópico material	Informação disponibilizada nas páginas 50 a 56
KPI	Referências com madeira certificada (%)	Informação disponibilizada na página 119
KPI	Iniciativas de biodiversidade implementadas (N.º)	Informação disponibilizada na página 112



Anexos

Relatório de Sustentabilidade 2024

**O futuro constrói-se
produto a produto**

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 - Consultadoria De
Sustentabilidade, Lda
Design e Paginação: Flúor Studio Design Advisors
Abril 2025



O Relatório de Sustentabilidade 2024
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

The LEROY MERLIN logo, featuring the brand name in a bold, sans-serif font above a stylized green triangle, all contained within a white triangular shape pointing downwards.