

RELATÓRIO DE  
SUSTENTABILIDADE

2025

JUNTOS CONSTRUÍMOS  
UMA CASA PARA TODOS

LERROY MERLIN

LERROY MERLIN



# Índice

## 01 O NOSSO COMPROMISSO E PROPÓSITO

- 1.1 SOBRE O RELATÓRIO
- 1.2 MENSAGENS
- 1.3 QUEM SOMOS
- 1.4 ESTRATÉGIA
- 1.5 DESTAQUES 2025
- 1.6 RECONHECIMENTOS

## 02 CRIANDO IMPACTO POSITIVO

- 2.1 DESENVOLVIMENTO HUMANO
- 2.2 MELHORIA DO HABITAT
- 2.3 GOVERNANCE

## 03 CADERNO TÉCNICO

- 3.1 CADERNO TÉCNICO

A nossa base são as pessoas.  
São as fundações e o propósito  
da LEROY MERLIN.

Vivemos a  
sustentabilidade  
todos os dias  
e em tudo o que fazemos

Bem-vindos!  
Desafio Tecnologia  
e Digital Data

01

1.1 SOBRE O RELATÓRIO

1.2 MENSAGENS

1.3 QUEM SOMOS

1.4 ESTRATÉGIA

1.5 DESTAQUES 2025

1.6 RECONHECIMENTOS

LEROY MERLIN



Nova Sede LEROY MERLIN  
World Trade Center Carnaxide

## 1.1 SOBRE O RELATÓRIO

Apresentamos neste relatório a nossa informação de sustentabilidade relativa ao ano de 2025, incluindo o desempenho económico, social e ambiental da LEROY MERLIN Portugal. Este Relatório representa a nossa principal comunicação externa sobre sustentabilidade, e é desenvolvida com base no princípio da transparência sobre os impactos, compromissos e resultados de sustentabilidade da nossa atividade.

Tem como âmbito o período de 1 de janeiro a 31 de dezembro de 2025, e abrange, em termos de perímetro de informação, 100% da nossa atividade em Portugal, física e digital - inclui lojas, plataformas logísticas e serviços internos. O conteúdo deste relatório reflete os resultados da análise de materialidade, cujo processo e resultados podem ser consultados na [parte III](#) deste documento.

O relatório foi elaborado em conformidade com as Normas da Global Reporting Initiative (GRI), garantindo a qualidade, comparabilidade e consistência da informação que divulgamos, e está também alinhado com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).



**Sebastien Bruchet**  
Líder de empresa  
LEROY MERLIN Portugal

## 1.2 MENSAGENS

### **Olhando para o futuro, continuaremos a investir na inovação, no desenvolvimento das nossas pessoas e na melhoria contínua da experiência do cliente.**

Na LEROY MERLIN Portugal acreditamos que o sucesso da nossa empresa se constrói a partir da capacidade de responder às necessidades dos Habitantes, antecipar as transformações das políticas públicas e do mercado que impactam o nosso negócio, assumindo-nos como parceiro ativo na construção de um Habitat mais sustentável.

Num contexto de constante transformação, continuámos a reforçar a proximidade com os clientes e a desenvolver soluções que permitem que todos possam viver com mais qualidade, respeitando as pessoas e o ambiente. O edificado, seja ele com fins habitacionais, laborais ou recreativos, tem um papel cada vez mais central na vida das pessoas, e o nosso compromisso é continuar a apoiar os clientes na criação de espaços mais confortáveis, que contribuam para a saúde dos seus ocupantes e resilientes perante os fenómenos causados pelas alterações climáticas.

Este percurso só é possível graças ao empenho e à dedicação de uma equipa motivada e comprometida com o sucesso da empresa. Foi esta equipa que construiu o crescimento de negócio de 10% registado em 2025. Foi também a dedicação diária desta equipa que nos permitiu terminar 2025 com mais 6,4% de clientes, e um crescimento de 68% do nosso marketplace. Estes dados comprovam que o investimento feito no nosso capital humano foi

acertado. Continuaremos a ambicionar ser uma empresa que se distingue pelo lugar central que as nossas pessoas ocupam, pela atenção e práticas em que investimos para promover o bem-estar, e a participação de cada colaborador, vetores essenciais para continuarmos a inovar, e melhorar a experiência do cliente.

Para além do crescimento do negócio, 2025 ficou também marcado por um momento importante: a **inaguração da nova sede** da LEROY MERLIN Portugal no World Trade Center, em Carnaxide. Este novo espaço foi concebido para colocar as pessoas no centro da experiência de trabalho, promovendo a colaboração, a criatividade e o bem-estar das equipas. Integrada num edifício com certificações ambientais exigentes, a nova sede reflete o nosso compromisso com a eficiência energética, o conforto e a sustentabilidade.

Mais do que uma mudança física, este espaço representa a evolução da nossa forma de trabalhar e da nossa cultura organizacional, criando condições para desenvolver soluções cada vez mais inovadoras para os desafios ambientais e sociais que enfrentamos no setor do habitat.

Olhando para o futuro, continuaremos a investir na inovação, no desenvolvimento das nossas pessoas e na melhoria contínua da experiência do cliente. Com o compromisso de todos, estamos preparados para continuar a crescer de forma responsável e a reforçar o papel da LEROY MERLIN como a marca líder do Habitat em Portugal.



**João Lavos**  
Líder Impacto Positivo  
LEROY MERLIN Portugal

## 1.2 MENSAGENS

### As conquistas do ano dão-nos energia para os desafios futuros.

Na LEROY MERLIN Portugal o crescimento do negócio caminha lado a lado com a criação de Impacto Positivo na sociedade e no planeta. O nosso propósito de **Fazer da Casa um Lugar mais Positivo para Viver**, orienta a forma como desenvolvemos a nossa atividade, integrando progressivamente princípios de descarbonização, circularidade e consumo responsável nas decisões do dia a dia da empresa.

Em 2025, demos um passo particularmente relevante neste percurso com a criação do **EBITAC**, um indicador que integra o impacto das emissões de carbono na performance financeira da empresa. Através desta abordagem inovadora, atribuímos um valor monetário às emissões de gases com efeito de estufa associadas à nossa atividade, refletindo esse impacto diretamente nos resultados financeiros e operacionais da empresa, o que influenciará decisões estratégicas sobre o portfólio de soluções que iremos construir, para que o crescimento do negócio possa ser convergente e alinhado com a ambição de contribuir para a descarbonização do setor do Habitat.

Paralelamente, continuámos a reforçar a importância da **circularidade e da valorização dos recursos ao longo do ciclo de vida dos produtos**. Acreditamos que a transformação do setor passa por modelos mais sustentáveis, que privilegiam a durabilidade, e por

isso a aposta estratégica em serviços de reparação e reutilização, alinhados com os objetivos ambientais da Europa, ao contribuírem para reduzir o impacto ambiental e promover um consumo mais responsável. Neste contexto, aumentámos em quase 80% a faturação dos negócios circulares em 2025.

É também neste contexto que o **Home Index** assume um papel central na nossa estratégia. Mais do que uma ferramenta de avaliação, representa um compromisso com a transparência e com a capacitação dos nossos clientes para fazer escolhas mais sustentáveis. Ao tornar visível o desempenho ambiental dos produtos ao longo do seu ciclo de vida, ajudamos cada pessoa a compreender melhor o impacto das suas decisões e incentivamos a evolução do mercado para soluções cada vez mais eficientes, duráveis e responsáveis. Após os anos iniciais, de desenvolvimento e amadurecimento desta metodologia, 2025 foi o ano em que quisemos investir na visibilidade desta metodologia, com um plano de comunicação que teve como ambição dar a conhecer aos clientes o valor do Homem Index para uma escolha de consumo mais responsável e que resultou em 73% das vendas associadas à venda de produtos positivos.

As conquistas do ano dão-nos energia para os desafios futuros. O Impacto Positivo é uma ambição de longo prazo, com múltiplas frentes de trabalho colaborativo com os stakeholders da empresa. Continuaremos, por isso, a trabalhar com a ambição e consistência para garantir que cada decisão, cada produto e cada iniciativa contribuem para gerar valor para as pessoas, para as comunidades e para o planeta.



## 1.3 QUEM SOMOS

Somos uma empresa especializada na venda de soluções (produtos e serviços) nas áreas da Bricolage, Construção, Decoração e Jardim, com presença em lojas físicas, plataformas logísticas e canais digitais.

O nosso propósito é claro:

**FAZER DA CASA UM LUGAR MAIS POSITIVO PARA VIVER**

Acreditamos que a casa é um espaço central no bem-estar das pessoas e que todos devem ter acesso a soluções que lhes permitam melhorar e transformar os seus lares de forma prática, responsável e inspiradora. Este propósito orienta todas as nossas decisões, desde a escolha de produtos até à forma como interagimos com clientes, colaboradores e parceiros.

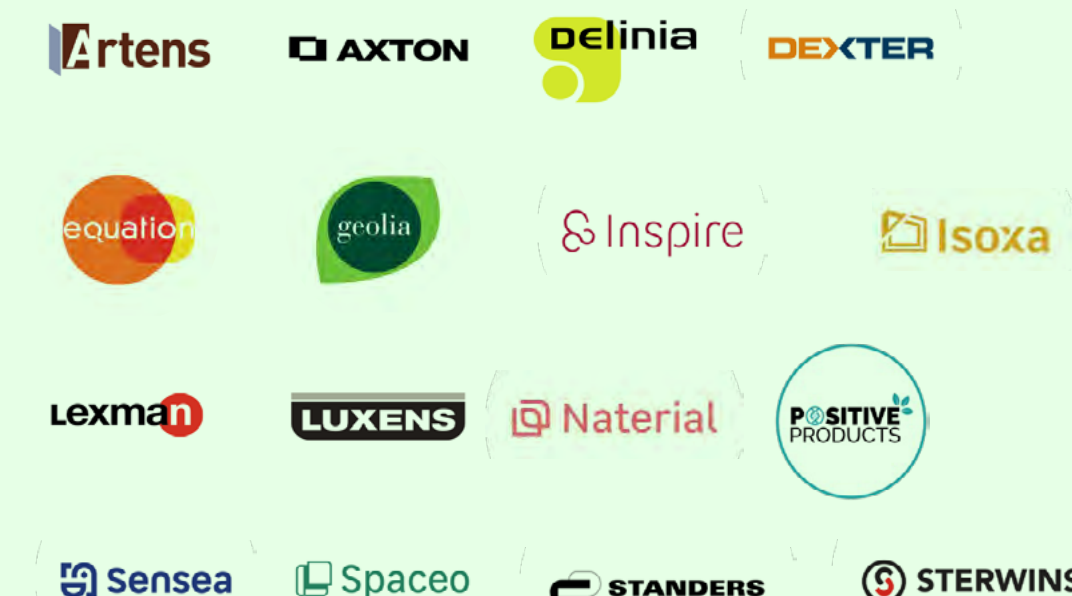
### A que Grupo pertencemos?

Fazemos parte de uma grande casa, o Grupo ADEO. O Grupo reúne um conjunto de empresas dedicadas à melhoria da Casa, líder europeu e o terceiro maior grupo mundial no mercado do “Do It Yourself”.



### As nossas Marcas

Uma parte essencial da nossa diferenciação assenta nas **16 Marcas da Casa**, que garantem aos nossos clientes produtos fiáveis, com um equilíbrio consistente entre qualidade e preço.



### Qual o perfil em 2025 da LEROY MERLIN Portugal?



Clientes

**23 260 985 (+6%)**



Loja Digital

**1**



Plataformas Logísticas

**5**



Lojas

**46**



Colaboradores

**6 582**





## 1.3 QUEM SOMOS

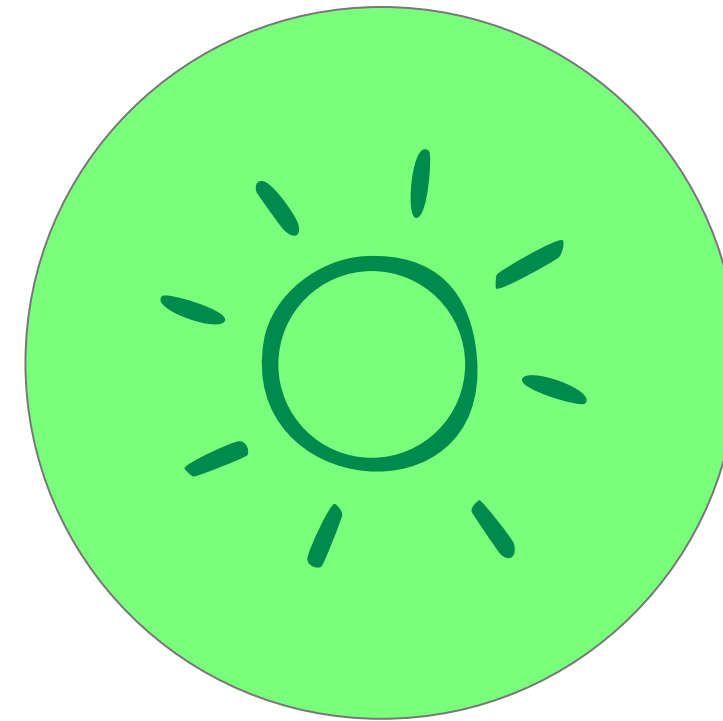
### Cultura

Somos uma empresa Human-First e isso traduz-se numa Cultura que assenta em três princípios orientadores de toda a nossa atuação: O foco no Cliente - enquanto elemento central da nossa operação, a Cultura da Partilha - um pilar essencial para o crescimento coletivo, onde cada colaborador é uma peça fundamental nos resultados da empresa. E o nosso Modelo de Liderança.

Na LEROY MERLIN, a nossa liderança assenta em quatro princípios que definem a forma como orientamos a empresa e as nossas equipas.

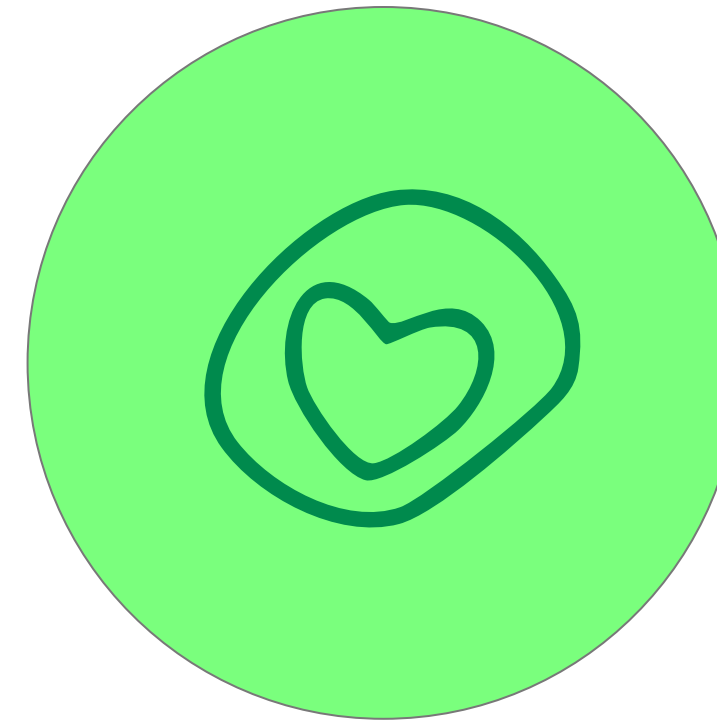
Lideramos de forma **impactante**, assumindo decisões que geram valor para o negócio, para os clientes e para a comunidade; **autêntica**, mantendo transparência, integridade e coerência em todas as nossas ações; **aberta**, promovendo o diálogo, a escuta ativa e a partilha de ideias; e **interdependente**, valorizando a colaboração e o trabalho em equipa, reconhecendo que os melhores resultados surgem da união de diferentes competências e perspetivas.

Este modelo permite-nos responder com agilidade aos desafios, inspirar confiança e mobilizar as equipas em torno de objetivos comuns. Ao equilibrar ambição e propósito, reforçamos a nossa presença no mercado e potenciamos um impacto positivo, contribuindo para um habitat mais sustentável, relações mais responsáveis com a sociedade e experiências mais valiosas para clientes e colaboradores.



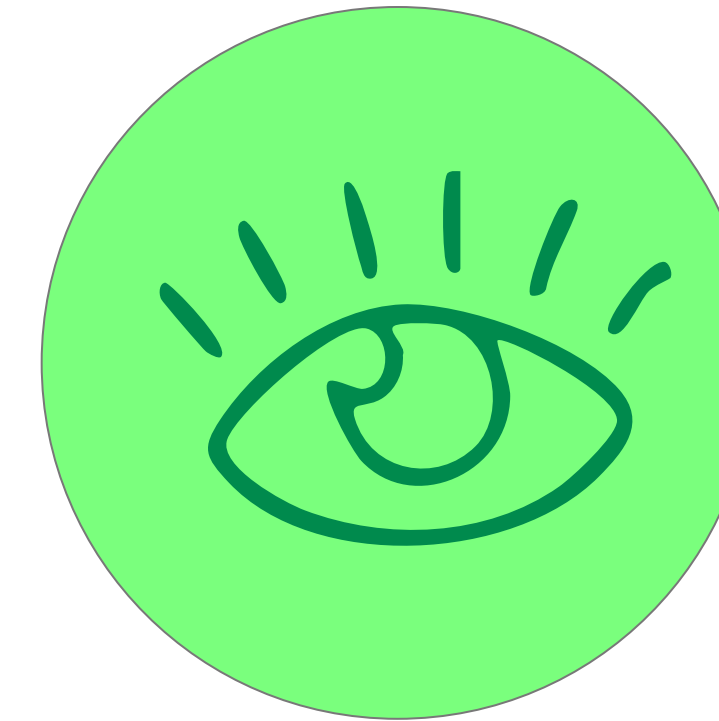
#### IMPACTANTES

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



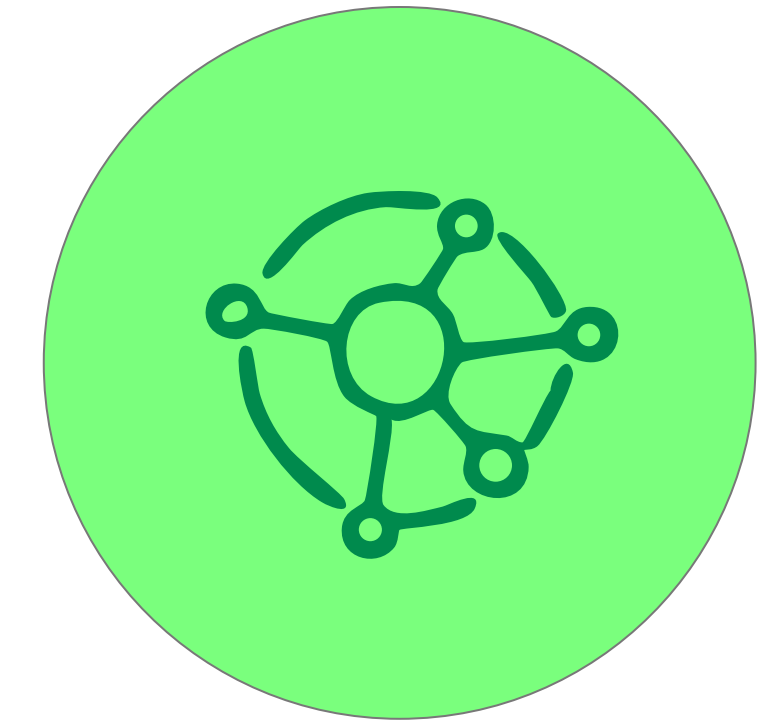
#### AUTÊNTICOS

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



#### ABERTOS

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



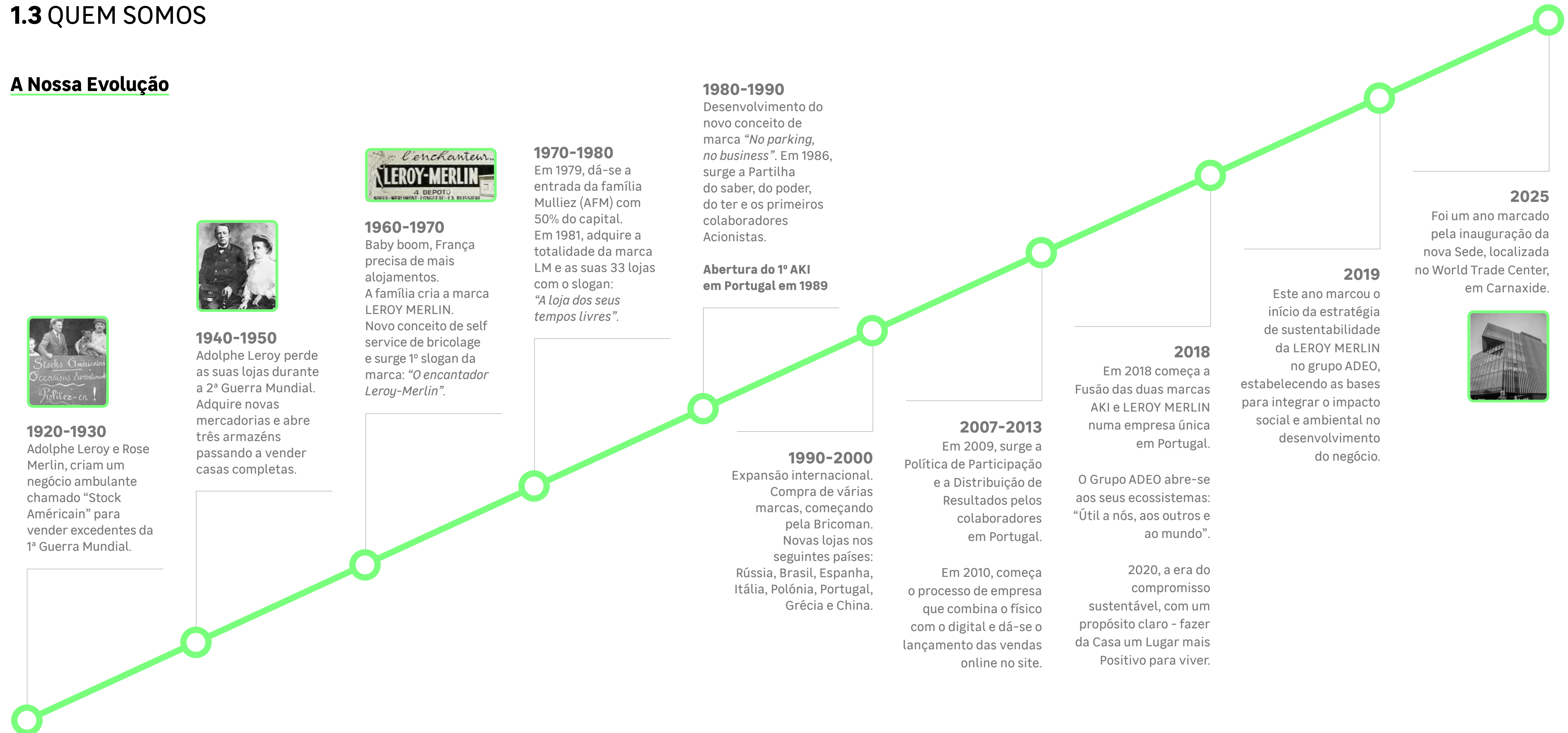
#### INTERDEPENDENTES

As nossas ações promovem benefícios para todas as partes envolvidas



## 1.3 QUEM SOMOS

### A Nossa Evolução





## 1.4 ESTRATÉGIA

### A importância da Sustentabilidade

A sustentabilidade assume um papel central na forma como a LEROY MERLIN se posiciona enquanto organização contributiva, orientando a sua atuação para a criação de impacto positivo e para a resposta aos grandes desafios sociais, econômicos e ambientais do nosso tempo. Num contexto de crescente pressão sobre os recursos naturais, de exigência por maior justiça social e de necessidade de transição para modelos econômicos mais equilibrados, integrar a sustentabilidade no centro da estratégia torna-se essencial para garantir a relevância e a sustentabilidade do negócio.

Este compromisso traduz-se numa visão integrada do desempenho, onde a criação de valor financeiro é indissociável do impacto social e ambiental. A sustentabilidade passa, assim, a ser um fator estruturante do modelo de negócio, orientando decisões, prioridades e investimentos, e permitindo à empresa contribuir ativamente para a evolução do modelo de desenvolvimento.

Ao alinhar a sua atuação com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e com os princípios do Acordo de Paris, a LEROY MERLIN reforça o seu papel enquanto agente de mudança, assumindo que a sustentabilidade não é apenas uma responsabilidade, mas uma condição essencial para gerar valor duradouro, responder às expectativas da sociedade e contribuir para um futuro mais resiliente e inclusivo.

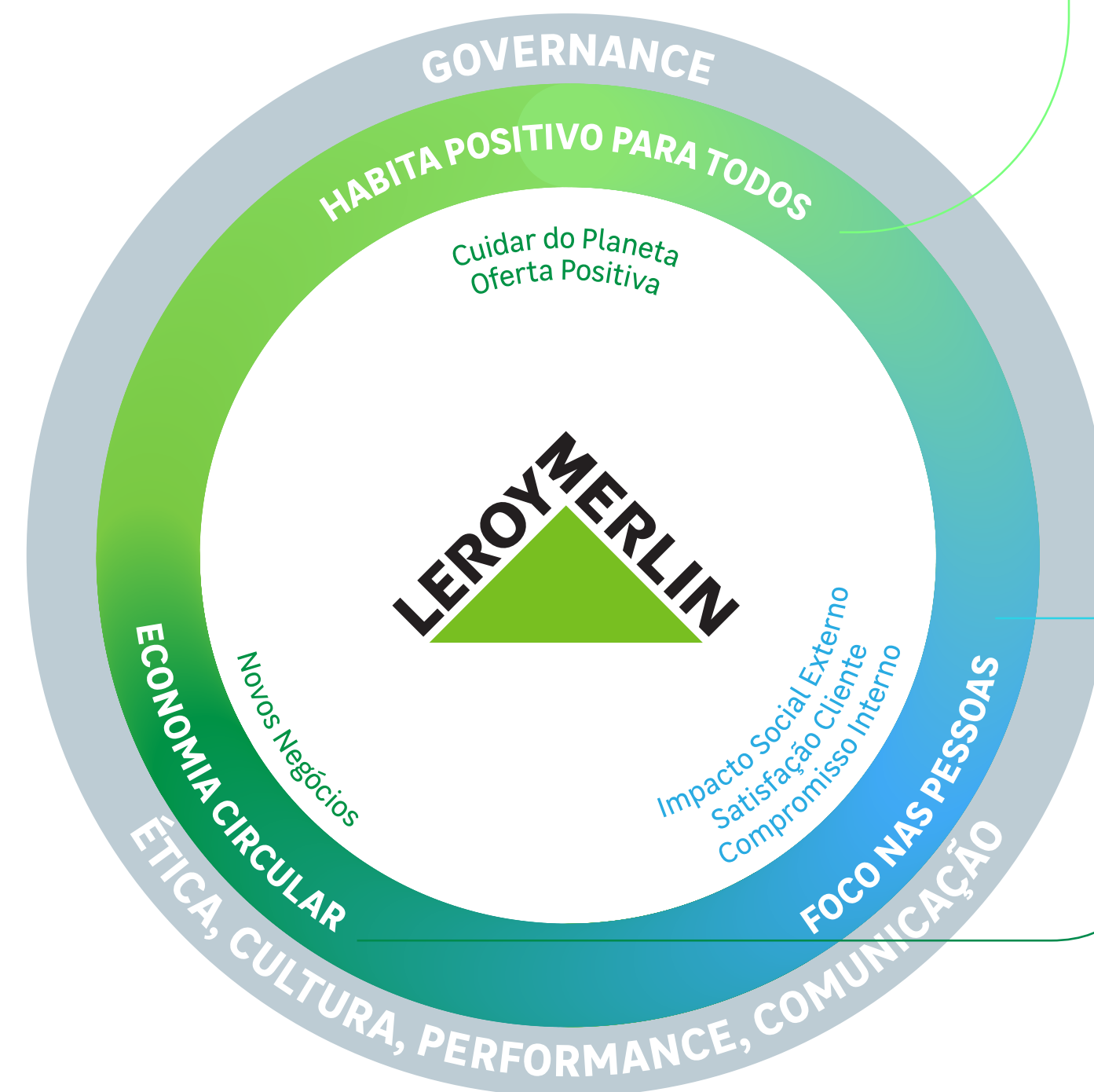




## 1.4 ESTRATÉGIA

### Modelo de Estratégia

Na LEROY MERLIN Portugal, a nossa estratégia de sustentabilidade assenta em três pilares: **Habitat Positivo para Todos, Foco nas Pessoas e Economia Circular**. Estes pilares orientam a nossa atuação, integrando a sustentabilidade no centro do negócio e promovendo impacto positivo ambiental, social e económico.



### HABITAT POSITIVO PARA TODOS

**Cuidar do Planeta**  
Reduzimos o impacto ambiental das nossas atividades e promovemos escolhas mais sustentáveis para o lar.

**Oferta Positiva**  
Desenvolvemos e disponibilizamos aos consumidores produtos que contribuem para casas mais eficientes, responsáveis e preparadas para o futuro.

### FOCO NAS PESSOAS

**Compromisso Interno**  
Valorizamos as pessoas, promovendo bem-estar, segurança, desenvolvimento e uma cultura inclusiva.

**Satisfação do Cliente**  
Atuamos junto das comunidades para promover inclusão, literacia, habitação digna e sustentabilidade.

**Impacto Social Externo**  
Facilitamos decisões conscientes através de informação clara, experiências relevantes e soluções de qualidade.

### ECONOMIA CIRCULAR

**Novos Negócios**  
Criamos soluções e serviços que aceleram a transição sustentável e respondem às novas necessidades das pessoas.



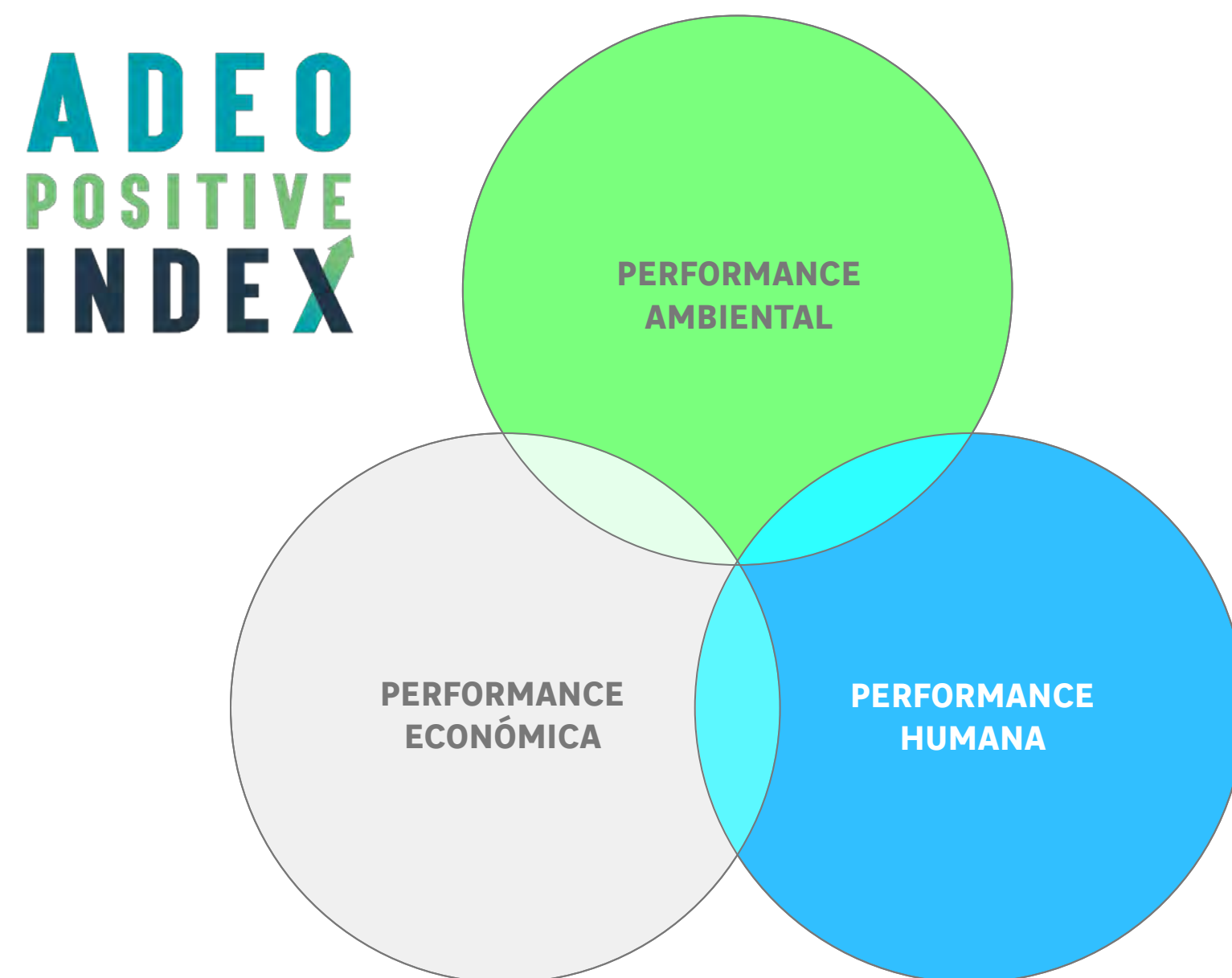


## 1.4 ESTRATÉGIA

### Operacionalização da Estratégia (API)

Os nossos compromissos são avaliados ao nível do Grupo através do ADEO Positive Index (API), um conjunto de indicadores que mede, de forma integrada, a nossa capacidade de gerar Impacto Positivo em toda a nossa operação.

Num contexto de inovação e evolução contínua, passámos a integrar os resultados da performance humana e ambiental no valor da ação Valadeo, assegurando que o desempenho da empresa é avaliado não apenas pelos resultados financeiros, mas também pelo seu impacto ambiental e social.



### AMBIÇÃO 2028 - OS NOSSOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS



#### FOCO NAS PESSOAS

Índice de frequência de acidentes	5
Estabilidade colaborador > 12 meses	87%
Promoção Interna	65%
Mulheres em cargos de gestão	40%
Horas de formação por Colaborador	40
NPS Colaborador	52



#### AMBIÇÃO 2028



#### HABITAT POSITIVO

Progressão do GMV de Soluções Sustentáveis	+35% vs 2025
Emissões CO2e âmbitos 1e 2	-44% vs 2021
Emissões CO2e âmbito 3	-20% vs 2021
Emissões evitadas de nossos clientes	+100% vs 2025
Fornecedores locais com código de compra responsável assinado	100%
Triagem de resíduos	90%



#### AMBIÇÃO 2028

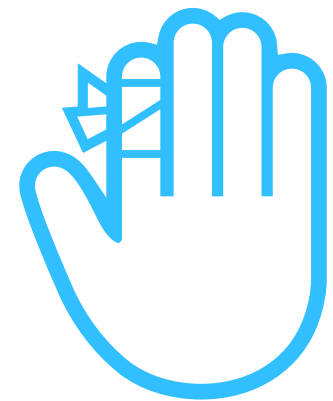


## 1.5 DESTAQUES 2025 - RESULTADOS

### DESENVOLVIMENTO HUMANO - 2025

Índice de Frequência de acidentes

6,2



Estabilidade colaborador

> 12 meses  
87,50%



horas de formação por colaborador

60,1

Mulheres em cargos de gestão

36,50%

NPS Colaborador

61



Promoção Interna

49,20%

### HABITAT POSITIVO PARA TODOS

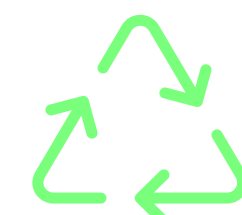
Progressão do GMV de Soluções Sustentáveis

14,3%



Fornecedores locais com código de compra responsável assinado

95,3%



Triagem de resíduos

83,2%

Emissões evitadas de nossos clientes

+28,9%

Emissões CO2e âmbitos 1 e 2



-19%

Emissões CO2e âmbito 3



-1,8%

### INDICADORES NACIONAIS

Dias de Voluntariado

2156



Ranking Merco

21



NPS Cliente

53



Colaboradores com novo currículo Impacto Positivo concluído

15,20%

Turnover

14%



## 1.5 DESTAQUES 2025

### INICIATIVAS DE IMPACTO: EBITAC, NOVA SEDE DA EMPRESA E MULTIPLICAÇÃO DE ESPAÇOS DE SEGUNDA VENDA E REPARAÇÃO

#### EBITAC: integrando o impacto ambiental na performance financeira

No âmbito da nossa ambição de integrar o impacto ambiental na tomada de decisão económica, desenvolvemos uma abordagem inovadora para quantificar as emissões de Gases com Efeito de Estufa (GEE) e integrá-las nos resultados da LEROY MERLIN Portugal. Esta iniciativa atribui um valor monetário de 90 euros por tonelada de CO<sub>2</sub> equivalente, aplicado integralmente às emissões de Âmbitos 1 e 2, e de forma proporcional ao Âmbito 3, com base na nossa responsabilidade ao longo do ciclo de vida dos produtos.

A metodologia foca-se nos produtos efetivamente vendidos e introduz o indicador interno EBITAC (Earnings Before Interest and Taxes after Carbon), que traduz o saldo financeiro das emissões de carbono nos resultados operacionais. Este modelo permite-nos avaliar de forma concreta o impacto do que vendemos no nosso desempenho financeiro, garantindo que o crescimento do negócio é compatível com o plano de descarbonização da empresa. Ao focarmo-nos em oito famílias de produtos que concentram a maioria das emissões, promovemos uma transição baseada na eficiência e na mudança tecnológica.

Esta transformação estrutural é concebida como uma maratona com um horizonte de 10 anos, assente no princípio de “vender melhor” e não “vender menos”.

Através da animação transversal do mix de vendas e de análises trimestrais rigorosas, asseguramos o equilíbrio entre a criação de valor económico e a redução da nossa pegada ambiental, reforçando a convergência entre performance financeira e sustentabilidade.

**INTEGRAMOS O CUSTO DO CARBONO NAS DECISÕES ECONÓMICAS PARA GARANTIR UM CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL, A LONGO PRAZO E RESPONSÁVEL.**



**PROMOVEMOS A DESCARBONIZAÇÃO ATRAVÉS DA EFICIÊNCIA DOS PRODUTOS E DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA NO NOSSO MIX DE VENDAS.**



## Nova Sede: Um espaço pensado para as pessoas e para o planeta

O ano de 2025 ficou marcado por um passo decisivo na nossa história em Portugal. Inaugurámos a nossa nova sede no World Trade Center (WTC), em Carnaxide, um espaço que simboliza a nossa ambição de crescer de forma sustentável, colocando as pessoas e o planeta no centro de todas as decisões.

A mudança para um espaço com 6 200 m<sup>2</sup> distribuídos por três pisos, com capacidade para cerca de 550 colaboradores, nasceu da escuta ativa das nossas equipas. A nova sede foi concebida para promover formas modernas de organização e colaboração, flexibilidade no trabalho e um ambiente que estimula o bem-estar, a criatividade e a inovação.

Integrada num edifício com certificações LEED GOLD e WELL GOLD, a nossa sede reflete boas práticas de sustentabilidade e eficiência energética, conforto térmico e luminoso, ergonomia e áreas dedicadas à pausa e ao convívio. Estes elementos reforçam o nosso compromisso em criar soluções que respeitam o planeta e promovem a saúde e o bem-estar de todos.

Mais do que uma mudança física, a nossa nova sede funciona como um hub estratégico desenhado para acelerar a inovação e fortalecer a colaboração. Aqui, a nossa cultura human first ganha ainda mais vida, num ambiente que promove o bem-estar e nos capacita para elevar a experiência dos nossos clientes.

Este é, acima de tudo, um espaço de pertença: uma casa para todos, que nos permite cumprir o nosso propósito de **“Fazer da Casa um lugar mais positivo para viver”**, criando valor para as pessoas, as comunidades e o ambiente.



CONTRIBUÍMOS PARA A CRIATIVIDADE E COLABORAÇÃO AO CRIAR UM ESPAÇO QUE APROXIMA AS EQUIPAS E INSPIRA IDEIAS.



CONTRIBUÍMOS PARA O BEM-ESTAR DAS EQUIPAS ATRAVÉS DE ZONAS PENSADAS PARA RELAXAR E RECARREGAR ENERGIA.



### Consolidação e Expansão do Modelo Segunda Vida: Rumo à Escala e Sustentabilidade

A afirmação da economia circular como pilar estratégico da LEROY MERLIN Portugal materializou-se em 2025 através da evolução do conceito Quase Perfeitos. A validação do business case inicial confirmou a viabilidade de transformar o que anteriormente era considerado quebra em valor económico, ambiental e social, permitindo a monetização de artigos com pequenos defeitos e promovendo escolhas de consumo mais responsáveis.

Este sucesso permitiu-nos acelerar a trajetória de crescimento, iniciando uma expansão estruturada que visa tornar os produtos de segunda vida acessíveis em todo o território nacional. Com a implementação do conceito em 10 lojas durante o ano de 2025, estabelecemos as bases para uma operação escalável, assente na definição de planogramas base e processos de suporte eficientes que garantem a consistência do modelo em diferentes contextos geográficos.

Olhando para o futuro, o nosso compromisso passa por garantir que a circularidade atinja o seu potencial máximo, integrando o conceito em **100% das lojas de grande formato em 2026**. Esta estratégia de escala será reforçada pelo desenvolvimento do acondicionamento de artigos, em particular nas famílias de ferramentas e máquinas de jardim, e pelo fortalecimento da nossa oferta omnicanal, assegurando que o desempenho financeiro e o impacto ambiental positivo caminham lado a lado na construção de um negócio cada vez mais diferenciador e sustentável.

**TRANSFORMAMOS A CIRCULARIDADE EM VALOR: A CONSOLIDAÇÃO DO MODELO QUASE PERFEITOS REAFIRMA O NOSSO COMPROMISSO COM A ESCALABILIDADE, A RENTABILIDADE E UM FUTURO.**





## 1.6 RECONHECIMENTOS



### ESCOLHA CONSUMIDOR

O prêmio **Escolha do Consumidor** é uma das distinções mais prestigiadas em Portugal, funcionando como um barômetro real da satisfação dos clientes. Em 2025 a LEROY MERLIN foi considerada, pelo 3º ano consecutivo, **Marca nº1 na Escolha do Consumidor na categoria de Lojas de decoração, bricolage e jardim.**



### A MELHOR LOJA DE PORTUGAL

A **Melhor Loja de Portugal** visa premiar a excelência no setor, celebrando a experiência global da empresa e a excelência operacional, abrangendo tanto lojas físicas como digitais. Em 2025, pelo 3º ano consecutivo, a LEROY MERLIN foi eleita **A Melhor Loja de Portugal (loja física) na categoria da Casa e Decoração e A Melhor Loja de Portugal (loja online) na categoria de Bricolage e Jardim.**



### PRÉMIO CINCO ESTRELAS

O **prémio Cinco Estrelas** mede o grau de satisfação que os produtos, os serviços e as marcas conferem aos seus utilizadores. Em 2025, pelo 2º ano consecutivo a **LEROY MERLIN foi distinguida enquanto Marca Cinco Estrelas na categoria de Bricolage, Decoração e Jardim!**



### PARTOO AWARDS

O ranking da **Partoo Awards** trata-se de um ranking internacional composto pelas empresas com a melhor gestão de presença e reputação online. Em 2025, pela 1ª vez, a LEROY MERLIN conquistou o **2º lugar no Top 10 do barómetro internacional na categoria de Melhor SEO local!**



### LEAN & GREEN

A Lean & Green International é a maior plataforma europeia de colaboração para a redução das emissões CO2 no setor logístico e dos transportes, que premeia as organizações que procuram diminuir a sua pegada carbónica. Em 2025, a LEROY MERLIN foi certificada com 2 estrelas, um reconhecimento pelo compromisso em promover operações e soluções para a casa cada vez mais sustentáveis.



### INFRASPEAK AWARDS

Os Infraspeak Awards premeiam a excelência na gestão de manutenção e infraestruturas. Em 2025, a LEROY MERLIN foi premiada, pelo 2º ano consecutivo, com o prêmio prata na categoria de “Operação Mais Eficiente”, reforçando o compromisso com a inovação na manutenção e gestão de edifícios, ao tornar as operações mais eficientes e sustentáveis.



### RANKING MERC0 (21ª)

O **Ranking Merco** é considerado o monitor de referência para medir a reputação ESG das empresas em Portugal, avaliando o prestígio ao nível ambiental, social e governance. Em 2025, a LEROY MERLIN ficou, uma vez mais, **no ranking das 100 empresas mais responsáveis em Portugal, ocupando o 21º lugar.**



As paredes erguem-se com Impacto Positivo, consistência e compromisso coletivo.

## 2.1 DESENVOLVIMENTO HUMANO

### 2.1.1 Compromisso Interno

#### O Contexto que Nos Envolve

A globalização económica trouxe benefícios e qualidade de vida às pessoas - mais acessibilidade a serviços e bens, mais conforto e um mercado de trabalho dinâmico, com melhores condições de trabalho face a épocas anteriores, e promotor do desenvolvimento do talento. No entanto, este modelo de desenvolvimento não conseguiu eliminar a desigualdade de oportunidades e a pobreza.

Na União Europeia, 21% da população encontra-se em risco de pobreza ou exclusão social. Em Portugal, esse risco afeta aproximadamente 19,7% da população, sendo também um dos países com maior índice de desigualdade da UE. Estas desigualdades têm impactos diretos na saúde física e emocional, na autonomia e na coesão social, perpetuando situações de insegurança e vulnerabilidade.

Responder a estes desafios exige uma transformação centrada nas pessoas. O setor empresarial, através de políticas de empregabilidade que promovem o bem-estar, e a inclusão e a diversidade das equipas podem ser um agente de mudança. É esta força que empresas comprometidas com a sustentabilidade têm usado, com impacto positivo para as pessoas e para a organização.

#### O Nosso Papel na Mudança

Na LEROY MERLIN, acreditamos que colaboradores valorizados e seguros impulsionam a produtividade e a retenção de talentos. Sabemos que equipas motivadas buscam ambientes inclusivos, humanizados e com oportunidades reais de crescimento para cumprir a sua missão.

Nossa estratégia de RH edifica uma cultura human-first, conectando pessoas felizes e competentes aos desafios do negócio e da comunidade. Trabalhamos diariamente para garantir bem-estar, saúde e segurança, respeitando sempre a individualidade de cada um.

Com uma gestão transparente e próxima, defendemos a diversidade e a igualdade de oportunidades. Promovemos a escuta ativa e o reconhecimento, oferecendo programas de formação contínua que asseguram profissionais especializados e preparados para o futuro.

#### Indicadores do País e do Mundo

**29% dos trabalhadores na UE relatam sofrer de stress, depressão ou ansiedade**

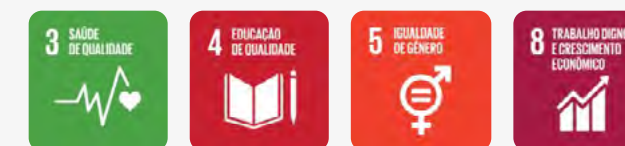
**19,7% da população de Portugal encontra-se em risco de pobreza ou exclusão social**

Fontes adicionais sugeridas:  
**Relatório 2025: Pobreza e exclusão Social em Portugal**

**Inquérito Europeu sobre as Condições de Trabalho**

Indicadores	A nossa evolução				Onde queremos chegar
	2023	2024	2025 Onde estamos	24-25 Progresso	2027
Promoções internas (%)	-	-	50,5%	-	-
eNPS	45	50	61	+22%	<b>50</b>
Horas de formação por Colaborador (N.º)	59	61	60,3	-1,1%	<b>40</b>
Mulheres com cargos de direção estratégicos (%)	34,6%	35,2%	36,5%	+1,3%	<b>40%</b>
Índice de frequência de acidentes	11,11	6,69	6,2	-7,3%	<b>5</b>

ODS



“

**DENTRO DE PORTAS**

**Ana Correia**  
Diretora de Desenvolvimento Humano e Organizacional



Acredito que o nosso sucesso na LEROY MERLIN nasce de pessoas felizes e valorizadas. Num mundo marcado por desigualdades, assumo o compromisso de tornar a nossa “casa” um refúgio de inclusão e bem-estar. Não se trata apenas de indicadores, como o nosso eNPS crescente, mas de garantir que cada colaborador se sinta seguro e com oportunidades reais de crescer. O meu papel é liderar com transparência e proximidade, assegurando que estamos todos preparados e motivados para impactar positivamente o negócio e a nossa comunidade.



## 2.1 DESENVOLVIMENTO HUMANO

### 2.1.1 Compromisso Interno

#### E-NPS Iniciativas chave da Casa: estratégia em ação

##### Programa Soma Bem-estar - Cuidar para crescer

**Cuidamos das nossas pessoas de forma holística, promovendo equilíbrio e bem-estar.**

O Programa SOMA Bem-Estar mantém-se em 2025 como uma iniciativa estruturante, para promover o bem-estar físico, mental, financeiro e social dos colaboradores, através de uma abordagem holística e centrada nas suas necessidades reais. A iniciativa abrange 100% dos nossos colaboradores.

O bem-estar é um pilar estratégico na LEROY MERLIN, assumindo um papel central na criação de um ambiente de trabalho saudável, equilibrado e sustentável, com impacto direto na motivação, no envolvimento e no desempenho das nossas pessoas.

O programa assenta numa abordagem holística, organizada em cinco pilares fundamentais: Físico, Mental, Financeiro, Estilo de Vida e Segurança.

Em 2025, continuámos a fazer evoluir o programa como resultado da escuta ativa das nossas pessoas e das aprendizagens feitas com os ciclos anteriores do programa. Embora existam áreas de foco prioritárias, mantemos um conjunto diversificado de iniciativas

em cada um dos pilares, assegurando uma resposta equilibrada às diferentes dimensões do bem-estar e às necessidades reais dos colaboradores.

Através do SOMA Bem-Estar, reforçamos o nosso compromisso em cuidar das nossas pessoas de forma consistente e estruturada, promovendo o equilíbrio entre a vida pessoal e profissional e contribuindo para um ambiente de trabalho mais saudável, sustentável e centrado nas pessoas.

##### Ser Líder 2.0 - Liderar com Impacto

**Reforçamos uma liderança consciente, consistente e centrada nas pessoas.**

O Ser Líder 2.0 é uma iniciativa focada no reforço da qualidade da nossa liderança, promovendo uma cultura de melhoria contínua e alinhamento com os referenciais do Grupo ADEO.

A iniciativa resulta da recolha de feedback das equipas relativamente aos seus líderes diretos, permitindo identificar pontos fortes, oportunidades de desenvolvimento e áreas de evolução na prática diária da liderança.



Com base neste feedback, foram identificadas e recuperadas boas práticas de managers, que passam a ser partilhadas e valorizadas como referência interna, promovendo a aprendizagem entre pares e a consistência nas práticas de liderança.

Para os managers mais recentes, esta iniciativa, teve também como foco a divulgação e o reforço do Referencial de Liderança do Grupo ADEO, assegurando um alinhamento claro desde o início do percurso de liderança, com a criação de uma base comum de princípios, diretrizes e comportamentos.

Com o Ser Líder 2.0, reforçamos uma liderança mais consciente, coerente e orientada para as pessoas, promovendo equipas mais envolvidas, autónomas e alinhadas com a cultura e os valores da organização.



## 2.1 DESENVOLVIMENTO HUMANO

### 2.1.1 Compromisso Interno

#### E-NPS

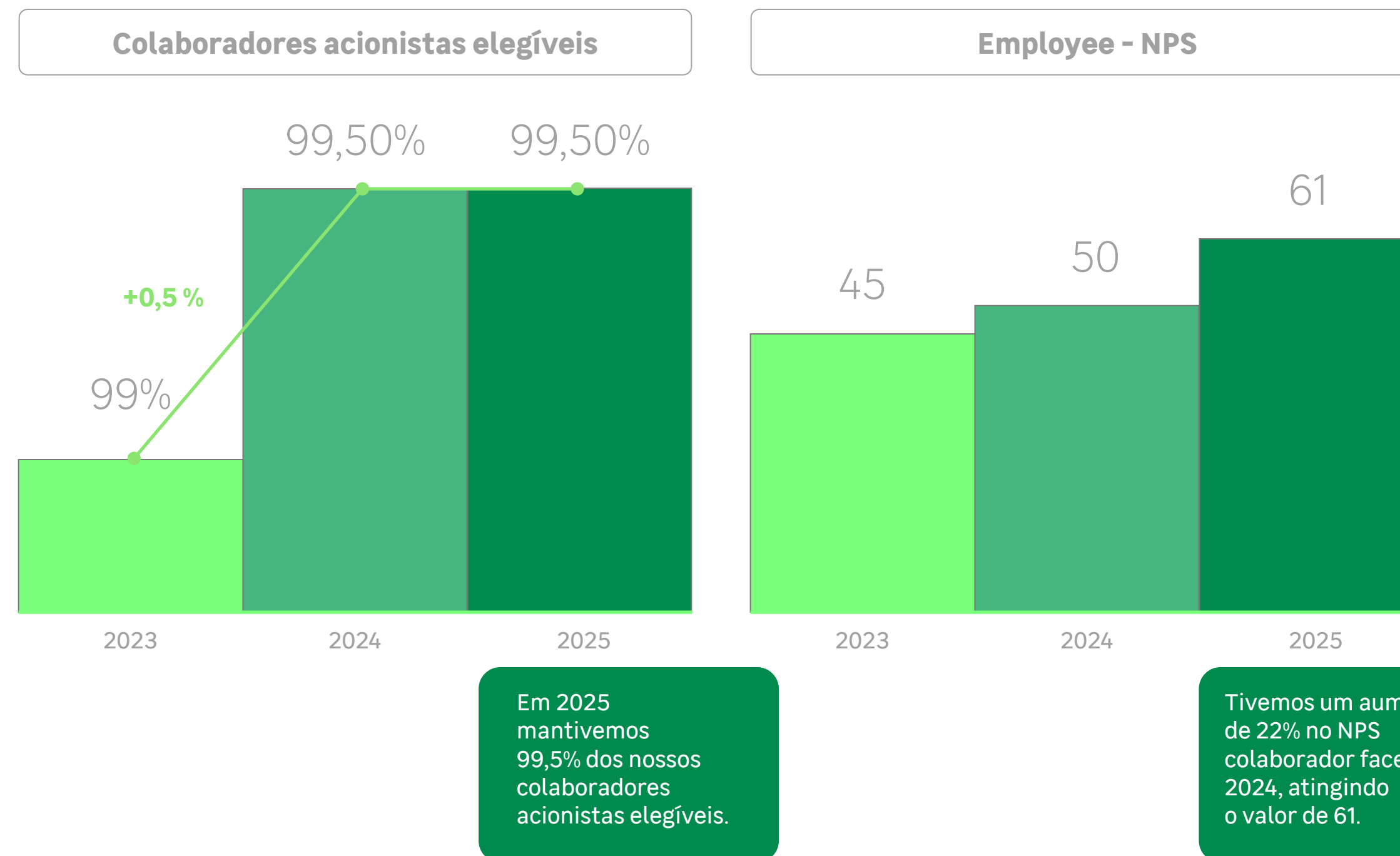
#### Let's Move - Carreiras em movimento

Capacitamos colaboradores a gerir a sua carreira com autonomia e clareza.

Organizamos o programa Let's Move, uma iniciativa dedicada ao desenvolvimento de carreira, com foco no reforço da literacia sobre os movimentos de carreira dentro da organização.

O programa pretende capacitar os colaboradores com informação clara e acessível sobre as diferentes possibilidades de evolução profissional, promovendo uma maior autonomia na gestão do seu percurso.

O programa, que decorreu ao longo de várias semanas, ajudou as equipas a conhecerem-se melhor, explorarem novas áreas e desenharem o seu plano de desenvolvimento. Incluiu momentos de inspiração, partilha e crescimento, com workshops, career advising e testemunhos de colegas que mostraram que o percurso de crescimento profissional deve ser, acima de tudo, um caminho autêntico.



**Destques**

**99,5%** de Colaboradores acionistas

**61** no E-NPS

**Onde vamos estar focados em 2026**

- Reforçar o tema de bem-estar mental dos nossos colaboradores
- Trabalhar de forma mais estruturada o papel de um líder/manager



## 2.1 DESENVOLVIMENTO HUMANO

### 2.1.1 Compromisso Interno

#### Segurança

#### Iniciativas chave da Casa: estratégia em ação

##### Certificação de 24 estabelecimentos pela ISO 45001

##### **Garantimos ambientes de trabalho seguros, saudáveis e sustentáveis para todos.**

Certificamos 24 estabelecimentos segundo a norma ISO 45001, reforçando de forma estruturada a nossa cultura de Segurança e Saúde no Trabalho.

Esta certificação representa um marco relevante na consolidação de ambientes de trabalho mais seguros, saudáveis e sustentáveis, em alinhamento com os princípios e referenciais do Grupo ADEO.

A implementação do Sistema de Gestão de Segurança e Saúde no Trabalho permitiu-nos fortalecer a prevenção de acidentes e doenças profissionais, promovendo uma abordagem transversal, integrada e orientada para a melhoria contínua. Este sistema vai além do cumprimento legal, assegurando processos consistentes de identificação, avaliação e mitigação de riscos em todas as nossas operações.

O processo de certificação envolveu o compromisso ativo das diferentes áreas da organização, refletindo a nossa convicção de que a segurança é uma responsabilidade partilhada. A certificação ISO 45001, atribuída por uma entidade externa acreditada,

evidencia o rigor e a maturidade do sistema implementado e reforça a integração da segurança nas decisões operacionais e no dia a dia das nossas equipas.

##### Destaques



**24**  
estabelecimentos certificados ISO 45001 em 2025

##### Dinamização de Segurança Integrada (Global, Comum e Local)

##### **A segurança é responsabilidade de todos, presente em cada decisão e operação.**

Reforçamos a nossa cultura de segurança através de uma abordagem integrada em três níveis — Global, Comum e Local — que torna a prevenção uma responsabilidade transversal a toda a organização. Enquanto o nível Global assegura o alinhamento estratégico, a dimensão Comum foca-se nas Zonas de Vida com o apoio dos Diretores de Loja, e o nível Local garante a proximidade operacional em cada unidade e plataforma logística.

Este modelo permite integrar a segurança na gestão diária, promovendo a identificação ágil de riscos e a definição de planos de ação coletivos. Ao envolver todos os níveis da estrutura, os Comitês de Segurança consolidam uma cultura participada e eficaz, essencial para a redução da sinistralidade e a melhoria contínua das condições de trabalho.

##### Destaques



**6,2**  
Índice de frequência de acidentes

##### Implementação de um plano de saúde integrado

Implementamos um plano de saúde integrado e preventivo que prioriza a literacia, a saúde mental e o acompanhamento multidisciplinar, refletindo a nossa cultura Human First. Em 2025, reforçamos este compromisso através da expansão do podcast #CuidaBem e da adesão ao Pact for Mental Health in the Workplace, promovendo um ambiente de trabalho mais equilibrado, sustentável e consciente.

O plano oferece suporte em diversas especialidades, como psicologia, psiquiatria e fisioterapia, articuladas com a medicina do trabalho. Esta análise integrada de dados e riscos psicossociais permite um acompanhamento personalizado e eficaz, garantindo que o bem-estar físico e psicológico das nossas pessoas seja gerido de forma estratégica e transversal a toda a organização.

##### Onde vamos estar focados em 2026:

- Continuação dos planos de prevenção da sinistralidade, do plano de prevenção da logística, do plano de prevenção de risco das pessoas com deficiência e das campanhas de segurança e saúde no trabalho;
- Continuação da Dinamização Integrada de Segurança
- Consolidação e Expansão da Certificação ISO 45001. Alargar a certificação a 21 novos estabelecimentos (total de 45 sites);
- Consolidação do plano de saúde integrado com o objetivo da prevenção de doenças profissionais e outras;



## 2.1 DESENVOLVIMENTO HUMANO

### 2.1.1 Compromisso Interno

#### Estabilidade

#### Iniciativas chave da Casa: estratégia em ação

### Colega Mudei-te a Casa - Habitação que Transforma Vidas

**Apoiamos colegas em fragilidade habitacional, tornando as suas casas mais seguras e acolhedoras.**

A iniciativa “Colega, Mudei-te a Casa” apoia colaboradores em situação de maior fragilidade habitacional, através de intervenções nas suas casas e de um modelo de comparticipação financeira até 75% das obras.

Acreditamos que o equilíbrio e a motivação das nossas pessoas no trabalho estão ligados à forma como vivem fora dele. Sabemos também que as condições da habitação têm um impacto direto na qualidade de vida e, conseqüentemente, no bem-estar físico, emocional e profissional. Por isso, continuamos empenhados em apoiar colegas que se encontram em contextos de maior fragilidade habitacional, contribuindo para criar soluções que melhorem o seu dia a dia, nas suas casas.

É com este propósito que em 2025 demos continuidade à iniciativa “Colega, Mudei-te a Casa”, um projeto que traduz o nosso compromisso em cuidar das nossas pessoas de forma próxima e responsável, promovendo soluções concretas nas suas habitações, que fazem a diferença no seu quotidiano.

Em 2025, mantivemos o alcance desta iniciativa, apoiando 14 projetos de remodelação, com foco em intervenções específicas nas habitações dos colaboradores, ajustadas às necessidades mais urgentes identificadas.

Mantemos o modelo de apoio financeiro que prevê a comparticipação de até 85% do valor das obras, com um limite máximo de 4 000€, ficando os restantes 15% a cargo do colaborador. Este enquadramento permite assegurar um apoio significativo, equilibrando a sustentabilidade da iniciativa com a realidade económica da empresa.

#### Destaques

**14**  
projetos implementados, em 2025, no âmbito do Programa Colega Mudei-te a Casa, melhoram as condições de habitabilidade

**56 000 Euros**  
investido em 2025 no Programa Colega Mudei-te a Casa



### Alargamento de benefícios sociais - Investir em Crescimento

**Damos aos colaboradores autonomia para converter prémios em desenvolvimento profissional e formação contínua.**

Em 2025, alargámos os benefícios sociais para os nossos colaboradores, com a introdução de um incentivo à formação profissional, permitindo a conversão de prémios trimestrais em investimento em desenvolvimento, com vantagem fiscal.

Na LEROY MERLIN continuamos a reforçar a nossa aposta num modelo de benefícios sociais mais abrangente, flexível e ajustado às diferentes realidades das nossas pessoas. Acreditamos que a valorização dos colaboradores passa por oferecer soluções que respondam às suas necessidades individuais, promovendo simultaneamente o bem-estar, o desenvolvimento pessoal e a eficiência financeira.

Em abril de 2025, damos mais um passo nesta evolução com o alargamento dos benefícios disponíveis, e a introdução de um novo benefício focado na formação profissional. Com ele, os colaboradores têm a possibilidade de converter os prémios trimestrais em investimento na sua própria formação, beneficiando de um regime fiscal mais vantajoso, uma vez que este benefício não tem impacto em sede de IRS.



## 2.1 DESENVOLVIMENTO HUMANO

### 2.1.1 Compromisso Interno

#### Estabilidade

Cada colaborador opta entre receber o prêmio, sujeito a tributação, ou direcionar esse valor para o seu desenvolvimento profissional. Desde abril de 2025, 6 colaboradores já aderiram a este benefício, refletindo o interesse crescente em soluções que conciliam valorização financeira e desenvolvimento profissional.

Através desta medida, reforçamos o nosso compromisso em criar um pacote de benefícios flexível, e promotor de um ambiente de trabalho que valoriza o bem-estar, a aprendizagem contínua e o crescimento das nossas pessoas.

#### Voucher Somamos + Valor e Natal - Apoio que Conta

**Oferecemos suporte financeiro em momentos-chave, facilitando escolhas e reduzindo preocupações do dia a dia.**

Em 2025, a LEROY MERLIN manteve a atribuição do Voucher Somamos + Valor, no montante de 100€, apoiando os colaboradores em períodos de maior pressão financeira, como o regresso às aulas e o Natal.

Com o objetivo de continuar a apoiar as nossas pessoas em períodos do ano que representam um maior esforço financeiro, como o regresso às aulas e a antecipação da época natalícia, damos continuidade em 2025 à iniciativa “Voucher | Somamos + Valor”.

Este apoio traduz-se na atribuição de 100€ por colaborador elegível, disponibilizados através da plataforma SOMA Vantagens, em formato de voucher digital. Este modelo permite maior flexibilidade na utilização do benefício, dando a cada colaborador a possibilidade de escolher quando e onde utilizar o valor, de acordo com as suas necessidades e preferências pessoais.

Através desta iniciativa, reforçamos a nossa aposta em benefícios mais personalizados e ajustados às diferentes realidades das nossas pessoas, promovendo soluções simples, práticas e relevantes no apoio à gestão do orçamento familiar.

#### Destaques

**81%**  
Cultura  
da Partilha

**67%**  
Satisfação com Iniciativas  
de Bem-Estar Global





## 2.1 DESENVOLVIMENTO HUMANO

### 2.1.1 Compromisso Interno

#### Desenvolvimento

#### Iniciativas chave da Casa: estratégia em ação

##### Capacitar para Ir Mais Longe: Como gerimos o tema

**Na LEROY MERLIN Portugal, seguimos uma cultura de partilha do saber, incentivando cada colaborador a assumir a responsabilidade pelo seu próprio desenvolvimento, identificando as áreas que precisa ou deseja evoluir e alinhando-as com os desafios da sua missão.**

O desenvolvimento individual assenta no Plano de Desenvolvimento Individual (PDI), com o referencial do Modelo de aprendizagem 70-20-10: 10% formação formal (teórica), 20% aprendizagem social (acompanhar projetos e aprender com outros) e 70% prática no trabalho (on the job). O PDI segue um processo claro: no momento de Preparar o Futuro do Ciclo de Gestão de Talento, o colaborador identifica as ações que deseja realizar tendo como orientação os percursos formativos referenciais da sua missão e a avaliação de desempenho (soft skills prioritárias a desenvolver); O PDI é validado/ajustado com o Manager e o colaborador é responsável por se inscrever e realizar as ações identificadas (com apoio do Manager).

Disponibilizamos uma plataforma de formação com milhares de cursos segmentados por competências, incluindo modalidades on the job, presenciais e digitais,

abrangendo desde gestão de tempo e inteligência emocional até primeiros socorros psicológicos e mindfulness. Os colaboradores podem inscrever-se diretamente ou sugerir cursos adicionais ao manager, garantindo autonomia e flexibilidade.

O desenvolvimento também é orientado pelas necessidades estratégicas da empresa e das áreas, assegurando que a aprendizagem contribua para a performance do negócio. Dependendo da missão, são sugeridas formações técnicas e comportamentais adequadas.

A cultura da partilha do saber é animada continuamente pelos pilares culturais da empresa, pelo Desafio Humano e pelos Comitês da Partilha dos diversos sites. Durante os períodos de avaliação, os colaboradores são incentivados a refletir sobre os seus objetivos, definir o PDI e assumir a responsabilidade pelo seu crescimento, com o apoio dos managers que fazem follow-up regular.

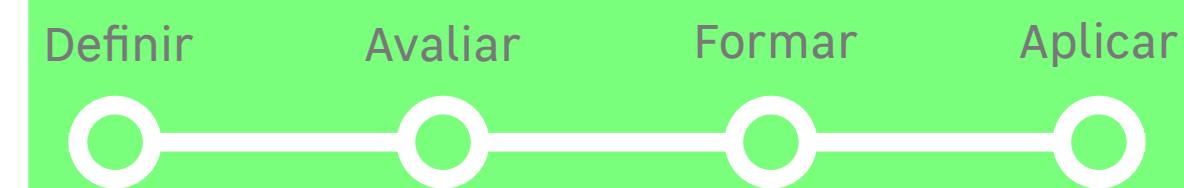
A formação está organizada em Escolas e Academias especializadas para cobrir todas as áreas do negócio:

- Escola corporativa: Academia ADEO e Cultura, Academia Compliance e Jurídico, Academia de Cibersegurança, Academia SST (Segurança e Bem-Estar no Trabalho)

- Escola de Negócio (Academia de Comércio, Academia Supply, Academia Serviços e Relação cliente)
- Escola de Liderança (Academia de Liderança Individual, Academia de Liderança de Pessoas, Academia de Liderança Técnica)

Com esta abordagem, promovemos uma cultura de aprendizagem contínua e partilha de saber, garantindo que cada colaborador evolua de forma estruturada, alinhada com as necessidades do negócio e com os seus objetivos individuais.

##### PDI (Plano de Desenvolvimento Individual)



##### Programa HIPO: Sucessão Executiva e Liderança do Futuro

**Preparamos líderes de alto potencial para os desafios do futuro.**

O Programa HIPO identifica e desenvolve talento de elevado potencial para assegurar a sucessão de funções executivas críticas, incluindo cargos do COMEX combinando um percurso intensivo de desenvolvimento com desafios estratégicos locais, preparando líderes para os desafios futuros do negócio.

Na LEROY MERLIN, o Programa HIPO é uma iniciativa estratégica essencial para assegurar a continuidade da liderança e a sustentabilidade do negócio, através da identificação e preparação de talento com elevado potencial para assumir funções executivas críticas no futuro.

Este programa tem como foco a identificação de sucessores para cargos executivos, nomeadamente para funções do Comité Executivo (COMEX), garantindo que a organização dispõe, de forma antecipada, de líderes preparados para responder aos desafios presentes e futuros.



## 2.1 DESENVOLVIMENTO HUMANO

### 2.1.1 Compromisso Interno

#### Desenvolvimento

Trata-se de uma iniciativa de âmbito global do Grupo ADEO, que proporciona aos participantes um percurso de desenvolvimento exigente e estruturado. Um dos pilares do programa é a participação no percurso intensivo “Shape Your Potential”, orientado para o reforço de competências de liderança, visão estratégica, capacidade de influência e tomada de decisão.

Paralelamente à componente global, o Programa HIPO é igualmente trabalhado a nível local, através de ações de formação direcionadas e da participação em desafios estratégicos da organização, permitindo a aplicação prática das aprendizagens e um contato direto com temas críticos do negócio.

#### **Programa 5\*: Excelência Comercial e Desenvolvimento das Equipas**

##### **Capacitamos equipas para excelência comercial e foco no cliente.**

O Programa 5\* foi desenvolvido com o objetivo de reforçar as competências comerciais de venda, atuando de forma transversal sobre 100% do coletivo de negócio. Esta iniciativa assume um papel estruturante no desenvolvimento das equipas, garantindo uma abordagem consistente e alinhada com o modelo de venda da LEROY MERLIN.

O programa assenta numa forte componente de formação, focada no desenvolvimento de competências comerciais essenciais, assegurando que todos os colaboradores dispõem das ferramentas necessárias para uma venda mais eficaz, orientada para o cliente e para a criação de valor.

Complementarmente, o Programa 5\* integra uma vertente robusta de coaching, com um papel ativo dos managers no acompanhamento individual dos colaboradores. Este acompanhamento incide sobre os gestos de venda no terreno, promovendo a melhoria contínua.

Adicionalmente, o programa inclui um assessment de competências e do perfil de vendedor que a LEROY MERLIN Portugal procura desenvolver, permitindo identificar pontos fortes, oportunidades de evolução e alinhar expectativas entre colaboradores, managers e negócio.

Com esta iniciativa, reforçamos uma cultura de excelência comercial, aprendizagem contínua e acompanhamento próximo, assegurando equipas mais capacitadas, confiantes e preparadas para responder aos desafios do negócio.

#### Onde vamos estar focados em 2026

- Vamos focar no desenvolvimento de competências de managers e para vendas;
- Implementar programa de mentoring para impulsionamento do processo de desenvolvimento dos colaboradores.





## 2.1 DESENVOLVIMENTO HUMANO

### 2.1.1 Compromisso Interno

#### Diversidade

#### Iniciativas chave da Casa: estratégia em ação

##### Mulheres Manager: Desenvolvimento de Liderança e Diversidade

O programa Mulheres Manager promove o desenvolvimento e aceleração do talento feminino, preparando mulheres para funções de gestão e reforçando o equilíbrio de gênero nas lideranças em loja.

Na LEROY MERLIN acreditamos que o desenvolvimento contínuo das nossas pessoas é fundamental para construir lideranças fortes, preparadas e alinhadas com os desafios do futuro. É com esta convicção que lançamos o Mulheres Manager, uma iniciativa focada no desenvolvimento e aceleração do potencial de mulheres para assumirem funções de gestão e liderança em loja.

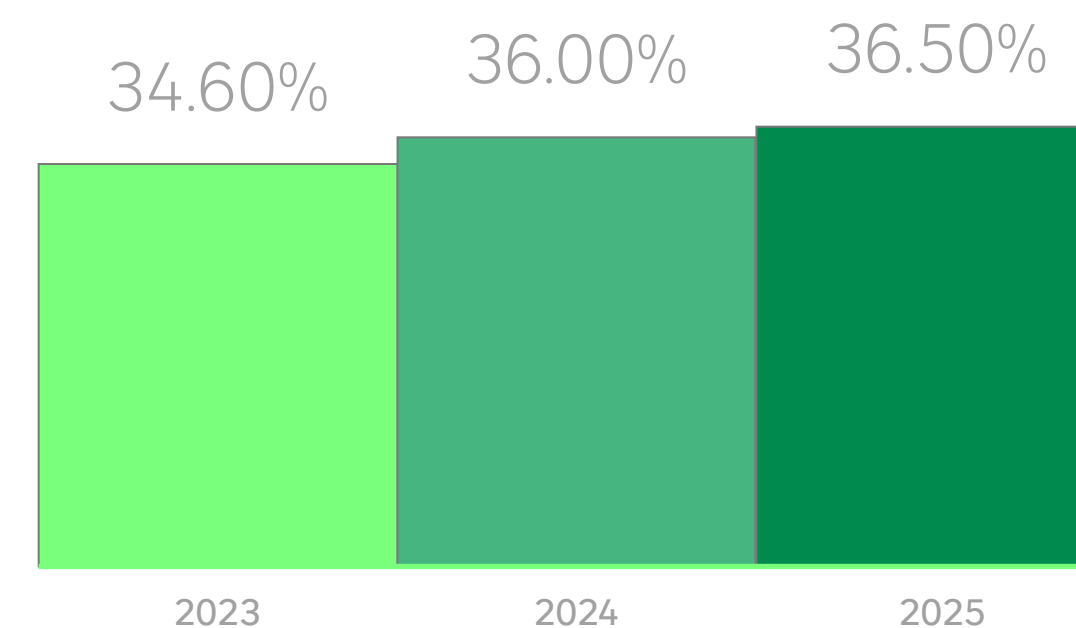
Este programa tem como principal objetivo reforçar o pipeline de talento feminino, preparando mais mulheres para desafios de maior responsabilidade e contribuindo para um maior equilíbrio de gênero nas estruturas de liderança. Atualmente, 20 mulheres integram esta edição do programa, refletindo a nossa aposta clara no desenvolvimento interno e na valorização do talento existente.

O programa Mulheres Manager decorre entre outubro de 2025 e maio de 2026, num formato maioritariamente online, complementado por uma sessão inicial presencial que promove a proximidade, a partilha de experiências e a criação de uma rede de apoio entre as participantes. Ao longo do programa, são trabalhadas competências-chave para a liderança, como a confiança, a inteligência emocional, a comunicação, a liderança, a tomada de decisão e o autoconhecimento.

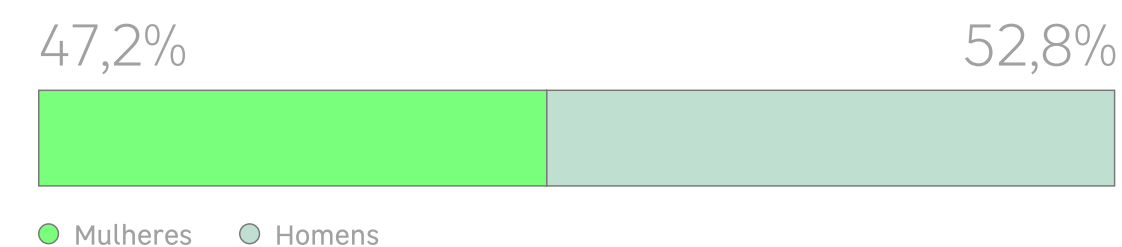
Com esta iniciativa, continuamos a investir num desenvolvimento mais inclusivo e estruturado, criando oportunidades reais de crescimento e contribuindo para a construção de equipas de liderança mais diversas, preparadas e alinhadas com os valores da LEROY MERLIN.

Com a nossa aposta na diversidade e inclusão dos nossos colaboradores, em 2025 assistimos a um aumento de mulheres em cargos de liderança estratégica, com um total de 36,5%. Isto traduz-se num aumento de 1,3 p.p. face a 2024.

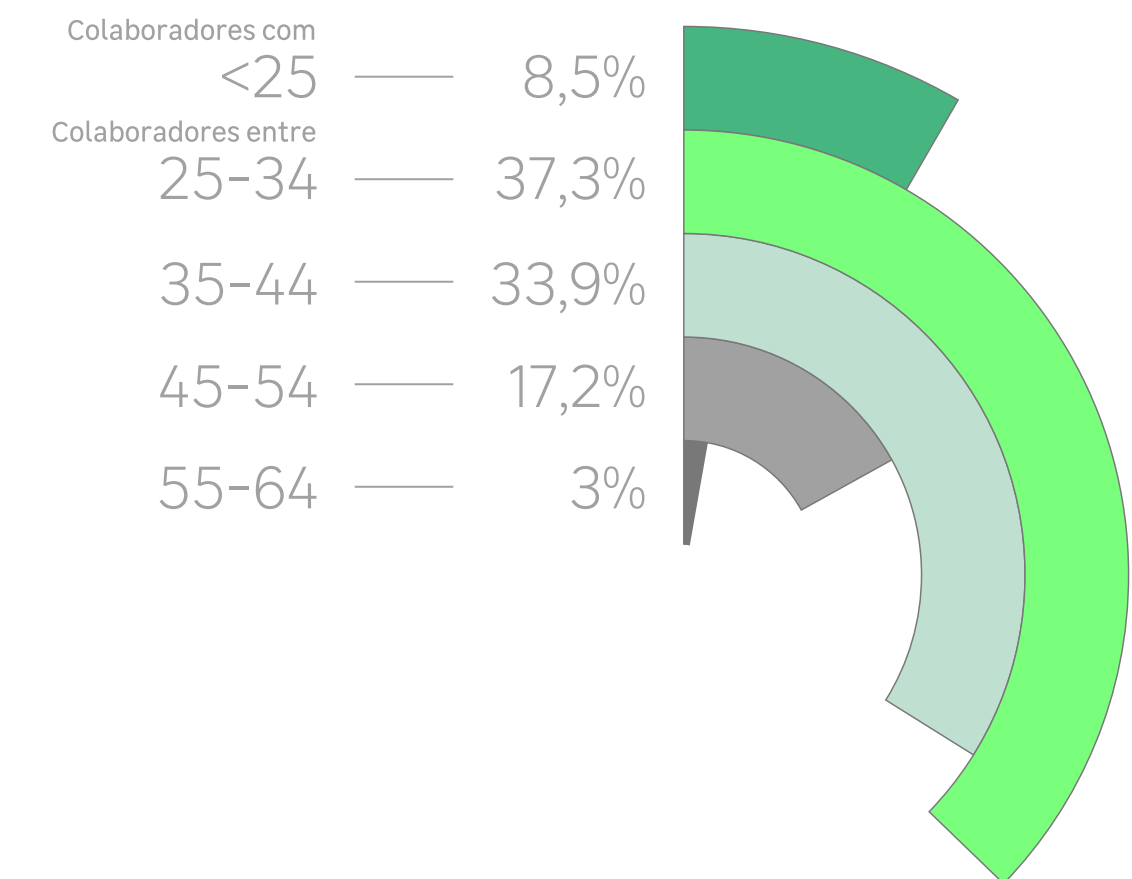
##### Mulheres em cargos de liderança estratégica



##### Gênero



##### Idades





## 2.1 DESENVOLVIMENTO HUMANO

### 2.1.2 Satisfação do Cliente

#### O Contexto que Nos Envolve

A satisfação do cliente atual está profundamente influenciada por consumidores cada vez mais conscientes das escolhas que fazem e das consequências dessas escolhas. Na União Europeia, muitos consumidores reconhecem e utilizam critérios de eficiência e sustentabilidade nas suas decisões de compra: segundo a Agência Europeia do Ambiente, 75% dos consumidores afirmam que o rótulo energético influenciou as suas escolhas ao comprar eletrodomésticos nos últimos cinco anos, refletindo a importância dada à eficiência e ao desempenho do produto na perspectiva de custo e impacto ambiental.

Ao mesmo tempo, 65% dos cidadãos na UE reconhecem a importância de práticas sustentáveis e estão dispostos a pagar mais por produtos que respeitem princípios ambientais, evidenciando uma tendência crescente de consumo responsável baseada em consciência ecológica e impacto social.

Estas tendências mostram que critérios como qualidade, durabilidade, eficiência, menor impacto ambiental e responsabilidade social estão cada vez mais presentes na avaliação de produtos e serviços. A satisfação do cliente, assim, está diretamente ligada não apenas ao desempenho funcional do produto, mas também ao seu alinhamento com valores conscientes e sustentáveis, refletindo uma nova forma de medir valor que vai além do preço, integrando impacto ambiental, transparência e ética nas escolhas do dia a dia.

#### Indicadores do País e do Mundo

[66% dos portugueses valorizam explicitamente consumo ético e sustentável na escolha de marcas](#)

[75% dos consumidores da UE afirmam que o rótulo energético influencia as suas decisões de compra de eletrodomésticos](#)

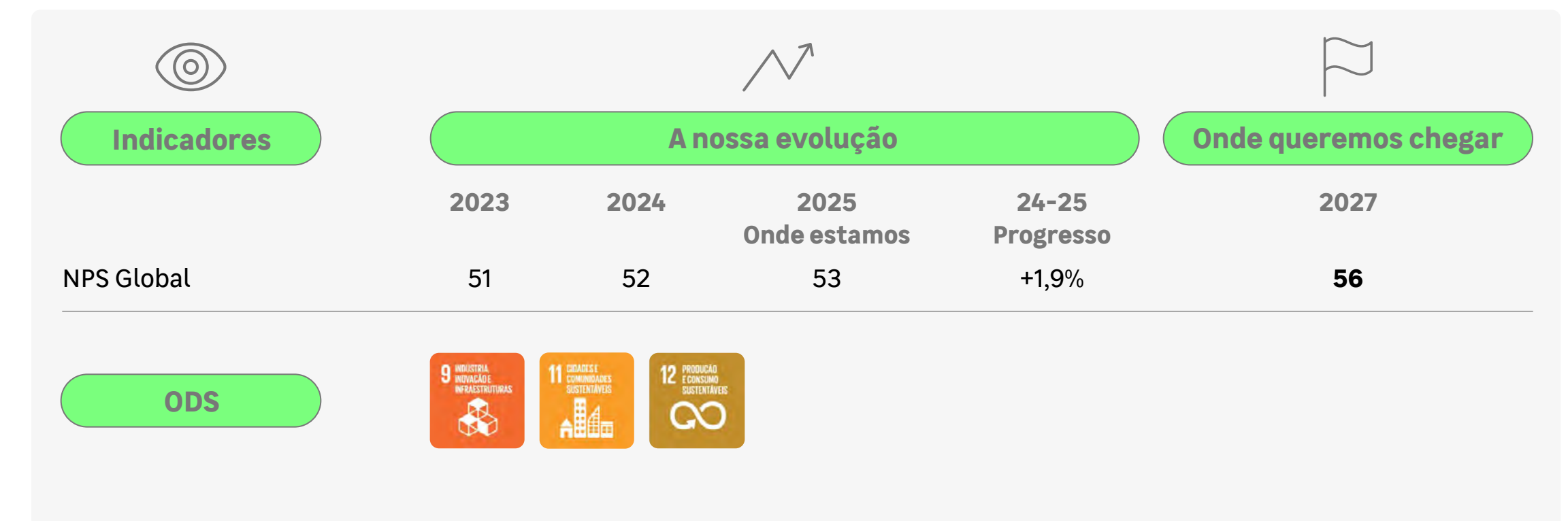
[77% das empresas inquiridas no estudo Consumer Products and Retail: How sustainability is fundamentally changing consumer preferences, referiram que a sustentabilidade promove o aumento do nível de fidelização dos clientes](#)

Fontes adicionais sugeridas: [Research How Sustainability is changing consumer preferences](#)

#### O Nosso Papel na Mudança

Na LEROY MERLIN, reconhecemos que a satisfação do cliente passa por mais do que simplesmente oferecer produtos - envolve capacitar as pessoas com conhecimento, clareza e ferramentas que lhes permitam fazer escolhas informadas e conscientes. Para isso, a nossa abordagem integra diversas pedagogias dedicadas ao cliente e à comunicação transparente de informação, tanto online como nas lojas físicas.

Complementarmente, investimos em soluções digitais e tecnológicas que enriquecem a experiência de compra e tornam a comunicação de produtos mais intuitiva e educativa. A integração de etiquetas eletrônicas inteligentes, geolocalização de produtos e descrições enriquecidas na aplicação móvel permite aos clientes navegar facilmente pelas opções, comparar características e obter recomendações personalizadas em loja e online.





## 2.1 DESENVOLVIMENTO HUMANO

### 2.1.2 Satisfação do Cliente

#### NPS Cliente

#### Iniciativas chave da Casa: estratégia em ação

##### Projeto E2E Delivery e Comunicação Proativa

**Reforçamos a experiência de entrega com uma visão integrada e comunicação proativa ao longo de toda a jornada do cliente.**

Os insights de cliente identificaram oportunidades claras de melhoria na jornada de entregas, e na comunicação associada a todo o processo. Sabendo que a entrega representa o culminar da experiência de compra, iniciada no momento da criação do pedido e concluída com a satisfação do cliente, foi criado, em 2025, o Projeto E2E Delivery, com o objetivo de garantir uma visão holística e integrada de toda a jornada.

Dirigido a clientes com entrega ao domicílio, recolha em loja (Click & Collect) ou serviço de instalação, este projeto procura assegurar que o cliente se mantém informado de forma clara, atempada e proativa em todas as etapas do processo. A iniciativa assenta na monitorização contínua de KPIs críticos da jornada E2E, permitindo alocar esforços nos momentos em que a jornada está mais fragilizada.

Enquanto programa contínuo e prioridade estratégica também para 2026, o Projeto E2E Delivery contribui diretamente para o aumento do NPS Global, do NPS de Entregas e Instalações.

Ao garantir entregas sem falhas e comunicação transparente, reforçamos o nosso compromisso com a excelência operacional e com uma experiência de cliente diferenciadora, alinhada com os objetivos estratégicos da LEROY MERLIN Portugal.

##### Experiência em Loja – Excelência no Momento da Compra

**Reforçamos a jornada em loja para potenciar a satisfação e a recomendação dos nossos clientes.**

A experiência de compra em loja é um dos principais motores da recomendação global da marca. O NPS Loja apresenta uma correlação direta e significativa com o NPS Global, tornando-se um eixo estratégico prioritário.

Com este enquadramento, reforçamos, em 2025, a aposta na melhoria da experiência presencial, colocando o foco na proximidade às equipas e na atuação concreta sobre os principais pontos de dor identificados pelos clientes.

Dirigida a todos os clientes que frequentam as nossas lojas, esta iniciativa centra-se na jornada de compra e na qualidade da interação em momentos-chave, como o atendimento e o pagamento. Através de uma nova missão com acompanhamento regional às lojas, promovemos

uma atuação mais próxima e estruturada, garantindo leitura contínua de indicadores e implementação de planos de ação ajustados à realidade de cada contexto. Enquanto programa anual, esta iniciativa contribui diretamente para o aumento do NPS Global, reforçando a consistência da experiência em loja e consolidando a recomendação da LEROY MERLIN Portugal.

##### Melhoria da Experiência de Recolha de Mercadorias

**Tornamos a recolha em loja mais simples, fluida e eficiente, reduzindo tempos de espera e reforçando a satisfação.**

A jornada de Recolha de Mercadorias assume um papel determinante na perceção final da experiência de compra. Sendo um momento de contacto direto e imediato com o cliente, tem impacto relevante no NPS Click & Collect. Com o objetivo de continuar a elevar este indicador, reforçamos o foco na criação de uma experiência mais seamless, com especial atenção à redução do tempo de espera.

Dirigida a todos os clientes que optam pela recolha em loja, esta iniciativa integra um conjunto de ações estruturadas para otimizar o processo. Entre as principais medidas implementadas destacam-se a separação física e operacional entre recolhas e devoluções, a promoção da utilização de cacifos para recolha autónoma e melhorias no

sistema de senhas, ao nível da usabilidade e da introdução de novas funcionalidades. Foram igualmente ativadas taskforces dedicadas em lojas com desempenho inferior, com planos de ação específicos e acompanhamento próximo.

Trata-se de um programa anual, composto por iniciativas com ciclos de implementação distintos, permitindo atuar de forma ágil sobre necessidades concretas. A iniciativa contribui diretamente para o aumento do NPS Click & Collect, sendo monitorizada através do tempo médio de espera.

Ao simplificar processos e promover maior autonomia, reforçamos uma experiência de recolha mais eficiente, previsível e alinhada com as expectativas dos nossos clientes.

#### Destaques

**Experiência de cliente mais simples, rápida e consistente.**

**NPS Global - 53**

#### Onde vamos estar focados em 2026

- Continuar a garantir uma experiência de atendimento 5 estrelas
- Promover o apoio ao cliente como suporte à experiência e garantir entregas e recolhas seamless: continuação dos projetos End to End Delivery, Experiência em loja e Recolha de Mercadorias.



## 2.1 DESENVOLVIMENTO HUMANO

### 2.1.2 Satisfação do Cliente

#### Pedagogia do Cliente

#### Iniciativas chave da Casa: estratégia em ação

#### Mãos à Obra + Sustentável

**Inspirámos a comunidade a tornar as suas casas mais sustentáveis.**

O Mãos à Obra + Sustentável é uma iniciativa que promove hábitos mais sustentáveis na comunidade, capacitando as pessoas com conhecimentos práticos para tornar as suas casas mais ecológicas, eficientes e responsáveis. Acreditamos que a sustentabilidade se constrói através de ações concretas, acessíveis e feitas com as próprias mãos.

Entre 23 de maio e 8 de junho, dinamizámos workshops nas nossas lojas e também junto de escolas, lares e associações locais, reforçando o nosso compromisso com a educação, a proximidade à comunidade e a responsabilidade social.

Abordámos temas como eficiência energética, redução de desperdício, reutilização de materiais, gestão sustentável da água, pequenas reparações, revestimentos e soluções ecológicas para pintura, sempre de forma simples e acessível.

A iniciativa foi pensada para envolver diferentes perfis, incluindo famílias, entusiastas da bricolage, adultos experientes, bem como crianças e seniores, promovendo práticas sustentáveis adaptadas às suas necessidades. Com o Mãos à Obra + Sustentável 2025, envolvemos a comunidade de forma participativa, inspirando ações concretas e mostrando que a sustentabilidade pode ser simples, útil e positiva para o ambiente, para a carteira e para o bem-estar em casa.



**A loja de Matosinhos candidatou-se ao Circular Challenge 2025 e trouxe o prémio para Portugal, com o projeto “Mãos à Obra contra o Cancro”.**



#### Campanha de sensibilização para a reciclagem

**Envolvemos os nossos clientes na reciclagem, promovendo hábitos mais responsáveis.**

Desenvolvemos uma Campanha de Sensibilização para a Reciclagem com o objetivo de envolver os nossos clientes na correta gestão dos resíduos dos produtos que comercializamos.

Em Portugal, apesar de serem recicladas grandes quantidades de embalagens (equivalentes, por hora, ao peso de dezenas de animais de grande porte), os níveis de recolha continuam abaixo das metas definidas, o que reforça a importância da sensibilização.

Enquanto empresa que comercializa produtos elétricos e eletrónicos, e uma elevada quantidade de embalagens, assumimos não só a obrigatoriedade legal, mas também a responsabilidade de atuar como agente da mudança para um mundo mais sustentável.

Com esta campanha, reforçamos o posicionamento da LEROY MERLIN como promotora de um habitat mais sustentável e de uma economia circular.

Através de um discurso pedagógico e acessível, sensibilizamos para a correta separação de resíduos, tanto de embalagens como de equipamentos elétricos e eletrónicos. A iniciativa é complementada por uma página dedicada em leroymerlin.pt, onde explicamos onde e como reciclar, apoiando os nossos clientes na adoção de práticas mais responsáveis no dia a dia.

#### Destaques

**628**  
Nº de workshops realizados

**14.477**  
(+18% vs 2024)  
Nº de pessoas formadas em workshops sustentáveis

**26 996**  
Nº total de clientes formados por Workshops Mãos à Obra

**5.413KGs**  
Material reaproveitado



## 2.1 DESENVOLVIMENTO HUMANO

### 2.1.2 Satisfação do Cliente

#### Pedagogia Cliente

#### Fundo Ambiental de Cascais e da Madeira

#### Financiamento de transição energética da casa com o apoio de soluções LEROY MERLIN

Assumimos um papel ativo na comunicação e divulgação de fundos ambientais promovendo soluções mais eficientes que se traduzem em maior poupança para o cliente.

Em 2025, implementámos planos de comunicação omnicanais (em loja e nos canais digitais) para dar a conhecer os apoios disponíveis (Cascais Verde e Programa +Energia) e facilitar esta transição.

#### Cascais Verde

Foi aprovado em decreto-lei o Fundo Verde Cascais, um fundo ambiental municipal que visa apoiar financeiramente as famílias do concelho de Cascais na implementação de medidas de eficiência energética e transição energética em edifícios, habitações e espaços de trabalho. Esta iniciativa contribui simultaneamente para a redução dos custos energéticos das famílias e para a descarbonização do concelho, em alinhamento com os compromissos definidos no Roteiro para a Neutralidade Carbónica Cascais 2050.

Com uma dotação de três milhões de euros, o Fundo Verde Cascais destina-se a pessoas singulares proprietárias, co-proprietárias ou arrendatárias de residência no concelho. Destaca-se por ser o primeiro fundo público ambiental a adotar um modelo de transferência antecipada (ex-ante) para agregados mais carenciados (do 1.º ao 4.º escalão), garantindo que a transição energética é acessível e inclusiva, sem barreiras financeiras à partida.

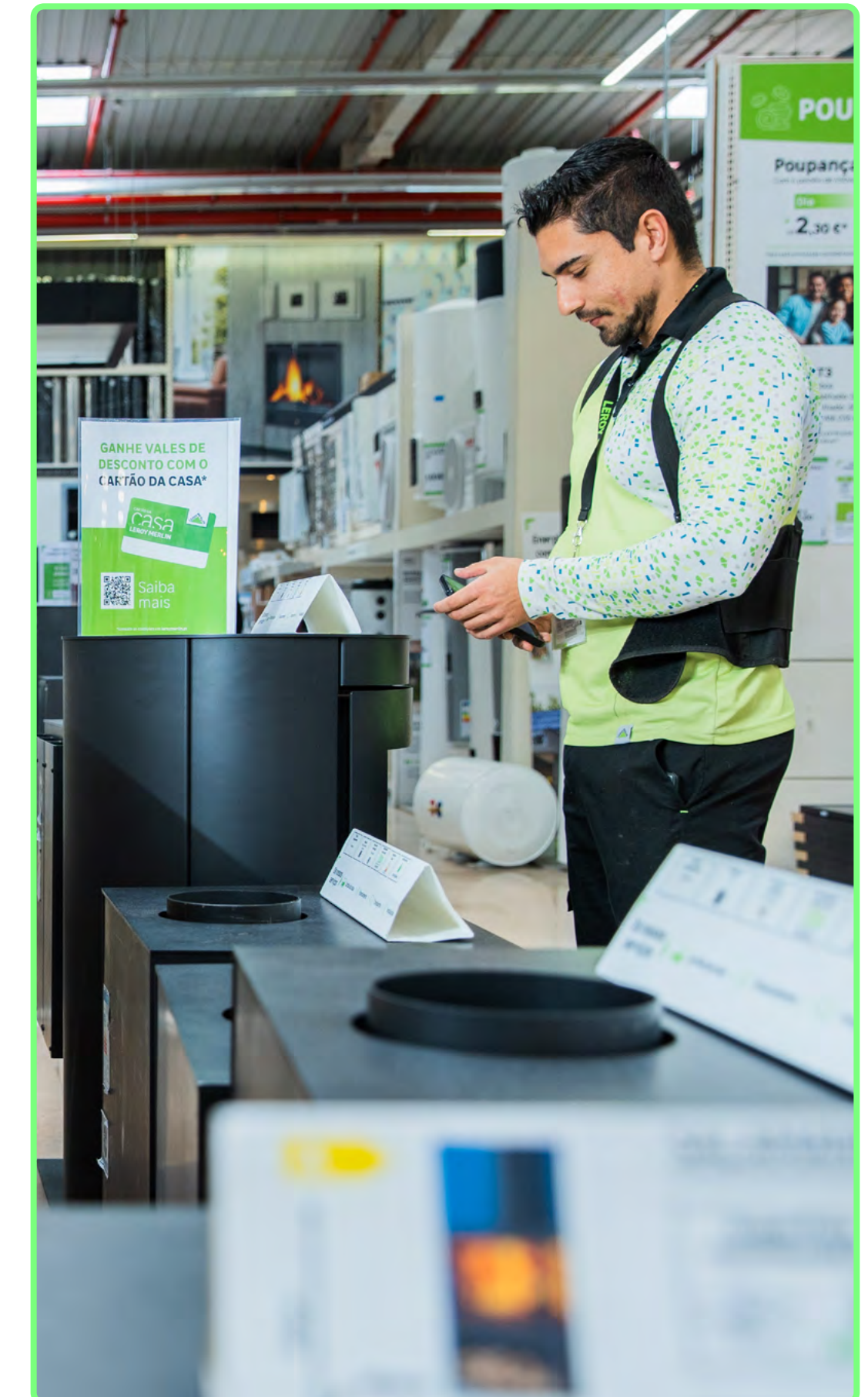
O fundo apoia a instalação de bombas de calor, caldeiras e recuperadores a biomassa, eletrodomésticos mais eficientes, isolamento térmico (coberturas, pavimentos, paredes e portas), janelas eficientes, painéis fotovoltaicos para autoconsumo, sistemas solares térmicos e a substituição de esquentadores a gás por termoacumuladores, promovendo soluções que melhoram o conforto, a eficiência e o desempenho energético das habitações.



**Programa +Energia - Região Autónoma da Madeira**  
O Programa +ENERGIA é uma iniciativa da Direção Regional de Energia da Região Autónoma da Madeira que cria um sistema de incentivos para a produção e armazenamento de energia a partir de fontes renováveis. Com prioridade máxima, o programa pretende acelerar a transição energética, promovendo soluções mais eficientes e sustentáveis.

São elegíveis investimentos em autoconsumo com painéis solares e baterias, produção de águas quentes através de solar térmico, bombas de calor e biomassa, bem como sistemas de aquecimento ambiente, como salamandras.

O +ENERGIA representa uma oportunidade para apoiar os clientes na adoção de soluções energéticas sustentáveis e para dinamizar as vendas, através de comunicação em meios digitais, imprensa local e em loja.





## 2.1 DESENVOLVIMENTO HUMANO

### 2.1.3 Impacto Social Externo

#### O Contexto que Nos Envolve

A habitação continua a ser um problema estrutural em Portugal: em 2023 cerca de 12,9% da população vivia em alojamentos sobrelotados e 6% em condições severas de privação habitacional, com humidade, falta de banho ou luz natural insuficiente.

A pobreza energética reforça esta realidade: em Portugal 38% da população declarou que a sua casa não é suficientemente quente no inverno, muito acima da média da UE de 10,6%. Estes fatores cruzam-se com o acesso à habitação, num contexto em que os preços imobiliários nacionais aumentaram 23,4% de 2024 para 2025.

Este cenário complexo exige respostas integradas e colaborativas, envolvendo governos, empresas e sociedade civil, para promover modelos de produção e consumo mais sustentáveis, mitigar desigualdades e reforçar a resiliência social e ambiental.

#### O Nosso Papel na Mudança

Num contexto marcado por desafios estruturais ao nível da habitação e da pobreza energética, integramos estes desafios sociais e ambientais na nossa estratégia, com particular foco na criação de soluções para melhoria das condições de habitação, e na resposta aos efeitos sociais das alterações climáticas.

Enquanto marca líder no retalho da habitação, assumimos a habitação digna como um eixo prioritário do nosso impacto social, porque acreditamos que todas as pessoas devem ter acesso a um espaço digno, seguro e confortável. Esta ambição concretiza-se através de parcerias com organizações que atuam no terreno, da mobilização do voluntariado corporativo e da doação de materiais, apoio logístico e conhecimento técnico.

Em 2025, esta abordagem ao impacto social externo evoluiu para um modelo mais integrado, estruturado no Programa ReCria, que enquadra de forma transversal a atuação da empresa neste âmbito. Assente numa visão sistémica e de longo prazo, o ReCria organiza a resposta aos desafios sociais e ambientais através da criação de um ecossistema de impacto, com a colaboração de uma rede de stakeholders internos e externos, que atuam em três eixos complementares: ReCria CASA, ReCria PLANETA e ReCria FUTURO.



#### DENTRO DE PORTAS

**Catarina Almeida**  
Técnico Especialista  
Impacto Positivo Social



Fazer da Casa um lugar mais positivo para viver, é o nosso propósito. É por conhecermos a realidade das comunidades em nosso redor, que não baixamos os braços e que, diariamente, marcamos a diferença na sociedade através da nossa atividade. Em 2025, lançamos um programa de voluntariado colaborativo, comprometido em contribuir de forma relevante e impactante nas diferentes áreas: casa digna; conservação do planeta e literacia em sustentabilidade. Em alinhamento com o Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 17 (ODS 17) das Nações Unidas, o Programa ReCria vem enfatizar a importância de parcerias globais para alcançar objetivos comuns de forma estratégica e intencional para abordar desafios sociais e ambientais de forma eficaz.

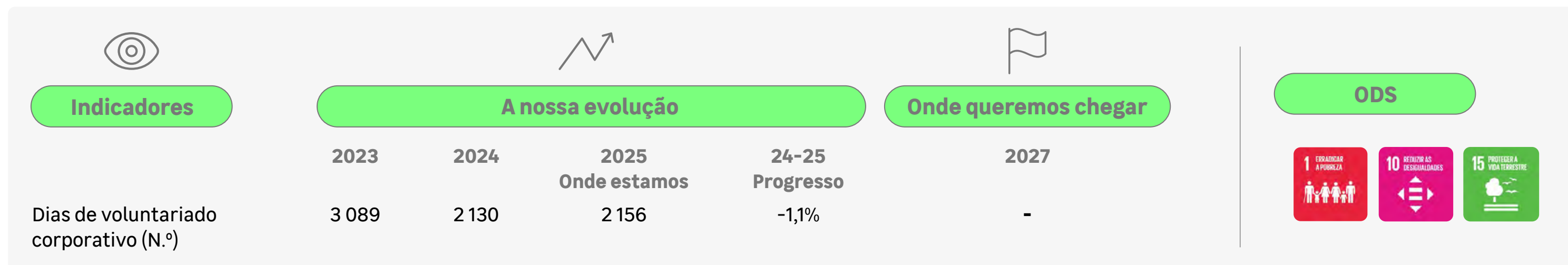
#### Indicadores do País e do Mundo

[38% da população em Portugal declarou que a sua casa não é suficientemente quente no inverno](#)

[Aumento de 23,4% dos preços imobiliários em 2025](#)

[6% da população em Portugal vivia em condições severas de privação habitacional em 2023](#)

Fontes adicionais sugeridas:  
[The State of Housing in Europe 2025](#)





## 2.1 DESENVOLVIMENTO HUMANO

### 2.1.3 Impacto Social Externo

#### Lançamento do Programa ReCria

#### Iniciativas chave da Casa: estratégia em ação

##### ReCria constrói um ecossistema de impacto que une pessoas e propósito.

O Programa ReCria nasce da nossa ambição em fazer evoluir o voluntariado corporativo interno para um modelo de Ecossistema de Impacto, capaz de mobilizar diferentes organizações, pessoas e recursos em torno de desafios sociais e ambientais estruturais.

Desenhámos este novo programa de voluntariado para transformar a casa, o planeta e o futuro através de um movimento colaborativo e de impacto positivo. Mais do que um projeto da empresa, o ReCria é um ecossistema aberto e inclusivo, que convida colaboradores, parceiros e entidades externas a juntarem-se a uma causa comum: recriar um mundo mais digno, sustentável e acolhedor para todos.

A iniciativa está também alinhada com a nossa estratégia de afirmar a LEROY MERLIN Portugal como referência em Impacto Externo, priorizando o combate à pobreza habitacional e às alterações climáticas, enquanto pilares da dignidade humana.

Acreditamos que o impacto só atinge o seu verdadeiro potencial quando é construído de forma colaborativa. Para responder a metas ambiciosas, torna-se essencial criar um Ecossistema que permite diagnósticos mais

completos e respostas mais eficazes, integrando diferentes perspectivas, competências e experiências. É neste contexto que surge o ReCria, uma iniciativa promovida pela LEROY MERLIN Portugal, que procura abordar os desafios de forma sistémica, com uma visão 360° sobre as necessidades sociais e ambientais.

##### Construção do ecossistema ReCria, junta a participação ativa de uma rede de stakeholders em torno de um propósito comum

Durante 2025 os nossos esforços estiveram centrados na construção e dinamização deste Ecossistema, criando a capacidade necessária para implementar os programas de Impacto Externo que ambicionamos desenvolver. Aos colaboradores da LEROY MERLIN reuniram-se a um conjunto alargado de stakeholders - organizações sociais, fornecedores, instaladores, cidadãos, academia, outras empresas, organismos públicos e parceiros, que complementam competências e conhecimento, permitindo respostas mais completas e eficazes.

#### ESTRUTURA DO PROGRAMA RECRRIA

O ReCria nasce da evolução natural do voluntariado corporativo da LEROY MERLIN, que até 2024 se desenvolveu de forma 100% interna, com os colaboradores da empresa a dedicarem um dia por ano para apoiar a recuperação de habitações e instituições sociais. A partir de 2025, o ReCria assume-se como um **programa colaborativo de voluntariado em ecossistema, unindo empresas, parceiros estratégicos e organizações da sociedade civil** para multiplicar esforços e resultados.

O Programa ReCria estrutura-se em três programas de Impacto Externo complementares: **ReCria Casa, ReCria Planeta e ReCria Futuro**

**ReCria CASA:**  
contribuímos para a erradicação da pobreza habitacional em Portugal! No ReCria, reabilitamos habitações, garantindo que mais pessoas tenham acesso a um espaço seguro e acolhedor, dignidade a quem vive em situação de vulnerabilidade.



**ReCria PLANETA:**  
contribuímos para a preservação da nossa Casa comum, o planeta! Promovemos ações que sensibilizam para a importância de proteger os recursos do planeta. Queremos reduzir a pegada ecológica e criar um futuro melhor para as próximas gerações.



**ReCria FUTURO:**  
contribuímos para a literacia sobre sustentabilidade! Através da pedagogia e promoção da literacia, ajudamos a desenvolver hábitos mais sustentáveis, focando no consumo responsável e na eficiência energética das casas.





## 2.1 DESENVOLVIMENTO HUMANO

### 2.1.3 Impacto Social Externo

#### ReCria CASA



#### Combater a pobreza habitacional através da reabilitação de casas

**Mobilizámos colaboradores para ações de voluntariado focadas na reabilitação, contribuindo para o combate à pobreza habitacional.**

A iniciativa, que teve como público-alvo pessoas e instituições em situação de emergência habitacional, contribuiu para a melhoria das condições de vida de pessoas e pequenas comunidades em situação de maior vulnerabilidade.

Ao longo do primeiro semestre, foram realizadas ações de voluntariado no formato ALL INs, envolvendo colaboradores da LEROY MERLIN em intervenções de remodelação de casas particulares e instituições, assegurando uma resposta imediata a situações de emergência habitacional. Estas ações permitiram uma mobilização alargada dos voluntários e um impacto direto no terreno.

#### Semana Casa Digna

A Semana da Casa Digna constituiu outro momento estruturante, envolvendo um total de 322 voluntários, que participaram em diversas ações de remodelação. Em 2025, esta semana assumiu um significado adicional, por marcar o lançamento oficial do Programa

ReCria, com a realização da ação “48H de ReCria”, nos Bombeiros Voluntários da Ericeira, assinalando o início desta nova abordagem colaborativa.

A implementação do ReCria iniciou-se com a abertura do programa de voluntariado ao exterior, envolvendo ONGs, cidadãos, empresas, fornecedores e parceiros. Assumimos o papel de gerir e articular a presença dos diversos stakeholders neste Ecosistema, criando as condições necessárias para o seu funcionamento e para a mobilização conjunta em torno do propósito comum. Em 2025, a Semana da Casa Digna desenvolveu-se com a colaboração de 11 organizações e 322 voluntários, refletindo-se na remodelação de 3 casas e 6 instituições e das quais resultaram 235 beneficiários diretos.

#### Just a Change , um parceiro estratégico para a criação de impacto

O Programa ReCria CASA, um dos pilares do Programa ReCria, dedicado ao combate à pobreza habitacional e à promoção de condições de vida dignas, refletido no mote “Fazer da Casa um lugar mais positivo para viver”, é realizado em parceria com o Just a Change. Uma parceria estratégica, desde 2021, para a LEROY MERLIN Portugal, dado que a associação tem como missão a reabilitação de habitações e de instituições em situação de emergência habitacional.



#### Destaques

**33**  
remodelações  
realizadas  
(28 em instituições  
+ 5 casas) em 2025

**322**  
Voluntários  
do ecossistema  
participaram na  
primeira ação  
do ReCria



## 2.1 DESENVOLVIMENTO HUMANO

### 2.1.3 Impacto Social Externo

#### ReCria CASA

##### Habitat de Natal

Equipas LEROY MERLIN Portugal criam espaços natalícios mais acolhedores em IPSS e instituições sociais

No âmbito do programa Recria Casa, dinamizamos desde 2022 a iniciativa Habitat de Natal, que consiste na criação e transformação de espaços interiores de IPSS e instituições sociais — como salas, quartos, salas de espera ou áreas de convívio — em ambientes preparados para celebrar o Natal de forma mais humana, confortável e inclusiva.

Cada loja ou plataforma criou uma ou mais árvores de Natal para aquelas instituições, privilegiando a reutilização de desperdício de materiais existentes em loja ou plataforma. Foi ainda incentivada a recolha, junto das equipas, de materiais de decoração natalícia que já não sejam utilizados na decoração da época natalícia das suas casas, permitindo dar uma nova vida a estes objetos.

A iniciativa, que apoiou diversas instituições, promoveu, em simultâneo, os valores solidariedade, criatividade e economia circular.

##### Promover impacto social através da doação de materiais

Contribuímos com a doação de materiais e equipamentos para instituições sociais, reforçando a sua capacidade de resposta no apoio a pessoas em situação de maior vulnerabilidade.

No âmbito da nossa parceria com a ENTRAJUDA, realizámos a doação de diversos produtos, permitindo que materiais com utilidade e valor fossem encaminhados para instituições de solidariedade social que apoiam pessoas e famílias em situação de fragilidade económica e social.

Esta iniciativa contribui simultaneamente para a promoção da inclusão social e para uma gestão mais eficiente dos recursos, ao prolongar o ciclo de vida de produtos e evitar o desperdício de materiais que podem continuar a gerar valor nas comunidades. Ao serem disponibilizados a instituições que desenvolvem trabalho social no terreno, estes bens permitem melhorar as condições de funcionamento de espaços de apoio e reforçar a resposta a necessidades concretas das populações.

Em 2025, contribuímos com um total de 783 artigos de mobiliário e 3 522 kg de produtos de construção e bricolage, beneficiando 122 instituições e 49 662 pessoas.



#### ReCria PLANETA

##### CleanUp Week

Com a participação de 417 voluntários, recolhemos 11,35 toneladas de resíduos em praias, rios, florestas e espaços urbanos.

O World Cleanup Day é um dos maiores movimentos cívicos globais, mobilizando milhões de pessoas em diferentes países em torno de um objetivo comum: contribuir para um planeta mais limpo. Neste dia, voluntários e parceiros de todo o mundo unem esforços para recolher resíduos em praias, rios, florestas e espaços urbanos, promovendo a proteção dos ecossistemas e a consciencialização ambiental.

A LEROY MERLIN Portugal associa-se a este movimento desde 2021, reafirmando o seu compromisso com a preservação do planeta. Como forma de ampliar o impacto da iniciativa, a empresa promoveu, uma vez mais, a CleanUp Week LEROY MERLIN, uma semana dedicada à ação ambiental e à mobilização dos colaboradores.

Ao longo de cinco dias, lojas, serviços internos e plataformas logísticas uniram-se com um propósito comum: contribuir para a melhoria do habitat, através da limpeza de espaços naturais e urbanos. Os colaboradores participaram em diversas ações



de recolha de resíduos, com especial foco em serras e florestas, mas também em outras áreas públicas em diferentes regiões do país, contribuindo com uma recolha de 11,35 toneladas de resíduos.

Esta iniciativa reforça o envolvimento ativo dos colaboradores da LEROY MERLIN Portugal em causas ambientais e a sua integração num movimento global, alinhado com os valores do Grupo ADEO. A participação na CleanUp Week traduz-se num contributo concreto para a proteção do ambiente, promovendo uma maior responsabilidade coletiva e uma relação mais sustentável com o território.



## 2.1 DESENVOLVIMENTO HUMANO

### 2.1.3 Impacto Social Externo

#### ReCria PLANETA

##### Reflorestação

**Contribuímos para a plantação de 5 512 árvores como celebração do Dia da Floresta Autóctone.**

No âmbito do compromisso da LEROY MERLIN Portugal em contribuir para um planeta mais positivo, a empresa assinalou o Dia da Floresta Autóctone. Este dia, celebrado a 23 de novembro, é uma data dedicada à valorização e conservação das florestas naturais.

Este dia assume especial relevância por coincidir com um período particularmente adequado, em Portugal, à sementeira e plantação de árvores, devido às condições climáticas favoráveis.

Alinhada com o objetivo de conservar o planeta e mitigar o impacto ambiental da sua atividade, a LEROY MERLIN dinamizou ações de plantação de árvores em todas as zonas de vida, envolvendo diversas associações especialistas na área florestal e ambiental. Estas parcerias permitiram assegurar a adequação das espécies plantadas, bem como a qualidade e sustentabilidade das intervenções realizadas.

As ações mobilizaram 206 voluntários em iniciativas com impacto direto no território, contribuindo para a regeneração dos ecossistemas, a promoção da biodiversidade e a sensibilização para a importância das florestas autóctones no equilíbrio ambiental e na resposta às alterações climáticas. No total foram plantadas 5 512 árvores nesta ação de reflorestação e ainda 4 500 árvores doadas para posterior reflorestação.

#### Destaques



**16 856**  
Horas de voluntariado corporativo

**11,35 toneladas**  
de resíduos recolhidos

**5 512 Árvores plantadas**  
e **4 500 árvores doadas**

#### Onde vamos estar focados em 2026

- Reforço do programa Recria, ampliando as iniciativas de voluntariado e o envolvimento dos voluntários do ecossistema.





## 2.1 DESENVOLVIMENTO HUMANO

### 2.1.3 Impacto Social Externo

#### Capacitação de Parceiros

#### Iniciativas chave da Casa: estratégia em ação

##### Formação PRO: Capacitação Técnica para Construção Sustentável

**Em 2025 mantivemos o investimento na capacitação de profissionais, impactando positivamente a competitividade e a oferta dos profissionais da casa, em serviços e soluções que melhoram as casas dos portugueses.**

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.

Dando continuidade ao nosso trabalho anterior, voltámos a implementar a Formação PRO para capacitar profissionais com conhecimento técnico prático sobre materiais, sistemas e soluções construtivas, com foco em áreas como o isolamento térmico exterior.

Como indicadores do impacto desta estratégia, destacamos a formação de mais de 150 clientes externos, num total de 3200 horas de formação realizadas. Desenvolvemos a formação PRO em colaboração com clientes e as nossas equipas PRO, o que nos permite uma abordagem técnica aprofundada e orientada para soluções concretas.

Entre as temáticas trabalhadas, destacou-se a formação em isolamento térmico de edifícios pelo exterior, uma solução que contribui para a melhoria do desempenho energético das habitações, aumentando o conforto térmico e reduzindo o consumo energético, sem impacto na área útil interior. Esta abordagem permitiu aos profissionais compreender as vantagens técnicas e funcionais desta solução, bem como as boas práticas associadas à sua aplicação.

As sessões decorreram nas nossas lojas e privilegiaram um modelo formativo de caráter prático, combinando momentos de enquadramento técnico com demonstrações e aplicação em contexto real. Esta metodologia facilitou a transferência de conhecimento para o dia a dia dos profissionais, reforçando a qualidade das intervenções realizadas junto dos clientes finais.

O investimento contínuo na Formação PRO contribui para o desenvolvimento de competências técnicas especializadas, para o aumento da competitividade dos profissionais e para a promoção de soluções construtivas mais sustentáveis, alinhadas com os objetivos estratégicos da empresa e com a evolução do setor.

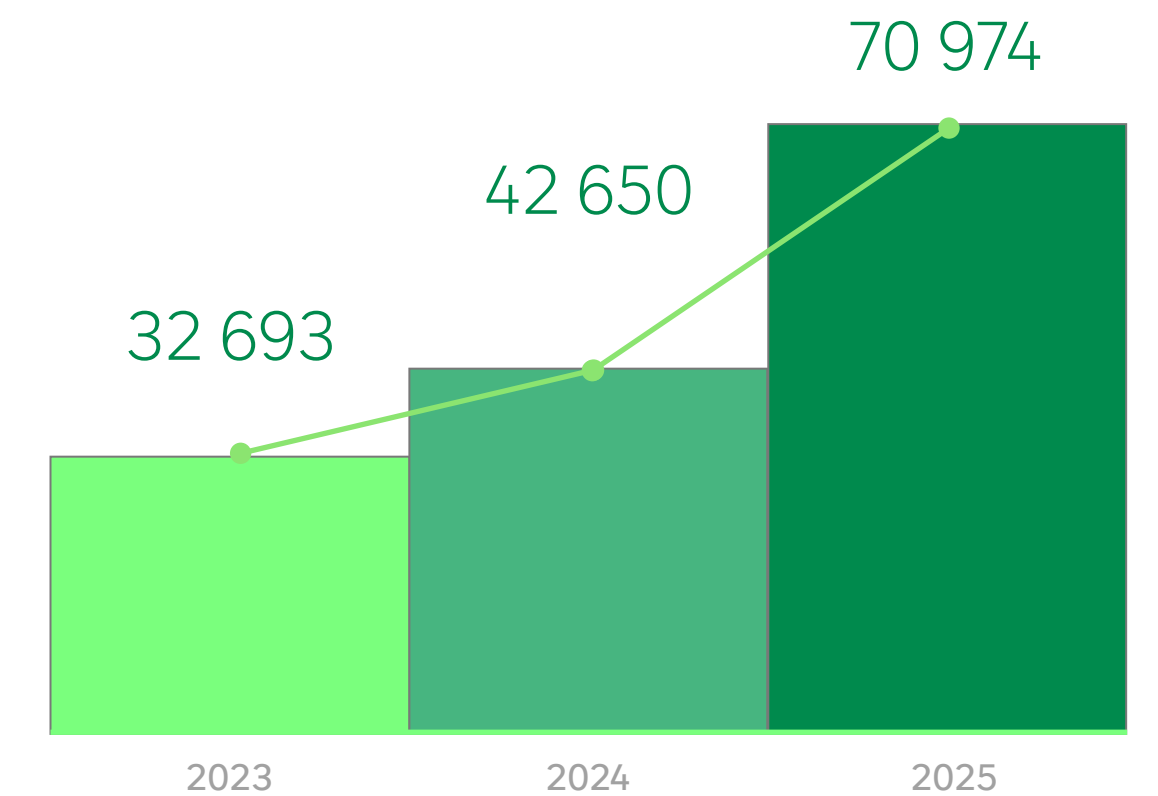
##### Eventos PRO: Proximidade, Conhecimento e Inovação

**Criamos encontros de proximidade e inovação, unindo profissionais, equipas e fornecedores para partilhar conhecimento e soluções concretas.**

Em 2025, os Eventos PRO voltaram a afirmar-se como um espaço privilegiado de encontro e colaboração entre as Equipas PRO, os Clientes Profissionais e os principais fornecedores do setor.

Desenvolvidos em articulação com diversos fornecedores e parceiros, os Eventos PRO integraram momentos de demonstração de produtos, apresentações técnicas e sessões de esclarecimento, criando oportunidades de contacto direto entre a indústria, que desenvolve as soluções e os profissionais que as aplicam, no terreno. A aposta contínua nos Eventos PRO reflete o nosso compromisso com a criação de valor partilhado, com o reforço das relações de confiança e com o desenvolvimento sustentável do setor profissional.

#### Número de clientes PRO



#### Destaques



**“Aprender.  
Conectar. Inovar.”**

**15 Eventos PRO  
realizados em 2025**

**150 Participantes nas  
ações de capacitação PRO**

#### Onde vamos estar focados em 2026

- Continuar o processo de formação de forma a buscar cada vez mais um maior número de capacitações.

## 2.2 MELHORIA DO HABITAT

### 2.2.1 Oferta Positiva

#### O Contexto que Nos Envolve

Todos os dias, como consumidores, tomamos decisões que têm um impacto real no planeta. Somos, por um lado, cada vez mais consumidores a quereremos produtos que sejam bons para nós e para o ambiente. Mas, por outro, o nosso contributo é por vezes dificultado por decisões de compras complexas, informação insuficiente ou um mar de rótulos, onde nem sempre é possível compreender o ciclo de vida do produto, e as suas matérias-primas, impacto real nos diferentes parâmetros ambientais, ou condições laborais dos envolvidos sua produção. Este dilema tem dificultado o crescimento do consumo sustentável, perpetuando um modelo de “usar e deitar fora”, que esgota recursos e gera resíduos: globalmente, apenas cerca de 9% dos materiais extraídos são reutilizados com valor económico antes de se tornarem resíduos, um valor muito inferior ao necessário para uma economia mais sustentável.

Uma das transformações necessárias para acelerar um consumo mais sustentável passa por dar mais e melhor informação ao consumidor. Criar ferramentas honestas e simples que permitam a qualquer pessoa olhar para um produto e compreender o seu verdadeiro impacto no ambiente — desde a extração da matéria-prima até ao fim de vida e às emissões associadas. Só assim poderemos evoluir de um consumo passivo para um consumo ativo e positivo, onde cada compra é um voto consciente num futuro mais sustentável.

#### Indicadores do País e do Mundo

**25,7%** habitações com certificação energética A+, A ou B

**~2500 kWh** Consumo doméstico de energia elétrica anual por consumidor

**65%** das casas em Portugal não têm isolamento térmico adequado

Fontes adicionais sugeridas:  
[Relatório do Estado do Ambiente 2025](#)  
[Agenda 2030 ODS](#)

#### O Nosso Papel na Mudança

A Oferta Positiva é o pilar da sustentabilidade na LEROY MERLIN, alinhando produtos e serviços à criação de impacto socioambiental positivo. Assumimos o dever de oferecer informações claras e transparentes para facilitar a decisão de compra, garantindo que cada escolha promova a eficiência energética e o uso responsável de recursos.

Para viabilizar esta promessa, desenvolvemos o Home Index, uma ferramenta científica que avalia o ciclo de vida dos produtos através de 30 critérios e 8 pilares. Esta metodologia rigorosa supera a legislação vigente e é aplicada globalmente pelo Grupo ADEO para medir a pegada de carbono desde a matéria-prima até o fim da vida.

Complementamos este esforço com o programa e-Lar, incentivando a eficiência energética em Portugal. Através desta política pública, apoiamos clientes na implementação de soluções que tornam as habitações mais sustentáveis, confortáveis e económicas.

“  
DENTRO DE PORTAS



**Diana Coutinho**  
Diretora Mercado

A ‘Oferta Positiva’ é mais do que gerir produtos; é honrar o nosso dever de guiar o cliente em escolhas complexas. Através de ferramentas como o Home Index, garantimos que cada compra seja um voto num futuro melhor, promovendo a eficiência energética e o uso responsável de recursos. O meu papel é assegurar que a sustentabilidade esteja no coração da nossa estratégia, transformando cada casa num espaço mais consciente e humano.

Indicadores	A nossa evolução				Onde queremos chegar
	2023	2024	2025 Onde estamos	24-25 Progresso	
Venda de produtos positivos nas vendas totais (%)	77%	51%	73,1%	+22,1%	-
PDM vendas produtos e serviços para a Transição Energética da Casa	0,17%	N.D.	6%	-	-

ODS





## 2.2 MELHORIA DO HABITAT

### 2.2.1 Oferta Positiva

#### Home Index

#### Iniciativas chave da Casa: estratégia em ação

##### Oferta Mais Positiva e Mais Competitiva

**Tornámos a Oferta Positiva mais acessível, para que todos os clientes possam escolher produtos sustentáveis sem comprometer o orçamento.**

Em 2025 uma das nossas prioridades foi a acessibilidade da Oferta Positiva, trabalhando o preço dos produtos positivos, para que estes sejam acessíveis ao maior número de consumidores. Atualização dos produtos nas diferentes categorias, capacitação das equipas e mais e melhor comunicação do Home Index para o cliente, foram os outros focos da nossa atuação em 2025.

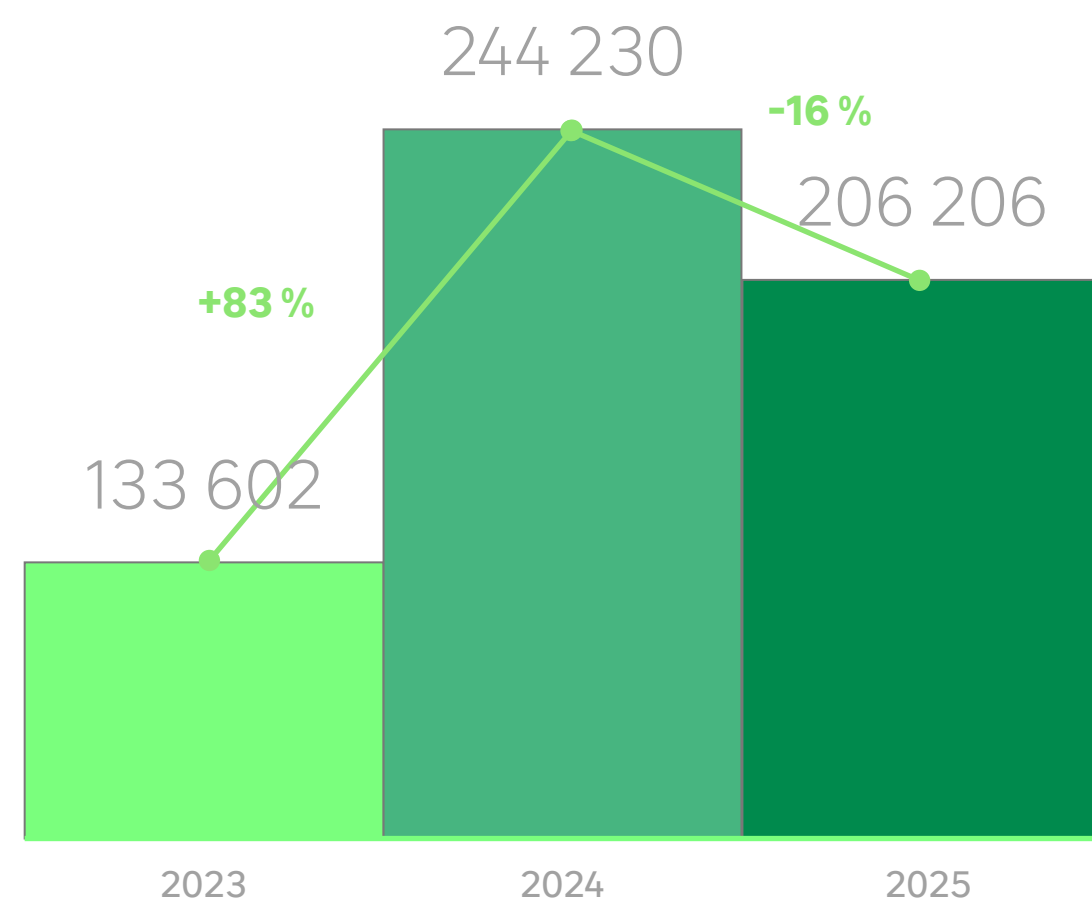
##### Mais produtos Home Index A/B/C, com preços ao alcance de todos

Percorremos o ano com duas frentes de trabalho muito importantes: o alargamento da gama, para disponibilizarmos mais produtos com notação A/B/C no Home Index, e a garantia de preços acessíveis, para que os melhores produtos possam ser uma opção real de compra para todos consumidores portugueses.

Em 2025 continuámos a desenvolver uma oferta cada vez mais positiva e competitiva, alinhada com as expectativas dos clientes e com os compromissos estratégicos da LEROY MERLIN. Esta iniciativa tem como objetivo reforçar a presença de produtos com melhor

desempenho ambiental e assegurar, em simultâneo, a competitividade de preços face ao mercado. A redução no número de referências produtos positivos na gama total da LEROY MERLIN, deve-se à atualização da metodologia do Home Index, no início de 2025. Esta atualização impactou negativamente 28% dos produtos classificados pelo Home Index como produtos positivos.

Referências positive products na gama total LEROY MERLIN



O nosso objetivo foi assegurar que estes produtos estão acessíveis em termos de preço, permitindo que todos os consumidores portugueses possam fazer escolhas mais responsáveis sem comprometer o seu orçamento.

##### Evolução Estrutural da Oferta Home Index

A gestão das categorias é um elemento central para o sucesso do Home Index, que, por sua vez, impacta a transformação do edificado de Portugal, com produtos mais sustentáveis. Em 2025 quisemos estabelecer procedimentos para garantir que, na atualização feita aos produtos que integram cada categoria da nossa oferta, os critérios de sustentabilidade não eram esquecidos.

Para integrar a sustentabilidade neste processo foi reforçado o desenvolvimento de competências das equipas responsáveis pela construção da oferta. Foram realizadas ações de formação na metodologia Home Index dirigidas aos Category Managers, envolvendo a totalidade da equipa — 21 colaboradores (19 seniores e 2 juniores) — num total de 4 horas de formação. Esta capacitação permitiu aprofundar o conhecimento sobre critérios de avaliação dos produtos, desde as suas características até à embalagem e comunicação, garantindo que a atualização da oferta esteja alinhada com os objetivos da empresa. Com esta formação, os managers de categorias reforçaram conhecimento que influenciará a sua capacidade de melhorarem o nível do score do home index dos produtos que introduzem na categoria em que trabalham.

Para assegurar o compromisso contínuo das equipas, os objetivos associados ao Home Index foram integrados na remuneração variável individual dos Category Managers, com metas claras relacionadas com o aumento de produtos com score A, B e C. Como resultado deste alinhamento entre estratégia, capacitação e incentivos, foi registrado um aumento médio de 8% no número de produtos com score A,B e C, reforçando de forma concreta a evolução positiva da oferta.

Com esta iniciativa, consolidamos uma abordagem estruturada à gestão da oferta, promovendo escolhas mais responsáveis, competitivas e alinhadas com as expectativas dos clientes e com a ambição de longo prazo da LEROY MERLIN.

#### Destaques



Aumento de **22,1%** da venda de produtos positivos nas vendas totais em 2025, face a 2024

**3 331** Colaboradores formados sobre Produtos + Positivos

Aumento médio de **8%** do número de produtos com score A, B e C

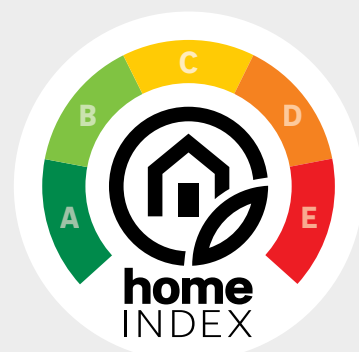




## 2.2 MELHORIA DO HABITAT

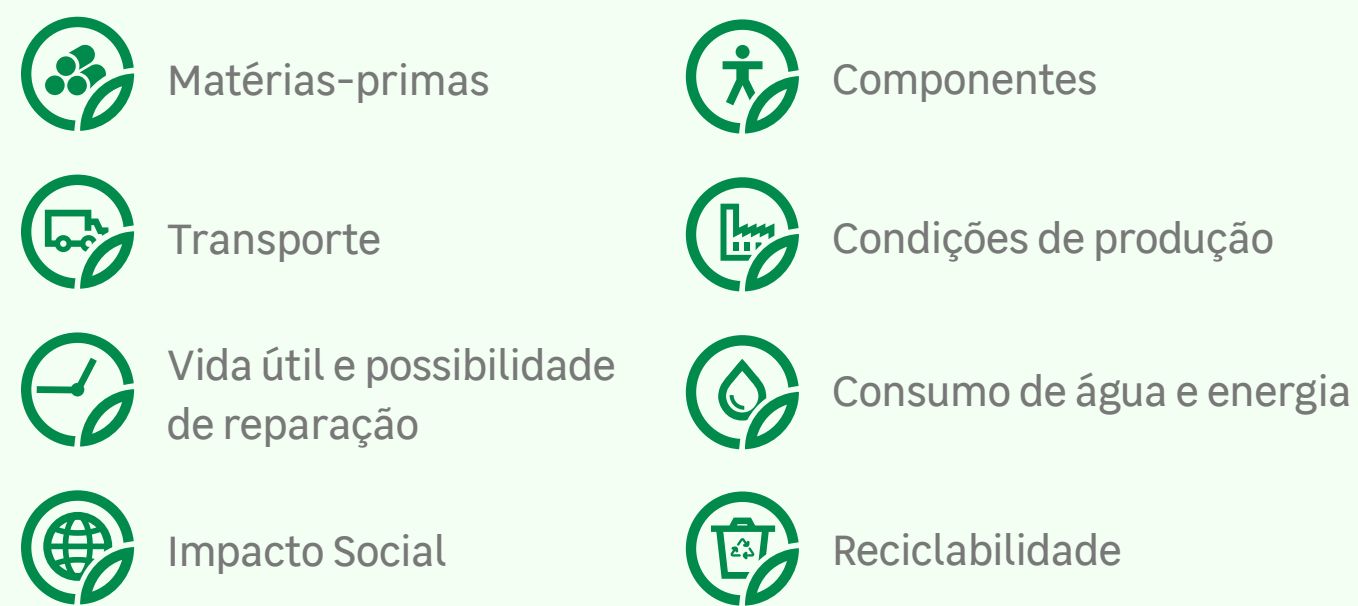
### 2.2.1 Oferta Positiva

#### Home Index



O **Home Index** é uma ferramenta que avalia a sustentabilidade dos produtos com base em 8 categorias e 30 critérios. A ferramenta categoriza os produtos de A a E, e permite aos nossos clientes compreender qual o nível de sustentabilidade. A comunicação da notação de cada produto permite aos nossos clientes integrarem, no acto de compra, a sustentabilidade como factor de seleção. Ao assegurar informação simples e imediata ao consumidor, facilita a adoção de comportamentos de consumo mais responsável e consciente.

**8 categorias** que avaliam as várias fases do ciclo de vida do produto



#### Sabia que os critérios Home Index são...

- Mais exigentes que a legislação, e aplicam-se a todos os países onde a LEROY MERLIN opera
- Associados a requisitos de normas internacionais, sempre que existam normativos com critérios para os nossos produtos
- Contemplam o peso do ciclo de vida dos produtos para integrar Pegada de Carbono
- Aplicáveis ao marketplace e a outras empresas do Grupo ADEO

#### Onboarding de Parceiros e Atualização da Metodologia

**Capacitámos os nossos parceiros para aplicar o Home Index e juntos disponibilizar produtos mais responsáveis.**

Após a atualização da metodologia Home Index, em 2025, continuámos a promover o onboarding de parceiros locais, para que estes compreendam a metodologia de classificação do Home Index, e identifiquem estratégias que permitam melhorar a notação dos seus produtos no Home Index.

A integração dos fornecedores no processo Home Index é um fator determinante para garantir a sua robustez e a fiabilidade. Em 2025, o acesso dos fornecedores à plataforma Home Index manteve-se, com a promoção de uma colaboração ativa e transparente. Desenvolvemos ações de capacitação dirigidas aos fornecedores, focadas na compreensão da atualização da metodologia, no correto preenchimento da informação na plataforma, e na identificação e implementação de melhorias, reforçando o alinhamento com os nossos critérios e a ambição comum de disponibilizar produtos mais responsáveis ambiental e socialmente.

#### **Envolvimento e formação**

Em 2025 o processo de envolvimento com stakeholders, nomeadamente os nossos fornecedores, teve foco na comunicação das principais alterações metodológicas e no arranque das ações de capacitação. A abordagem

de envolvimento assenta na disponibilização da metodologia atualizada e na realização de ações de formação, garantindo uma compreensão comum dos novos requisitos e responsabilidades.

Esta iniciativa tem como objetivo preparar a organização e os seus parceiros para a adoção da nova metodologia, promovendo o alinhamento entre todos os stakeholders envolvidos — mercados, departamento factory, fornecedores, entre outros. Com esta iniciativa, reforçamos uma abordagem colaborativa e estruturada com os nossos parceiros, criando as condições necessárias para uma implementação eficaz da nova metodologia e para a sua aplicação plena a partir de 2026.

#### Comunicação do Home Index

**Mostrámos aos clientes como o Home Index facilita escolhas mais sustentáveis em todos os canais.**

Reforçámos a notoriedade do Home Index através de um plano de comunicação omnicanal. A disponibilização de informação visou apoiar os clientes na tomada de decisões mais informadas e sustentáveis. Com esta iniciativa, reforçamos o posicionamento da LEROY MERLIN enquanto marca comprometida com a sustentabilidade, promovendo o Home Index como uma ferramenta de referência que apoia os clientes na tomada de decisão de compra.



## 2.2 MELHORIA DO HABITAT

### 2.2.1 Oferta Positiva

#### Home Index

A campanha foi realizada com o objetivo de aumentar a notoriedade e a compreensão do Home Index, incentivando os clientes a utilizarem esta ferramenta para fazerem escolhas mais sustentáveis. Para isso, desenvolvemos um plano de comunicação integrado, com presença consistente nos canais online e offline, assegurando uma abordagem clara, pedagógica e alinhada em todos os pontos de contacto com o cliente.

#### Visibilidade no site para produtos com score A Home Index

No canal digital, foi reforçada a comunicação no site, com destaque para os produtos com score A, identificados com a etiqueta “Mais Sustentável”, facilitando a identificação de opções com melhor desempenho.

Em termos de comunicação ao cliente, registou-se um reforço significativo da informação disponível no canal digital. Atualmente, 97 743 artigos com score Home Index estão comunicados no site da LEROY MERLIN, face a 80 000 em 2024. Considerando o universo total de cerca de 160 000 artigos, mais de metade da nossa oferta é atualmente comunicada com score, reforçando a transparência e a clareza da informação disponibilizada ao consumidor.

Durante o período de verão, foram também dinamizadas várias comunicações nas redes sociais, em particular no Instagram, com conteúdos explicativos, comparativos e inspiracionais, ajudando os clientes a compreender o Home Index, a comparar produtos e a aplicar esta informação em projetos concretos.

#### Home Index chega à televisão

A comunicação do Home Index esteve igualmente integrada em iniciativas de maior visibilidade, como as edições televisivas do “Querido, Mudei-te a Casa”, que integrou um momento dedicado à explicação simples e acessível da abordagem Home Index e do seu contributo para escolhas mais sustentáveis.

Internamente, através da App LEROY MERLIN, foi promovida uma edição especial com descontos adicionais, permitindo um desconto extra de 10% em produtos com score A e B, reforçando o papel dos colaboradores enquanto embaixadores da ferramenta.

#### Reforço da comunicação em loja

Em loja, foi realizada a revisão do Book de Merchandising, definindo de forma clara quais as peças e suportes a integrar na jornada de compra do cliente. Este trabalho incluiu a explicação do que é o Home Index, a diferença face à eficiência energética, momentos de demonstração e a correta aplicação da etiqueta de produto com score A. Paralelamente, foram definidas e divulgadas regras de comunicação transversais à loja, ao digital e às operações

comerciais, garantindo coerência e consistência na forma como o Home Index é apresentado. Através desta iniciativa, asseguramos uma comunicação estruturada, pedagógica e omnicanal do Home Index, contribuindo para tornar esta ferramenta mais conhecida, compreendida e utilizada no mercado, e reforçando o compromisso da LEROY MERLIN com a promoção de escolhas mais sustentáveis.

#### Onde vamos estar focados em 2026

- Continuar aumentando o rácio de produtos positivos da nossa gama para os clientes e com um crescimento do volume de vendas cada vez maior.
- O Home Index não é apenas um selo, mas uma ferramenta de diagnóstico para os parceiros. Em 2026, continuaremos a focar na capacitação técnica dos fornecedores portugueses para subirem na escala de avaliação

**O futuro constrói-se produto a produto**  
O primeiro indicador que o ajuda a fazer as escolhas mais sustentáveis para a sua casa.

**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.**

leroymerlin.pt  
Descarregue já a app

## 2.2 MELHORIA DO HABITAT

### 2.2.1 Oferta Positiva

#### Incentivos Operacionais

#### Iniciativas chave da Casa: estratégia em ação

No que respeita ao posicionamento da LM relativamente a programas de incentivos financeiros nas áreas da eficiência energética e descarbonização, procuramos alinhar a nossa estratégia com duas vertentes complementares.

Por um lado, enquanto retalhista, temos como objetivo assegurar a nossa presença em todas as medidas que possam beneficiar diretamente os nossos clientes e beneficiários finais destes programas.

Por outro lado, pretendemos assumir, de forma crescente, um papel ativo e responsável na promoção de iniciativas que incentivem um consumo mais “positivo”.

Este compromisso materializa-se tanto na área da descarbonização — através de programas que promovem, por exemplo, a aquisição e instalação de carregadores para veículos elétricos — como na melhoria da eficiência energética de forma mais abrangente, incluindo iniciativas como o E-LAR, o Vale Eficiência, entre outras.

Posicionamo-nos, no que respeita a estes programas que são financiados, maioritariamente, pelo PRR, como “parceiros” das entidades públicas que são responsáveis pela regulamentação e execução destes programas, nomeadamente procurando estar atentos

- ainda antes do lançamentos de novos incentivos - à comunicação social e ao que se espera vir a resultar de um futuro Aviso. Fazêmo-lo com vista a garantir que estabelecemos um contacto atempado entre fornecedor - que, no final, permite a boa concretização dos apoios - e a entidade responsável pela sua execução.

Acreditamos que este posicionamento da LEROY MERLIN beneficia, em última linha, o consumidor/beneficiário final dos incentivos, uma vez que é melhor esclarecido e recebe um apoio de a-z (não só pela entidade responsável, mas também pelo próprio fornecedor, que é um agente ativo dos programas e não um mero intermediário).

Por várias vezes - como foi o caso da mais recente consulta pública para o Plano Social para o Clima 2026-2032 - procurámos fazer chegar a nossa voz junto dos decisores e executores destes programas, por forma a co-construirmos, nomeadamente com a Agência para o Clima, os futuros programas de incentivos.

Temos vindo, cada vez mais, a impulsionar o foco da LEROY MERLIN para estes programas, pois não só permitem um boost no negócio, como constituem, igualmente, uma oportunidade para a LEROY MERLIN atuar como agente na crescente mudança para um consumo positivo por parte dos nossos clientes.

#### Programa E-Lar — Eficiência Energética no Lar

**Apoiamos famílias portuguesas a eletrificar o lar, tornando as suas casas mais eficientes, através do Programa E-Lar.**

Durante 2025 tivemos um papel ativo na operacionalização do Programa E-Lar, centrado na eletrificação dos consumos, financiando a substituição de equipamentos domésticos obsoletos, a gás, por soluções elétricas mais eficientes. O E-Lar está inserido no âmbito do Plano de Recuperação e Resiliência (PRR) de Portugal. Este programa faz parte da Componente C13 – Edifícios Residenciais e do investimento TC-C13-i01 – Eficiência Energética em Edifícios Residenciais, no âmbito da reprogramação deste.

O programa E-Lar visa reduzir a pobreza energética e aumentar o conforto térmico nas habitações portuguesas, num contexto em que uma parte significativa da população enfrenta dificuldades em manter as suas casas aquecidas de forma eficiente. 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 eletrificar o consumo e reduzir a pegada de carbono do edificado português. Para operacionalizar esta parceria, desenvolvemos internamente um conjunto de procedimentos para agilizar o processo de relação com o cliente, desde a fase de prospeção à aquisição.



Enquanto fornecedores parceiros desta iniciativa, os clientes podem adquirir, nas nossas lojas, com os vouchers do Programa E-Lar, equipamentos elétricos elegíveis, como placas, fornos elétricos e termoacumuladores eficientes, promovendo soluções que reduzem o consumo de energia e as emissões associadas. Para além dos produtos integrados na campanha, disponibilizamos aos clientes um conjunto alargado de produtos complementares e serviços de aplicação, permitindo oferecer uma solução integrada e completa, incluindo a recolha do antigo equipamento. A substituição de equipamentos energéticos implica, frequentemente, adaptações técnicas e a necessidade de adquirir materiais ou serviços associados, como instalações, ajustes elétricos ou serviços de adequação do espaço à instalação do novo equipamento. A LEROY MERLIN encontra-se particularmente bem posicionada para apoiar esta iniciativa, ao poder acompanhar os clientes ao longo de todo o processo, desde a escolha da solução mais adequada até à sua correta implementação, contribuindo de forma efetiva para o sucesso do Programa E-Lar. Através da nossa presença no Programa E-Lar, reforçamos o nosso compromisso com a promoção de práticas que apoiam a transição energética das famílias portuguesas, contribuindo para uma maior eficiência no consumo de energia e um menor impacto ambiental, em alinhamento com o nosso propósito enquanto empresa.



## 2.2 MELHORIA DO HABITAT

### 2.2.1 Oferta Positiva

#### Incentivos Operacionais

#### Ecosistema do Programa E - Lar na LEROY MERLIN



#### Gonçalo Lobo Xavier General Manager APED

A participação do retalho no Programa E-Lar evidencia o papel do setor como um agente mobilizador da transição energética, colocando a sua capilaridade, proximidade ao consumidor e capacidade operacional ao serviço de objetivos nacionais. Ao integrar soluções energeticamente eficientes na oferta quotidiana e facilitar o seu acesso através de mecanismos simples e claros, o retalho contribui para a mudança de comportamentos de consumo e para a geração de impacto positivo em larga escala, com benefícios económicos, sociais e ambientais.

Deve dizer-se ainda que o retalho e quem o representa, em concreto, a APED, em parceria com os seus associados, foram essenciais para mitigar os normais problemas de operacionalização de um programa com a dimensão do E-Lar.

Importa ainda dizer que o Roteiro da APED para a Descarbonização, no qual a LEROY MERLIN está fortemente empenhada, tem obtido resultados colectivos de enorme importância e continuará a ser uma referência para o sector em termos de recomendações e prioridades de atuação.



#### Rita Castanheira Responsável Impacto Positivo pelo Projeto E-LAR

A participação da LEROY MERLIN no Programa E-Lar reflete a nossa ambição de ir além da disponibilização de produtos. Ao combinar uma oferta alargada de soluções eficientes com serviços de apoio e instalação, conseguimos responder de forma integrada às necessidades reais dos clientes e contribuir para a transição energética da Casa, alinhada com a estratégia de Impacto Positivo.



#### Rafaela Sousa Vendedor top e-lar - cozinha Loja Sintra

O Programa E-Lar permite-nos fazer mais do que vender produtos: permite-nos aconselhar, orientar e apoiar cada cliente na escolha de soluções mais eficientes para a sua casa. Em 2025, senti que este acompanhamento fez realmente a diferença, tanto no conforto das habitações como na redução do consumo de energia. É muito gratificante ver os clientes saírem da loja confiantes nas suas decisões e conscientes do impacto positivo que estão a gerar.



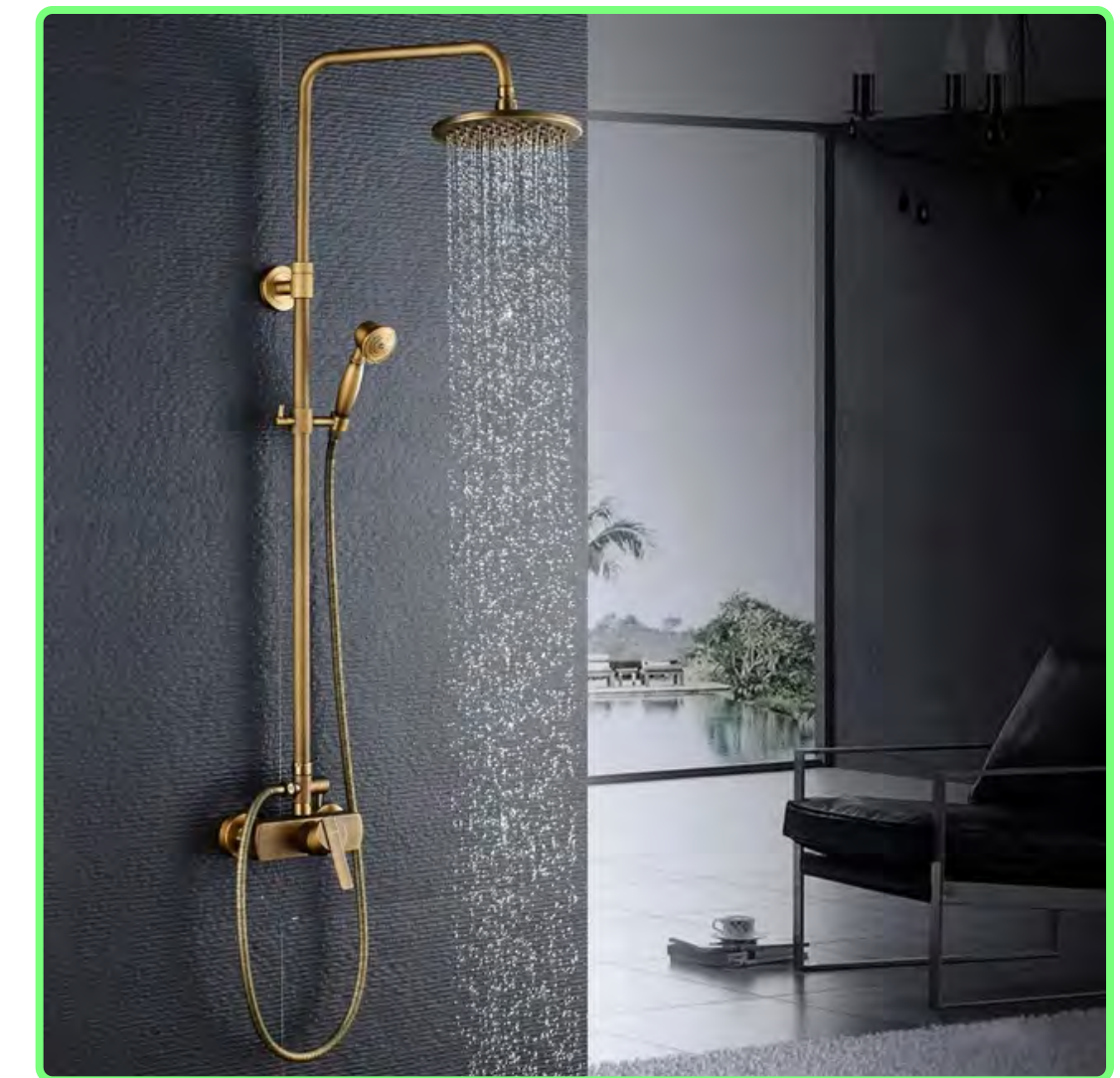
#### Luiz Santos Vendedor cozinha Loja Sintra

O programa E-LAR foi uma experiência desafiante e gratificante. Desde o início que diariamente ajudei os clientes a entender a transição do gás para o elétrico, esclarecendo dúvidas e garantindo escolhas seguras. Sinto-me orgulhoso por contribuir para a electrificação das casas portuguesas.



#### José Infante Vendedor top e-lar - electricidade e canalização Loja Coimbra

O programa E-lar teve como foco principal a experiência do cliente e a sua fidelização, cada vez mais direcionada ao nosso habitante. A clareza na explicação e nos benefícios apresentados ao cliente foi a nossa vertente mais forte, que nos uniu e nos destacou no mercado, diferenciando a nossa vasta oferta. Aliámos a organização e a agilização dos processos às boas práticas, tornando-nos uma referência no mercado. Continuaremos a trabalhar com dedicação para concretizar os sonhos dos nossos habitantes que, todos os dias, passam pelas nossas lojas.



#### Onde vamos estar focados em 2026

- Continuamos ativos no Programa E-Lar e na sua 2ª fase de candidaturas que foi lançada;
- Continuamos atentos e ativos nos programas de incentivo para a transição energética e descarbonização que surjam em 2026, como é o caso do Programa Mobilidade Verde.



## 2.2 MELHORIA DO HABITAT

### 2.2.2 Cuidar do Planeta

#### O Contexto que Nos Envolve

Enfrentamos uma crise climática sem precedentes, com impactos diretos na biodiversidade, na saúde humana, na segurança alimentar e na economia. O estilo de vida da sociedade moderna levou-nos a ultrapassar os limites de resiliência do planeta, e a exercer níveis de pressão muito elevados sobre a biodiversidade. Estas crises, climática e de pressão sobre os recursos naturais, são interdependentes, reflexo de um modelo de desenvolvimento insustentável.

O desafio é claro: precisamos de reduzir a pegada de carbono, regenerar ecossistemas e respeitar os limites planetários, colocando a saúde do planeta no centro das decisões.

Governos, cidadãos e empresas têm um papel essencial na transformação dos sistemas de produção, consumo e construção, redefinindo o progresso a partir da sustentabilidade e da resiliência ambiental.

#### O Nosso Papel na Mudança

Na LEROY MERLIN Portugal, ligamos o bem-estar humano à saúde dos ecossistemas. Como retalhistas, influenciámos o impacto ambiental de cada casa — dos materiais e eficiência energética à gestão de água e resíduos.

Esta visão estratégica foca-se em reduzir a pressão sobre os recursos, regenerar áreas degradadas, prolongar a vida dos produtos e capacitar os clientes para consumos mais conscientes e sustentáveis.

Se os produtos são o centro da nossa estratégia, os nossos edifícios são a nossa casa. Tratamos cada loja e escritório como um organismo vivo, procurando torná-los cada vez mais autónomos e eficientes.

Vemos a eficiência como um pilar de negócio: evitar o desperdício é otimizar resultados. Por isso, usamos logística de alta capacidade com combustíveis limpos, geramos energia fotovoltaica própria e modernizamos sistemas de iluminação e climatização.



#### Indicadores do País e do Mundo

**427 ppm** de CO2 emitidos em 2025

Portugal foi responsável por **1,7%** das emissões de GEE da UE

Edifícios representam mais de **30%** da pegada ambiental da União Europeia (UE)

Fontes adicionais sugeridas:

[Plano Nacional Energia e Clima \(PNEC\)](#)

[EU Climate Action Progress Report 2025](#)

[Roteiro para a Neutralidade Carbónica 2050 \(RNC 2050\)](#)



**DENTRO DE PORTAS**



**Rita Castanheira**  
Responsável de Ambiente e Social - Impacto Positivo

Cuidar do planeta é assumir responsabilidade nas decisões diárias. Apostamos na Análise do Ciclo de Vida para conhecer o impacto real dos produtos e orientar escolhas mais sustentáveis, envolvendo equipas e fornecedores. Priorizamos soluções com menor impacto ambiental e mais circulares. Em paralelo, reforçamos a gestão de resíduos, com foco nas metas, na sensibilização das equipas e na melhoria contínua dos processos, garantindo controlo, eficiência e evolução consistente.



#### Indicadores



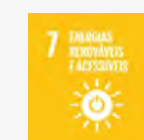
#### A nossa evolução



#### Onde queremos chegar

	2023	2024	2025 Onde estamos	24-25 Progresso	2027
Emissões de âmbito 1 (ton CO2e)	1927	1101	1025	-6,9%	<b>-27,1%</b>
Emissões de âmbito 2 (ton CO2e)	5 621	6 348	6 459	+1,7%	<b>-27,1%</b>
Emissões de âmbito 3* (ton CO2e)	1 767 444	2 496 609	3 429 625	+37,4%	<b>-27,1%</b>
Emissões totais/Pegada de Carbono (ton CO2e)	1 774 992	2 504 058	3 437 109	+37,3%	<b>-27,1%</b>

ODS



\*As emissões de âmbito 3 não incluem as categorias 13, 14 e 15 do GHG.

## 2.2 MELHORIA DO HABITAT

### 2.2.2 Cuidar do Planeta

#### Pegada de Carbono

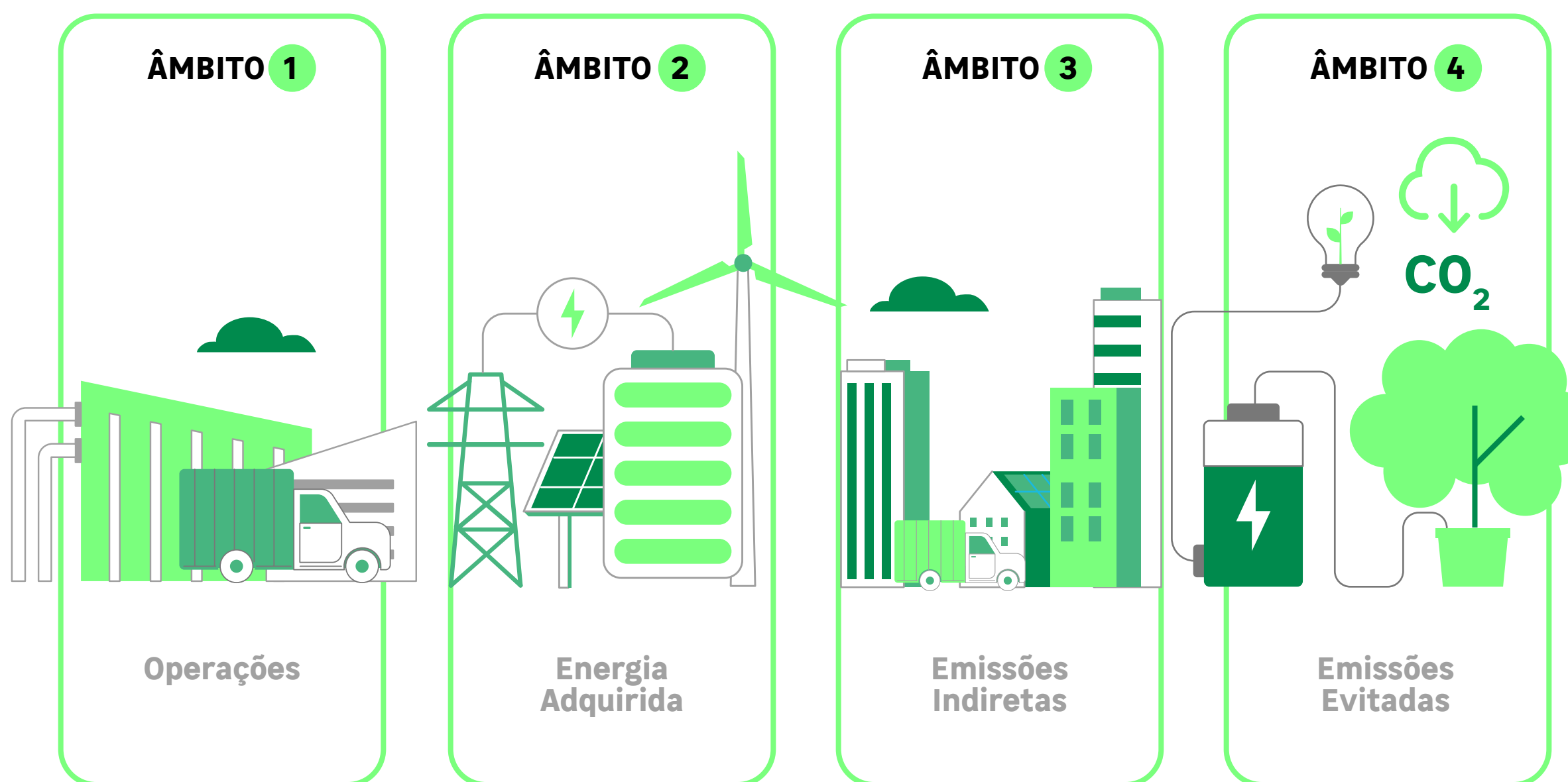
##### A Nossa Pegada de Carbono 2025

Na LEROY MERLIN Portugal, medimos a nossa pegada de carbono ao longo de toda a cadeia de valor. Isto significa que contabilizamos as emissões diretas e indiretas da nossa atividade, mas também o impacto positivo gerado pela utilização dos produtos que vendemos aos nossos clientes.

Acompanhamos as **emissões diretas** associadas às nossas operações (âmbito 1), as **emissões indiretas** associadas aos consumos de energia (âmbito 2), e as **emissões indiretas** ao longo da nossa cadeia de valor (âmbito 3).

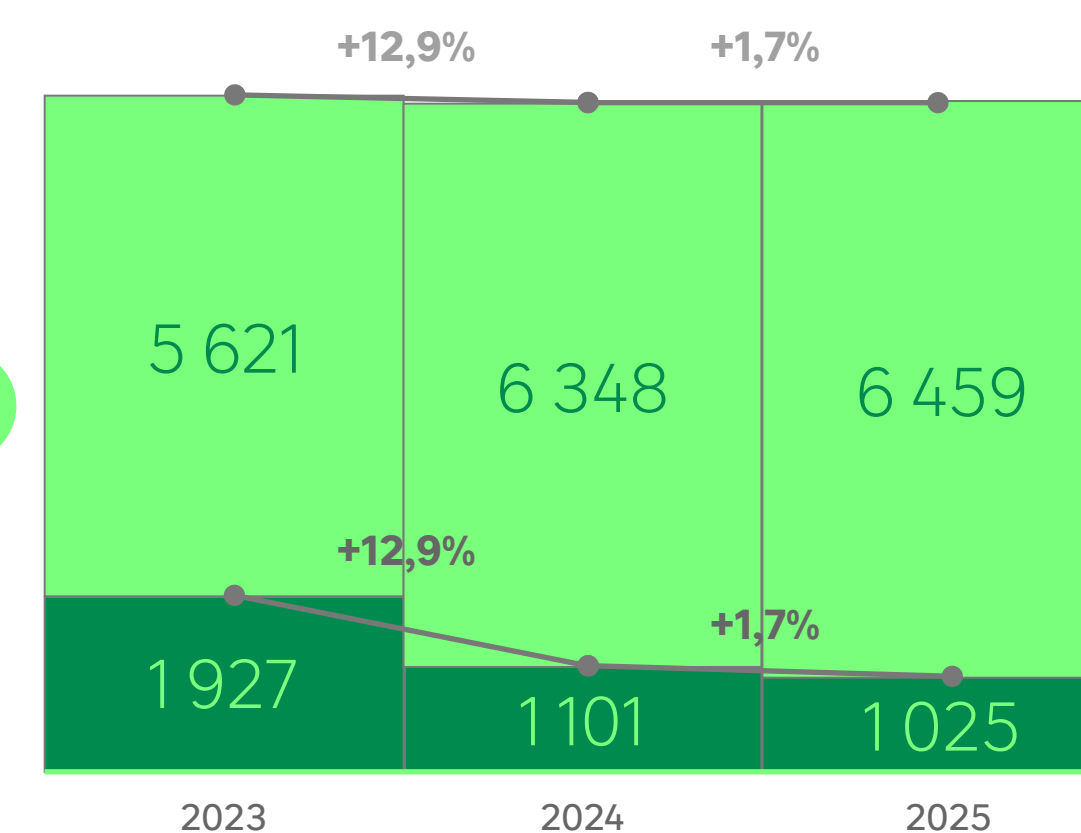
A partir de 2025, passámos também a acompanhar as emissões evitadas, resultantes da venda de produtos e soluções com menores emissões de GEE face à solução mais convencional. A estas designamos emissões de âmbito 4.

#### OS ÂMBITOS DAS NOSSAS EMISSÕES DE GEE



As iniciativas apresentadas neste capítulo refletem as ações que implementámos para reduzir consumos, melhorar a eficiência e reforçar o caminho de descarbonização da nossa atividade.

#### Emissões de âmbito 1 e 2



- Âmbito 1
- Âmbito 2

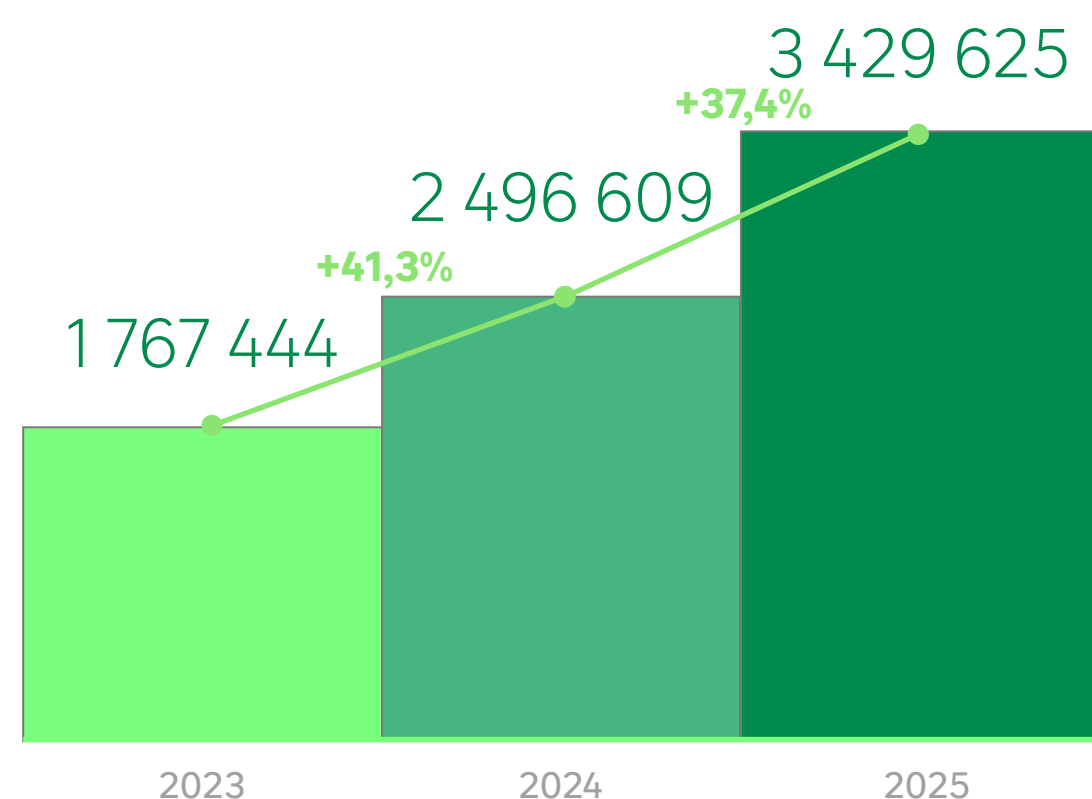
Em 2025, assistimos a uma redução de 6,9% de emissões de âmbito 1, resultando das medidas aplicadas na empresa. No entanto, as emissões de âmbito 2 sofreram um ligeiro aumento, na ordem de 1,7%.

## 2.2 MELHORIA DO HABITAT

### 2.2.2 Cuidar do Planeta

#### Pegada de Carbono

##### Emissões de âmbito 3



Embora tenhamos feito esforços na otimização de consumos, também as emissões de âmbito 3 aumentaram cerca de 37,4%.



#### Pegada de Carbono Descomplicada

**O que são os Gases com Efeito de Estufa (GEE)?**  
São gases que contribuem para o aquecimento global (ex.: CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O).

**O que é dióxido de carbono equivalente (CO<sub>2</sub>e)?**  
É uma medida que traduz as emissões de diferentes gases com efeito de estufa em CO<sub>2</sub>, tendo em conta o seu potencial de aquecimento global, usando o CO<sub>2</sub> como referência (valor igual a 1).

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

São referenciais que definem metodologias e requisitos para as empresas quantificarem e reportarem o seu inventário de emissões de gases com efeito de estufa, ou seja, a sua pegada de carbono.

#### Transição Energética e Descarbonização das Operações

No âmbito da Transição Energética e Descarbonização das Operações, estamos a reforçar a produção e o consumo de energia renovável, a promover a eficiência energética nos nossos edifícios e procurar melhorar o nível de sustentabilidade da mobilidade. Em todas estas áreas implementámos iniciativas no nosso parque de lojas, entrepostos e armazéns, que nos permitem reduzir emissões, aumentar a autonomia energética e assegurar uma operação mais eficiente, resiliente e alinhada com os objetivos ambientais estratégicos da empresa.

#### Centrais Fotovoltaicas

**Novas centrais fotovoltaicas e comunidades de energia aumentam a produção própria e garantem energia 100% renovável em todos os edifícios sob gestão direta.**

Reforçámos a nossa produção de energia renovável através da instalação de novas centrais fotovoltaicas, incluindo no CDN (Entrepósito do Ribatejo) e no edifício de Ponta Delgada, aumentando a nossa capacidade de produção de energia limpa. Estes projetos contribuem para que cerca de 15% de toda a energia consumida pela LEROY MERLIN Portugal já seja produzida através de instalações solares próprias. Em paralelo, criámos

comunidades de energia, em parceria com a Greenvolt, permitindo que edifícios onde não é possível instalar painéis solares tenham também acesso a energia renovável. Estas iniciativas permitem-nos assegurar que uma parte significativa do nosso consumo é proveniente de energia solar e que **100% da energia consumida no continente e nos contratos sob gestão direta tem origem renovável.**

#### Sistemas de Automatização e Controlo de Edifícios (SACE): mais eficiência em tempo real

**Mais edifícios LEROY MERLIN em 2025 com Gestão Técnica Centralizada contribuem para consumo de energia e recursos mais eficientes.**

Utilizamos a Gestão Técnica Centralizada para monitorizar e controlar, em tempo real, os principais sistemas dos nossos edifícios, garantindo uma utilização mais eficiente da energia e dos recursos. À medida que crescemos, asseguramos que os novos espaços têm implementado esta solução de gestão centralizada, promovendo uma operação mais eficiente e alinhada com os nossos objetivos ambientais. Em 2025, concluímos e iniciámos novas implementações de GTC nos edifícios da LEROY MERLIN Portugal, reforçando a nossa capacidade de otimização energética.



## 2.2 MELHORIA DO HABITAT

### 2.2.2 Cuidar do Planeta

#### Pegada de Carbono

#### Contratação de PPA - Energia limpa garantida a longo prazo

**A contratação de Power Purchase Agreements (PPA) assegura fornecimento de energia renovável, estabilidade de custos e reforça a resiliência da nossa gestão energética.**

Em 2025, avançamos com a contratação de Power Purchase Agreements (PPA), garantindo o fornecimento de energia proveniente de fontes renováveis através de contratos de longo prazo. Estes acordos, que entram em vigor em 2026, permitem-nos assegurar uma maior estabilidade de custos e integrar de forma estruturada energia limpa no nosso consumo. Com esta medida, reforçamos a resiliência da nossa gestão energética e o nosso contributo para a transição para um sistema elétrico mais sustentável.

#### Mobilidade Sustentável à porta das nossas lojas

**Continuamos a expandir a nossa rede de carregamento elétrico nos nossos edifícios, aumentando o número de pontos disponíveis para colaboradores e clientes.**

A expansão da rede de carregamento elétrico para colaboradores e clientes reforça a adoção de veículos

elétricos e contribui para a redução de emissões na mobilidade.

Com este reforço, facilitamos a adopção de veículos eléctricos e contribuimos para a redução das emissões associadas à mobilidade. Em 2025, os carregamentos realizados nas nossas instalações permitiram percorrer aproximadamente 6 000 000 km, evidenciando o impacto crescente desta solução na promoção de uma mobilidade mais sustentável.

#### Otimização das Viaturas no Transporte B2B

**Aumentamos a ocupação dos camiões para reduzir viagens e emissões no transporte B2B**

No âmbito do compromisso com uma logística mais eficiente e sustentável, prosseguimos o trabalho de optimização das taxas de ocupação das viaturas no transporte B2B, uma das alavancas com maior impacto simultâneo na eficiência operacional, na redução de custos logísticos e na diminuição das emissões associadas ao transporte.

A iniciativa incidiu na reorganização dos cadenciers de receção e expedição, privilegiando a entrada de mercadorias mais pesadas e volumosas no início do dia, criando melhores condições para a consolidação progressiva de cargas ao longo da jornada operacional. Em paralelo, foram constituídas equipas dedicadas

à consolidação de cargas e reforçada a utilização de suportes para sobreposição de paletes, permitindo aumentar a densidade logística e maximizar a ocupação útil das viaturas.

Este trabalho foi desenvolvido em estreita articulação com armazéns, fornecedores e lojas, reforçando a coordenação entre os diferentes elos da cadeia de abastecimento e promovendo uma abordagem mais integrada ao planeamento dos fluxos logísticos.

Adicionalmente, o planeamento das rotas passou a ser centralmente orquestrado pela equipa de Transportes, com base em informação preditiva de receção e preparação de mercadoria, complementada pela definição de targets de ocupação por rota. Como resultado, em 2025 registou-se um incremento de +8,3%, atingindo uma média de 52 paletes equivalentes por rota expedida, com um objetivo definido de 55 paletes equivalentes em 2026.

Para além dos ganhos de eficiência, esta evolução traduz-se numa redução estrutural do número de viagens necessárias para transportar o mesmo volume de mercadoria, contribuindo diretamente para a diminuição da pegada carbónica da operação logística.

#### Combustíveis alternativos e novos modos de transporte

**Reduzimos a dependência do diesel ao integrar combustíveis menos poluente.**

Demos continuidade à iniciativa de redução da dependência do diesel, através da integração progressiva de combustíveis menos poluentes na operação de transporte. Destaca-se a incorporação de HVO, que representa já cerca de 23% dos do total de kms percorridos, permitindo reduzir as emissões associadas ao transporte rodoviário sem comprometer a fiabilidade da operação.

Em 2025, avançamos também na diversificação dos modos de transporte, com a introdução da ferrovia como solução complementar para fluxos de longa distância. Foram estabelecidas ligações regulares entre Barcelona e Lisboa, com uma frequência de um a dois contentores por semana.

Esta evolução permite diminuir o impacto ambiental do transporte de longa distância, ao mesmo tempo que reforça a resiliência e flexibilidade da cadeia logística.



## 2.2 MELHORIA DO HABITAT

### 2.2.2 Cuidar do Planeta

#### Pegada de Carbono

##### Transporte Elétrico: Projeto-Piloto de Camião 100% Elétrico

Estamos a preparar a entrada do nosso primeiro veículo articulado pesado totalmente elétrico

Estamos a preparar a introdução do primeiro veículo pesado articulado totalmente elétrico na nossa operação de transporte. Em 2025 avançamos com o estudo de viabilidade técnica e económica deste projeto-piloto, com o circuito e a rota já definidos.

O veículo terá configuração double deck, com dois níveis de carga, permitindo maximizar a capacidade transportada e otimizar a utilização do ativo. O início da operação está previsto para 2026.

Esta iniciativa constitui um passo relevante no processo de descarbonização da operação de transporte, com o objetivo de contribuir para uma redução de 5% das emissões brutas da área de transportes até 2026.

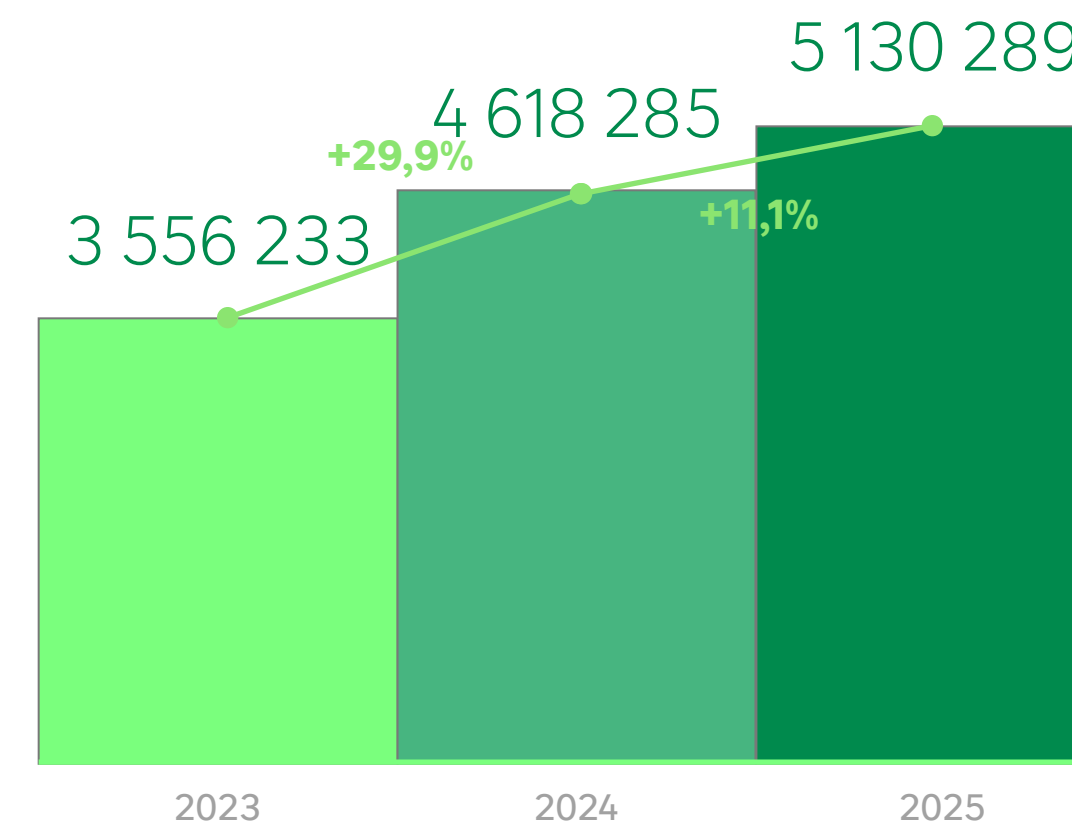
##### Lean & Green – Redução de Emissões no Transporte

Reduzimos 30% das emissões por unidade transportada, reforçando a nossa eficiência logística.

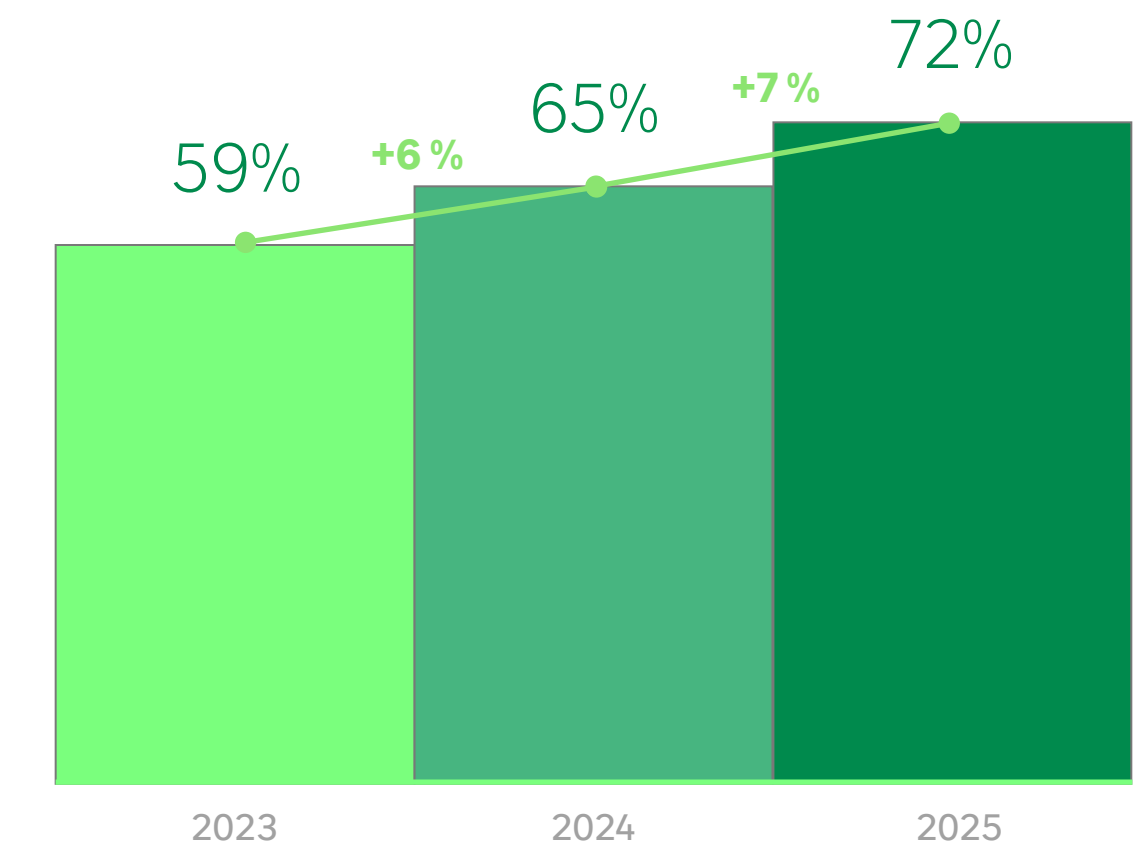
Reduzimos significativamente a intensidade carbónica da nossa operação de transporte, alcançando uma redução de 34,41% nas emissões por unidade transportada. Este resultado reflete o impacto das iniciativas implementadas, nomeadamente a melhoria da ocupação das rotas, a otimização da consolidação de cargas e a integração progressiva de combustíveis menos poluentes.

Este desempenho foi reconhecido com a atribuição de duas estrelas Lean & Green, referentes aos resultados alcançados em 2023 e 2024, tendo 2022 como ano de base.

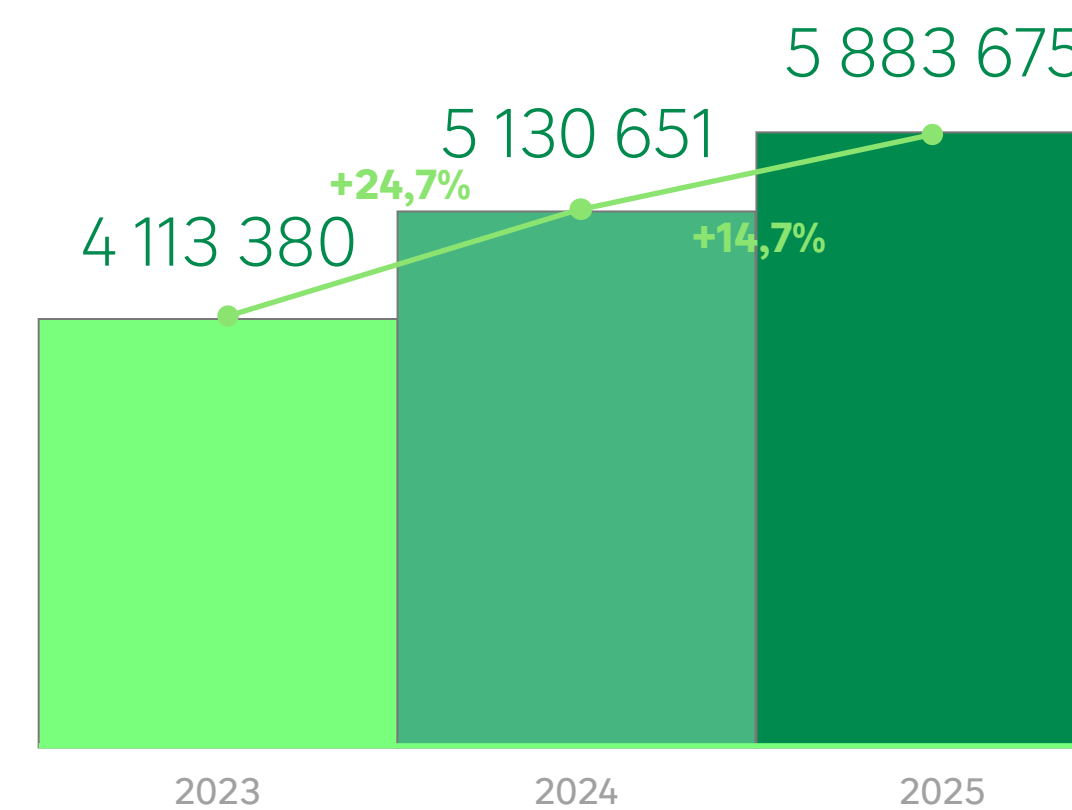
Eletricidade evitada adquirir (kWh)



Instalações em propriedade com autoconsumo



Eletricidade produzida (kWh)



#### Destaques

**Projeto piloto de Camião 100% Elétrico**

**+8,3** Na taxa de ocupação por rota, face a 2024

**23%** Frota movida a energias alternativas (GNL e HVO)



## 2.2 MELHORIA DO HABITAT

### 2.2.2 Cuidar do Planeta

#### Pegada de Carbono

#### Construir e Renovar com Sustentabilidade

##### Revisão do Caderno de Encargos para novos edifícios e renovações em lojas e entrepostos LEROY MERLIN

Em 2025, realizámos uma revisão do nosso caderno de encargos, integrando mais práticas que reforçam a sustentabilidade na construção e renovação dos nossos edifícios. Esta actualização inclui a adopção de programas e iniciativas que promovem soluções mais eficientes — como melhorias de isolamento, integração de painéis solares e requisitos de certificações adequadas ao sector do retail.

#### Renovação de Certificações ambientais dos edifícios

A renovação das certificações BREEAM e LEED reflete o nosso empenho em manter edifícios eficientes, sustentáveis e alinhados com os padrões internacionais mais exigentes.

Em 2025, reforçámos o nosso compromisso com a gestão sustentável dos nossos edifícios através da renovação das certificações ambientais, assegurando que as nossas lojas continuam a cumprir padrões internacionais exigentes em eficiência, desempenho

e impacto ambiental. Ao longo do ano, renovámos as certificações BREEAM de 11 lojas, garantindo que estes espaços mantêm práticas responsáveis e alinhadas com as melhores referências do setor. A sede e o CDN - o entreposto do Ribatejo, são edifícios certificados pelo LEED. Estas certificações ambientais refletem o nosso empenho em operar de forma mais sustentável, reduzindo os impactos ambientais e melhorando a qualidade do edifício para os seus trabalhadores e clientes que os visitam.

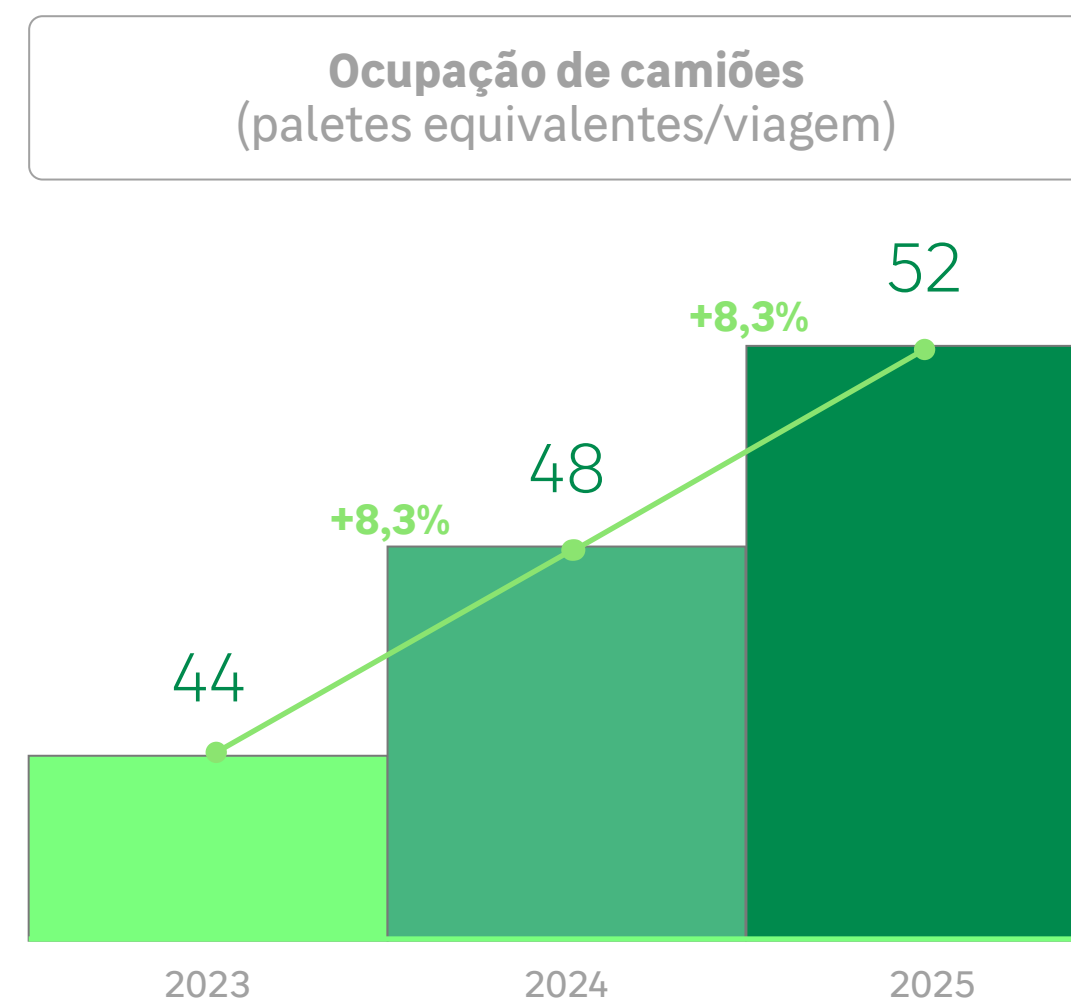
#### App Carbono - Earth Hero

Incentivamos os colaboradores a reduzir a sua pegada de carbono com informação, gamificação e reconhecimento.

Desenvolvemos o projeto App Carbono, em parceria com a Earth Hero, uma aplicação permitirá que os colaboradores de loja acompanhem a sua pegada de carbono individual, ao mesmo tempo que a empresa passa a dispor de uma ferramenta para medir, acompanhar e prevenir impactos a nível coletivo.

A App Carbono assume-se como um instrumento de apoio ao cumprimento das nossas metas de carbono, promovendo a sensibilização e a responsabilização individual e coletiva. As formações em loja começaram em 2025, e terão continuidade ao longo de 2026.

A aplicação integrará uma dinâmica de gamificação, assente numa lógica de competição entre lojas, com rankings acompanhados pela sede e um sistema de reconhecimento para as equipas melhor classificadas, com a atribuição de recompensas.



#### Destaques



**3** Novas Instalações com Gestão Técnica Centralizada em GSB

**30%** eletricidade adquirida com PPA

**-30%** Emissões por unidade transportada

#### Onde vamos estar focados em 2026

- Vamos manter o foco na automação e na eficiência da gestão dos nossos edifícios e operações
- Continuar a investir na expansão do fotovoltaico
- Alargar a rede de carregamento nas lojas, promovendo uma mobilidade mais sustentável
- Partilha de dashboard trimestrais com resultados associados à eficiência e sustentabilidade dos nossos edifícios, para sensibilização das equipas operacionais



## 2.2 MELHORIA DO HABITAT

### 2.2.3 Novos Negócios

#### O Contexto que Nos Envolve

O modelo de economia linear que domina a atualidade está associado a um processo composto pelas etapas “extrair, produzir, usar e descartar”. Com ele geram-se elevados volumes de resíduos e perdas de valor num contexto de recursos naturais finitos. Estes padrões de consumo revelam-se cada vez menos ajustados à escassez de recursos e à necessidade de uma utilização mais eficiente dos materiais, sobretudo quando confrontados com o crescimento populacional.

Para responder a este desafio, a União Europeia tem vindo a promover a transição da economia linear para a economia circular, através de políticas como o European Green Deal e o Circular Economy Action Plan, que incentivam a prevenção de resíduos, a reparação, a reutilização e o ecodesign.

Na União Europeia, a produção de resíduos urbanos mantém-se elevada, com mais de 511 kg por habitante por ano, sendo reciclada apenas uma parte limitada destes resíduos. Apesar dos progressos, muitos Estados-Membros permanecem abaixo das metas europeias de reciclagem para 2030, reforçando a urgência de acelerar a transição para modelos mais circulares.

Em Portugal, e apesar dos avanços registados, os níveis de circularidade continuam aquém dos objetivos europeus, evidenciando a necessidade de promover modelos alternativos à economia linear e padrões de consumo mais conscientes e responsáveis.

#### O Nosso Papel na Mudança

Perante a economia linear e a escassez de recursos, adotamos a economia circular como eixo estratégico. Desenvolvemos serviços que integram a circularidade na nossa oferta, facilitando escolhas responsáveis e incentivando novos comportamentos de consumo.

Ao prolongar o ciclo de vida dos produtos e reduzir o uso de matérias-primas, promovemos uma operação mais sustentável e resiliente. Neste cenário, os nossos serviços atuam como catalisadores centrais para viabilizar novos modelos de consumo alinhados com os desafios atuais.

#### Indicadores do País e do Mundo

**511 kg de resíduos produzidos por habitante por ano, na UE**

**11,8% - taxa de utilização circular dos materiais na UE**

**2,8% - taxa de utilização circular dos materiais em Portugal**

Fontes adicionais sugeridas:  
**Circularity Gap Report 2025**

**Agenda 2030 ODS**



#### DENTRO DE PORTAS

**Vanessa Seixas**  
Gestora Operações Negócio Circular



Liderar a transição para a economia circular na LEROY MERLIN é, para mim, uma resposta urgente ao modelo de ‘extrair, produzir e descartar’ que esgota o nosso planeta. O meu compromisso é adaptar o nosso negócio, trocando cada vez mais a escassez pela eficiência através do aluguer, reparação e da monetização do desperdício, com projetos de segunda vida como os ‘Quase Perfeitos’. O meu papel é garantir que cada serviço circular que oferecemos ajude os nossos clientes a consumir de forma consciente, provando que é possível crescer respeitando os limites dos recursos naturais e contribuindo igualmente para o modelo económico da empresa.



#### Indicadores



#### A nossa evolução



#### Onde queremos chegar

	2023	2024	2025 Onde estamos	24-25 Progresso	2027
Faturação de serviços circulares (%)	0,10%	0,14%	0,25%	+0,11 p.p.	-
Taxa de triagem (%)	79,5%	81,1%	83,2%	+2,1 p.p.	90%

#### ODS



\*anos não comparáveis dado que o crescimento se deveu ao aumento do número de lojas



## 2.2 MELHORIA DO HABITAT

### 2.2.3 Novos Negócios

#### Alugueres

#### Iniciativas chave da Casa: estratégia em ação

#### Aluguer de Ferramentas para cliente particular: Mais Uso, Menos Consumo, agora disponível em 100% das lojas formato GSB e Compact

Disponibilizamos uma alternativa à compra que promove mais utilização dos produtos e menos consumo de recursos.

O serviço de Aluguer de Ferramentas MDH ganhou escala, tendo sido ampliado das lojas piloto para 100% das lojas com formato GSB e Compact, reforçando a oferta ao cliente profissional e particular. Este serviço, que promove a economia circular, oferece uma alternativa flexível e acessível à compra de ferramentas para utilização pontual.

Este serviço oferece ao cliente particular uma alternativa prática à compra de ferramentas para uso pontual, promovendo um modelo de consumo flexível e alinhado com os princípios da economia circular.

Dispomos de uma vasta gama de ferramentas e máquinas de jardim, ideais tanto para projetos de bricolage (DIY) como para a manutenção e limpeza de jardins ou terrenos.

#### Parceria acelera expansão de serviço de aluguer de equipamentos para cliente profissional

Facilitamos o acesso a equipamentos profissionais através do aluguer, apoiando a atividade em obra e promovendo um modelo de consumo mais eficiente.

O serviço de aluguer de equipamentos para clientes profissionais (PRO) foi reforçado com a parceria que estabelecemos com a Vendap. Esta parceira permitiu-nos acelerar e ampliar este serviço num maior número de lojas, reforçando a proximidade e qualidade da resposta às necessidades do nosso cliente profissional.

Numa lógica de apoio ao cliente profissional e de resposta às necessidades específicas do setor, disponibilizamos equipamentos de gama PRO para utilização em obra, evitando investimentos elevados em máquinas destinadas a usos pontuais.

Este serviço encontra-se atualmente disponível em 14 lojas, estando previsto para 2026 a abertura de mais 2 lojas. Esta expansão permitirá ampliar a nossa cobertura, garantindo maior proximidade e conveniência aos profissionais que procuram soluções fiáveis e acessíveis para os seus projetos.



No caso dos clientes profissionais, o serviço de aluguer representa igualmente uma vantagem económica, ao permitir o acesso a equipamentos adequados às suas necessidades sem a necessidade de investimento na aquisição, manutenção ou armazenamento.

#### Onde vamos estar focados em 2026

- Fazer crescer o valor de vendas aluguer de equipamentos gama profissional em 28,81% até 2027, aumentando o peso do negócio “Aluguer”, no modelo de negócio;
- Expandir a solução de aluguer de equipamentos gama profissional para 20 lojas até 2027.



## 2.2 MELHORIA DO HABITAT

### 2.2.3 Novos Negócios

#### Segunda Vida

#### Iniciativas chave da Casa: estratégia em ação

#### Business Case - Quase Perfeitos

##### Circularidade Gera Valor Económico e Ambiental

A validação do modelo de negócio dos **Quase Perfeitos** confirmou o seu contributo para a economia circular e para a criação de valor económico no modelo atual da empresa, através da monetização da quebra. Artigos com pequenos defeitos que representavam custos para a empresa, hoje são geradores de valor económico, ambiental e social.

Os resultados obtidos com o business case desenvolvido na loja de Albufeira foram determinantes para a decisão de escalar este conceito a 100% das lojas com formato GSB, reforçando a sua integração na estratégia de circularidade da LEROY MERLIN.

A implementação deste modelo contou com a colaboração de stakeholders internos — nomeadamente as equipas de performance, conceito, vendas e operações — assegurando uma abordagem transversal e alinhada com os objetivos estratégicos da empresa. Adicionalmente, o envolvimento de clientes com sensibilidade e adeptos do mercado de segunda vida tem sido um fator crítico para o sucesso e consolidação deste conceito, contribuindo para escolhas de consumo mais responsáveis.

#### Expansão do conceito Quase Perfeitos: Mais Escala e Sustentabilidade

**Expandimos o conceito Quase Perfeitos a mais lojas, tornando os produtos de segunda vida mais acessíveis**

Em 2025, iniciámos a expansão do conceito Quase Perfeitos, tornando estes produtos acessíveis aos nossos clientes de diferentes pontos do país. Ao terminarmos 2025 com 10 lojas já implementadas, demos seguimento à estratégia de economia circular da empresa, um dos pilares de crescimento e de diferenciação no mercado.

A definição de planogramas base, o estudo do potencial de faturação por loja, e a definição de processos e materiais de suporte asseguraram uma implementação consistente, escalável e alinhada com as expectativas dos clientes e objetivos de sustentabilidade.

Este trabalho permitiu-nos alcançar uma implementação em loja mais eficiente, mais rápida e, sobretudo, mais adaptada às especificidades de cada espaço, reforçando a consistência e a escalabilidade do modelo Quase Perfeitos.





## 2.2 MELHORIA DO HABITAT

### 2.2.3 Novos Negócios

#### Segunda Vida

##### Upcycling de fardas: viver a segunda vida de dentro para fora

Em 2025 demos continuidade ao projeto de upcycling de fardas. Uma vez em fim de vida, as fardas dos colaboradores da LEROY MERLIN são entregues à United to Remake, nosso parceiro no tema do upcycling, para que com criatividade, utilidade e acima de tudo sustentabilidade dê uma nova vida a este sub produto têxtil.

Continuamos projetos já iniciados em 2023 e 2024, nomeadamente a fita colaborador LEROY MERLIN, feita a partir dos pólos que constituem a farda e da gama PET, um conjunto de artigos que usa como base todos os materiais e tipo de têxtil presentes no fardamento LEROY MERLIN.

Como novidade de 2025, destacamos a parceria realizada com a ANIMAS, uma IPSS que treina cães de assistência e intervenção social, realizando visitas a crianças hospitalizadas, adultos em fase de doença prolongada ou sessões de tratamento, consultas de psicologia, entre outros momentos, e cuja presença do animal devidamente treinado para o efeito resulta na diminuição da percepção de dor, menor nível de ansiedade e stress, auxílio aos profissionais de saúde na intervenção em situações de trauma, melhoria

dos sentimentos de solidão, bem como promoção de perceções positivas relacionadas à saúde. Neste sentido, as fardas em fim de vida deram origem a 77 dorsais e outros elementos usados por estes cães no seu dia a dia de intervenção, tornando o ambiente mais leve e descontraído.

No mesmo sentido, e devido ao lançamento do nosso novo programa de voluntariado - o RECRUA - foi produzido um KIT voluntário cujo saco resulta da transformação de calças provenientes do fardamento, tendo sido produzidas 2520 unidades.

A mensagem é clara: cada colaborador pode contribuir para iniciativas de circularidade, começando por preservar ao máximo a sua farda, mas uma vez em fim de vida, há ainda uma solução para a mesma... e que no caso da fita de colaborador é bem visível no seu dia a dia de trabalho, denotando um motivo de orgulho.

#### Onde vamos estar focados em 2026

- Vamos estar presentes em 100% das lojas de grande formato, aumentando exponencialmente a nossa oferta de um ponto de vista geográfico e alcançando um elevado número de clientes.
- Desenvolver o acondicionamento como driver de crescimento da faturação de segunda vida.
- Reforçar a oferta omnicanal, aumentando referências de segunda vida e peças de reparação no marketplace.





## 2.2 MELHORIA DO HABITAT

### 2.2.3 Novos Negócios

#### Reparação

#### Iniciativas chave da Casa: estratégia em ação

##### Abertura da 3ª oficina de reparação LEROY MERLIN

**Damos mais um passo para prolongar a vida útil dos equipamentos, oferecendo aos clientes um espaço completo de reparação, manutenção e outros serviços técnicos ágeis**

Loja de Alfragide inaugura a 3.ª oficina de reparação da LEROY MERLIN PORTUGAL para oferecer aos clientes mais um espaço para manutenção, reparações e outros serviços que prolongam a vida útil dos equipamentos.

Para além dos serviços de manutenção e reparação geral de equipamentos, disponibilizamos, através da nossa oficina, a venda de peças de reparação, serviços de modelação e impressão de peças em 3D, bem como reparações express e aconselhamento especializado, tornando-nos diferenciadores e aportadores de valor junto do cliente, em especial do cliente profissional. Esta oficina assume igualmente um papel central no acondicionamento de equipamentos, assegurando o diagnóstico, limpeza e reparação de máquinas que são posteriormente encaminhadas para os espaços físicos de segunda vida existentes em algumas lojas LEROY MERLIN (lojas de grande formato), contribuindo para a extensão do ciclo de vida dos produtos e para a promoção da economia circular.

A localização da oficina em Alfragide reflete a nossa aposta estratégica na proximidade ao cliente profissional, um segmento com peso relevante nesta loja. A disponibilização de serviços express permite-nos apoiar a continuidade da atividade destes clientes, garantindo rapidez e eficiência na resolução de imprevistos associados a equipamentos elétricos.

Adicionalmente, as oficinas internas contribuem para a redução de quebras de loja e de devoluções, ao assegurarem um serviço técnico in loco que permite responder de forma célere a questões técnicas e reforçar a qualidade do apoio ao cliente.

A LEROY MERLIN PORTUGAL é TOP 1 no grupo ADEO, atingindo a melhor taxa de reparação entre todas as unidades de negócio. De um ponto de vista nacional, que inclui toda a reparação de artigos comprados na LEROY MERLIN (marca da casa e marca de fornecedor), em 2025 foi atingido um valor de 69%. Isolando todas as reparações realizadas nos nossos centros de reparação internos, o valor sobe para 85,6%, atingindo o melhor valor de sempre.

##### Projeto piloto de serviço de acondicionamento de ferramentas impulsiona espaços de venda de produtos segunda vida

**Ferramentas acondicionadas alimentam os espaços de segunda vida, impulsionando os negócios circulares**

Com o lançamento do projeto-piloto de acondicionamento interno de ferramentas alimentamos com produtos acondicionados os espaços de venda de segunda vida, impulsionando os negócios circulares e prolongando a vida útil dos produtos.

Os serviços de reparação e os espaços de segunda vida operam de forma integrada e complementar, reforçando-se mutuamente. À medida que os espaços físicos de venda de segunda vida têm vindo a aumentar nas lojas de grande formato da LEROY MERLIN, as análises realizadas evidenciaram que a família das ferramentas é a mais procurada neste segmento, tornando estratégica a implementação de um modelo interno de acondicionamento destes artigos.

Os resultados demonstram o potencial deste modelo: cerca de 50% das ferramentas acondicionadas disponibilizadas nos espaços de segunda vida são vendidas em menos de 48 horas, sendo esta a família de produtos com maior rotação. Com base nestes dados,

iniciámos os primeiros testes de um circuito interno entre lojas, centro de distribuição nacional e oficinas de reparação, que passaram a assumir um papel relevante no abastecimento destes espaços e a contribuir de forma positiva para a sua faturação.

As ferramentas acondicionadas têm origem maioritariamente em devoluções, avarias cujo orçamento de reparação não foi aprovado pelo cliente, ou produtos de exposição. Uma equipa técnica interna especializada assegura o diagnóstico, a manutenção e, quando necessário, a reparação destes equipamentos, garantindo que, apesar de não serem novos, mantêm níveis elevados de funcionalidade e vida útil, mantendo a garantia legal como se de um equipamento novo se tratasse.

Após o acondicionamento, os equipamentos são distribuídos pelas lojas com espaços físicos de segunda vida, gerando um impacto positivo em diferentes níveis: para os clientes, que acedem a produtos em bom estado e a preços mais acessíveis; para a LEROY MERLIN, através do reforço da faturação dos negócios circulares; e para o ambiente, ao evitar a produção prematura de novos equipamentos e a utilização adicional de recursos naturais e matérias-primas.



## 2.2 MELHORIA DO HABITAT

### 2.2.3 Novos Negócios

#### Reparação

##### Projeto piloto de reparação de torneiras em 2 horas

**Através da reparação express de torneiras em até duas horas, aumentamos a satisfação dos nossos clientes e a eficiência de gestão de devoluções e quebras**

Com o lançamento do projeto-piloto de reparação express de torneiras, com um tempo de resposta até duas horas, testado entre a loja da Amadora e a oficina de reparação da Alta de Lisboa, aumentámos a reparabilidade dos produtos, a satisfação do cliente e a eficiência operacional.

A reparação de determinadas famílias de produtos, como as torneiras, exige rapidez e agilidade, dada a sua utilização essencial no dia a dia dos clientes. Neste contexto, a ADEO lançou o desafio a vários países para testarem modelos internos e parcerias capazes de responder a esta necessidade. Em Portugal, avançámos com este piloto, articulado entre loja e oficina de reparação. Estabelecemos ainda uma parceria com a GLOVO, para assegurar a logística necessária ao serviço. Com o objetivo de testar, otimizar e consolidar o modelo de funcionamento, esta iniciativa constitui um passo relevante para uma futura expansão a outras lojas, dando continuidade a uma abordagem baseada em resultados e melhoria contínua.

Para além de reforçar a reparabilidade e evitar o fim de vida prematuro de alguns artigos, o serviço de reparação express contribuiu igualmente para a melhoria da performance financeira, nomeadamente através da redução das quebras associadas a estes produtos, mantendo elevados níveis de satisfação do cliente.

#### Onde vamos estar focados em 2026

- Definir a estratégia futura da reparação, avaliando a dispersão geográfica e o modelo de localização das oficinas internas.
- Continuar a provar a rentabilidade do modelo de negócio da reparação, com um resultado operacional positivo, logo no 1º ano de atividade (caso de Alfragide)





## 2.2 MELHORIA DO HABITAT

### 2.2.3 Novos Negócios

#### Triagem

#### Iniciativas chave da Casa: estratégia em ação

Definimos uma estratégia transversal de gestão de resíduos para tornar os nossos sites mais eficientes e alinhados com os nossos objetivos ambientais.

Estamos a desenvolver uma Estratégia de Gestão de Resíduos transversal a todos os sites, com planos de ação específicos por cada um dos nossos edifícios, com o objetivo de melhorar a performance operacional associada à gestão de resíduos.

A estratégia abrange todos os sites - lojas, escritórios e entrepostos - da LEROY MERLIN Portugal, e promove uma abordagem integrada e coerente à gestão de resíduos em toda a operação.

Com o apoio de uma consultora externa, estamos a delinear um plano de ação que integra planos específicos de ação para cada um dos edifícios, com oportunidades de melhoria, boas práticas e ações concretas, para otimizar a triagem e o encaminhamento de resíduos. Esta abordagem reflete o nosso compromisso com a melhoria contínua, e com a criação de ações que geram valor para as pessoas e para o planeta. A estratégia e o plano de ação preveem uma implementação ocorra ao longo de três anos, após os quais a empresa deverá ter melhorado a gestão de resíduos, estando mais alinhada com os objetivos ambientais da empresa e com as expectativas dos nossos stakeholders.

#### Lojas prioritárias

Concentramos esforços nas lojas com maior potencial de melhoria, direcionando recursos onde o impacto na taxa de triagem é mais significativo

Com a iniciativa Lojas Prioritárias identificámos as lojas com pior performance, em termos de taxa de triagem e maior impacto no indicador, devido às quantidades de resíduos produzidos, para focarmos os nossos recursos e esforços onde são mais necessários.

Esta abordagem contribui diretamente para a nossa estratégia. Ao focarmo-nos nas lojas com maior margem de melhoria, somos mais eficazes na perseguição do objetivo da empresa: atingirmos uma taxa de triagem de 82%, concentrando os esforços.

Para estas lojas elaborámos planos de ação específicos, com um acompanhamento regular, que combina reuniões mensais e com visitas trimestrais, permitindo-nos identificar desafios e eventuais obstáculos, e trabalhar em conjunto com as equipas para os resolver.

#### Software de resíduos

Um novo software que nos permite reforçar a gestão dos nossos resíduos

Desenvolvemos um software de gestão de resíduos, em parceria com a LEROY MERLIN Espanha, para uniformizar processos, reforçar a rastreabilidade e melhorar a fiabilidade dos dados.

No âmbito da nossa estratégia de Impacto Positivo, reconhecemos que a evolução dos sistemas digitais é determinante para garantir uma gestão de resíduos mais eficiente, precisa e fiável. O desenvolvimento do software, um projeto conjunto entre a LEROY MERLIN Portugal e a LEROY MERLIN Espanha, tem como objetivo uniformizar procedimentos e reforçar a eficiência, a rastreabilidade e a conformidade legal associadas a este processo. Esta parceria permitiu desenhar uma solução comum que automatiza a base de dados e suporta a solicitação de recolhas, a emissão de guias, a identificação e classificação dos resíduos, bem como o registo e acompanhamento estruturado das quantidades produzidas e encaminhadas pelos fornecedores.

A utilização do software permitirá melhorar a precisão e a fiabilidade dos dados de resíduos, e acompanhar com maior rigor a performance dos sites e o serviço

prestado pelos fornecedores, ao mesmo tempo que suporta a monitorização e melhoria contínua da taxa de triagem e da eficiência operacional. Alinhada com as orientações do Grupo ADEO, esta solução representa um passo relevante na maturidade digital da nossa gestão ambiental, com lançamento previsto para 2026.

#### Destaques



83,2% Taxa de triagem

#### Onde vamos estar focados em 2026

- Garantir o cumprimento do objetivo de taxa de triagem para 2026: 84%
- Trabalhar na implementação do plano de ação a resultar da Estratégia de Gestão de Resíduos em construção
- Implementação de metodologias Lean de melhoria contínua, suportadas pela adoção de plataformas que assegurem a rastreabilidade e automatização de dados



## 2.3 GOVERNANCE

### 2.3.1 ÉTICA

#### Lançamento da Política de Conflito de Interesses

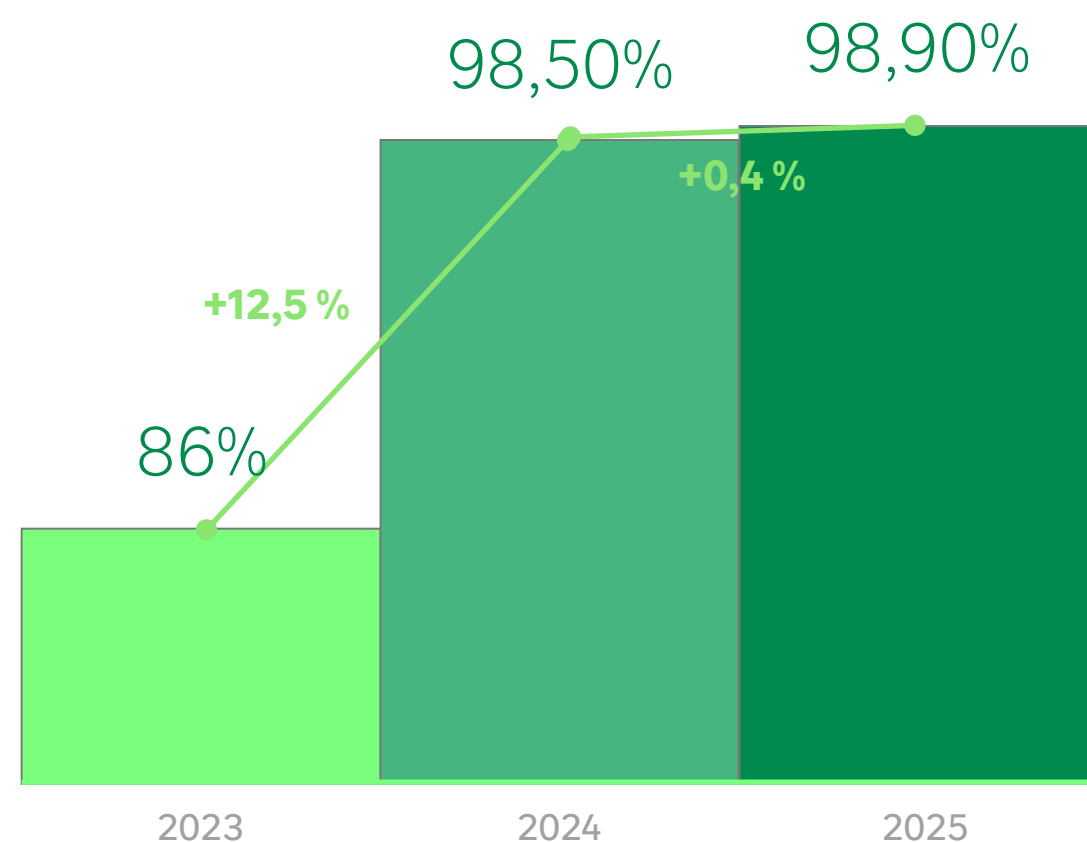
Lançámos a Política de Conflito de Interesses, aplicável a todos os colaboradores, garantindo a identificação, comunicação e acompanhamento estruturado de potenciais conflitos, em alinhamento com os princípios de integridade da LEROY MERLIN Portugal.

Com o lançamento da Política de Conflito de Interesses, passámos a dispor de um enquadramento claro para a identificação de potenciais situações de conflito e para o respetivo seguimento dentro da organização.

Esta política aplica-se a todos os colaboradores, garantindo que cada pessoa sabe reconhecer as situações que devem ser reportadas e como o fazer, promovendo uma atuação transparente e alinhada com os princípios de integridade da LEROY MERLIN Portugal.

O trabalho desenvolvido incluiu a criação, validação e comunicação da Política de Conflito de Interesses, na qual se encontram claramente identificadas as situações que devem ser comunicadas através da ferramenta adequada, bem como os interlocutores responsáveis pelo seu tratamento, assegurando um acompanhamento consistente.

#### Colaboradores formados no Código de Conduta Ética



Em 2025 continuámos a formar os nossos colaboradores no Código de Conduta Ética, tendo atingido 98,9% de colaboradores formados. Isto representa um aumento de 0,4 % face a 2024.

#### Pedagogia transversal em Compliance

Promovemos uma ação de pedagogia transversal em Compliance, através de sessões de formação adaptadas às diferentes áreas. Com esta capacitação reforçamos o conhecimento de o alinhamento da cultura de compliance na empresa.

No âmbito de uma pedagogia transversal à empresa, promovemos o aumento do conhecimento da organização sobre o tema de Compliance, assegurando que este é integrado de forma consistente em todas as áreas da nossa atividade.

A nossa abordagem concretiza-se através de ações de pedagogia junto de cada entidade da empresa, recorrendo a reuniões e formação presencial realizadas nas lojas, plataformas e serviços internos. Estas iniciativas permitem adaptar os conteúdos às diferentes realidades operacionais, promovendo uma compreensão prática e partilhada sobre o tema.

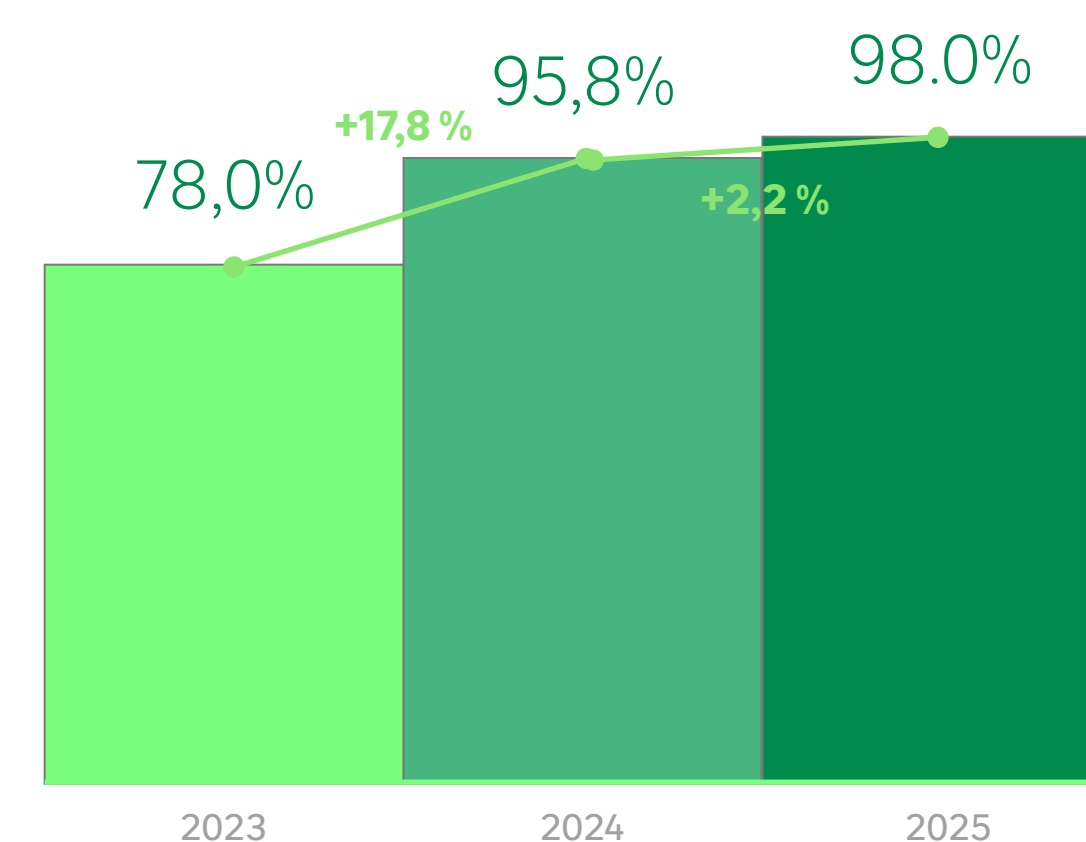
#### Onboarding da totalidade dos elementos do COMEX no Programa de Compliance

Todos os membros do COMEX foram integrados no Programa de Compliance 2025, garantindo alinhamento estratégico e reforçando o seu papel na disseminação transversal das boas práticas na organização.

Reconhecemos que o envolvimento de todos os elementos do COMEX no Programa de Compliance é determinante para acelerar a implementação e a disseminação das boas práticas em toda a empresa. Por isso, apresentámos o Programa de Compliance 2025 a todos os membros do COMEX, garantindo um alinhamento comum sobre os seus objetivos e prioridades, e reforçando o seu papel na dinamização do tema junto das equipas.

Foi ainda promovida a desmultiplicação destes conteúdos nas respetivas áreas, de forma a aumentar o conhecimento e a apropriação do Compliance em toda a organização, assegurando uma abordagem coerente e transversal.

#### Colaboradores formados em proteção de dados



A formação de colaboradores em proteção de dados também tem sido uma prioridade, chegando ao final de 2025 com 98% dos colaboradores formados nesta temática. Observou-se um aumento de 2,2 % face a 2024.

#### Destaques

98,9% Colaboradores formados no Código de Conduta Ética

98% Colaboradores formados em proteção de dados

#### Onde vamos estar focados em 2026

- Dar continuidade à pedagogia transversal à empresa;
- Apresentação a todos os elementos do COMEX dos resultados e metas atingidos pelo Programa de Compliance 2026 e solicitação de desmultiplicação dos temas junto das suas equipas;
- Avaliação da honorabilidade de terceiros.



## 2.3 GOVERNANCE

### 2.3.2 CULTURA

#### Iniciativas chave da Casa: estratégia em ação

##### Consolidação da Plataforma de Impacto Positivo e Mobilização das Equipas Lakaa

Em 2025 consolidámos o papel da plataforma Lakaa, como instrumento estratégico para impulsionar os indicadores humanos e ambientais prioritários para o Grupo ADEO e os KPIs prioritários da LEROY MERLIN Portugal, reforçando a nossa responsabilidade corporativa.

Após o lançamento da plataforma em 2024, no ano de 2025 a Lakaa consolidou a sua eficácia na mobilização, acompanhamento e valorização das iniciativas implementadas, alinhando as nossas equipas com os objectivos estratégicos e KPIs de sustentabilidade do Grupo Adeo e da LEROY MERLIN Portugal. A partir de 2025, a Lakaa passou a ser uma ferramenta central de animação sobre o contributo da equipa para o Adeo Positive Index\* (API) na LEROY MERLIN Portugal, através das iniciativas que estão na plataforma, e que vão sendo realizadas.

Em 2025 a plataforma voltou a disponibilizar um catálogo de iniciativas prioritárias, recomendadas e opcionais, promovendo a inovação e a participação activa das equipas. Ao longo do ano, 61 equipas registaram a realização de cerca de 1 500 iniciativas, um valor que reflete o dinamismo e o envolvimento interno da nossa equipa. Um dos fatores de sucesso é o recurso que a plataforma faz da gamificação e recompensa, atribuindo pontos sempre que uma iniciativa é concretizada, estando o maior ou menor

número de pontos associado ao nível de prioridade de cada iniciativa (prioritária, recomendável ou opcional). Através de um sistema de pontuação, rankings e reconhecimentos, a plataforma estimula simultaneamente o desempenho, o esforço individual e colectivo, e a concretização de acções com impacto mensurável, promovendo uma cultura de responsabilidade, colaboração e melhoria contínua.

Os resultados dão origem a rankings de mérito por conceito de loja (GSB, Compact e Essencial), por plataforma logística e por desafio. Anualmente, as cinco equipas melhor classificadas são distinguidas com um prémio monetário. A equipa vencedora recebe, adicionalmente, o selo de loja/estabelecimento positivo, pelo seu contributo de excelência para a estratégia de Impacto Positivo do Grupo.

O progresso da implementação das iniciativas e da sua concretização pelos colaboradores é acompanhado de forma contínua por elementos da equipa Impacto Positivo e, na nova sede, através de um ecrã dedicado, assegurando a sua monitorização e visibilidade permanente, e em tempo real. Os resultados alcançados permitem medir o progresso da empresa face às metas traçadas e relacionar o impacto do desempenho de sustentabilidade na valorização da ação da ADEO.

##### Sustentabilidade integrada no descritivo de missão

Iniciámos em 2025 a integração da sustentabilidade nos descritivos de missão, dando visibilidade ao contributo concreto de cada área funcional para o desempenho sustentável da organização e para o impacto positivo nas pessoas e no ambiente. Esta iniciativa teve início nas áreas de vendas e logística, consideradas estratégicas pelo seu elevado potencial de influência nos principais indicadores ESG.

Em 2025, integrámos o descritivo de sustentabilidade em 10 missões, permitindo mapear de forma estruturada o contributo de cada função para os objetivos de sustentabilidade da empresa. Em articulação com a indexação da remuneração ao progresso em sustentabilidade — já existente na organização através do mecanismo de valorização da acção ADEO — esta abordagem representa um novo patamar de maturidade na incorporação do ESG no modelo de negócio, ao clarificar responsabilidades e alinhar o desempenho individual com os compromissos estratégicos da empresa.

As primeiras missões a integrar este descritivo foram as de Category Managers, Animador de Comunidade, Coordenador e Responsável de Transportes B2B e B2C, Director de Transportes, Chefe de Logística e Gestor Operacional de Logística, estabelecendo uma base sólida para a extensão progressiva desta prática a outras funções da organização.

#### Destaques

**1509** iniciativas registadas na plataforma

**61** equipas participaram nas iniciativas

#### Onde vamos estar focados em 2026

- Realização de plano de ação por site (Loja, Entrepasto, Sede)
- Vamos tangibilizar a participação e contributo de cada colaborador para os objetivos e de sustentabilidade definidos





## 2.3 GOVERNANCE

### 2.3.3 PERFORMANCE

#### Iniciativas chave da Casa: estratégia em ação

##### Quantificação financeira do impacto ambiental e integração na performance

No âmbito da nossa ambição de integrar o impacto ambiental na tomada de decisão económica, desenvolvemos uma abordagem inovadora para quantificar o impacto ambiental, e integrá-lo nas decisões económicas da LEROY MERLIN Portugal. O âmbito deste iniciativa teve como foco as emissões de Gases com Efeito de Estufa (GEE), reconhecidas como um dos principais impactos ambientais mais relevantes da empresa.

##### **Metodologia desenvolvida para a monitorização das emissões de GEE**

Esta quantificação atribui um valor monetário às emissões de gases com efeito de estufa, definido em **90 euros por tonelada de CO<sub>2</sub> equivalente**, com base numa análise que fizemos do mercado de carbono. Este valor é aplicado integralmente às emissões de Âmbitos 1 e 2, refletindo a responsabilidade direta da empresa sobre estas fontes de emissão. Ao nível financeiro, a nossa abordagem distingue-se da metodologia ambiental clássica, ao considerar exclusivamente a responsabilidade da empresa ao longo do ciclo de vida do produto, evitando duplicações de impacto.

Relativamente ao **Âmbito 3**, adotámos uma metodologia baseada na compreensão do nosso papel e grau de responsabilidade ao longo das etapas do ciclo de vida dos produtos. A responsabilidade financeira é atribuída

de forma proporcional, mantendo o mesmo valor base por tonelada de carbono. Adicionalmente, incorporámos na análise uma dimensão associada às emissões evitadas, frequentemente designada como Âmbito 4, não para subtrair emissões do total — o que não faria sentido do ponto de vista metodológico ambiental — mas para integrar financeiramente os benefícios gerados pelas melhorias e soluções de menor impacto.

O custo das emissões é calculado com base nos produtos efetivamente vendidos, permitindo-nos avaliar de forma concreta o impacto do que vendemos, em carbono, no nosso desempenho financeiro. Esta abordagem deu origem a um indicador interno de performance, designado **EBITAC**, que traduz o impacto do saldo financeiro das emissões de carbono nos resultados operacionais. Embora a designação esteja a evoluir, o conceito mantém-se como uma ferramenta essencial para monitorizar a convergência entre performance financeira e impacto ambiental. Nesta fase, a metodologia utiliza ciclos de vida padronizados por etapa, não diferenciando ainda entre produtos de marca própria e produtos de fabricante, o que constitui uma área de evolução futura.

##### **Conciliar o crescimento do negócio com o plano de descarbonização**

Um dos pilares deste projecto é o alinhamento entre o **plano financeiro e de crescimento da empresa, e o plano de descarbonização**. Trabalhamos ativamente para garantir que o crescimento das vendas seja compatível com a redução da pegada de carbono, promovendo uma

convergência entre os dois planos que permita identificar oportunidades de melhoria e mitigar o impacto do custo do carbono no desempenho financeiro global.

A redução da pegada de carbono é promovida, em grande medida, através da otimização do **mix de vendas**. Identificámos oito famílias de produtos que concentram a maioria das emissões associadas ao âmbito 3, nomeadamente: arrefecimento de espaço, aquecimento, aquecimento de água, iluminação, consumo de água, pintura, coberturas e cimentos. Estas categorias representam cerca de **60 a 70% das emissões, e 20 a 30% do volume de vendas**.

##### **Produtos mais eficientes e mudança de tecnologia, as duas alavancas de descarbonização**

A melhoria do desempenho de carbono assenta em duas grandes alavancas: **eficiência dos produtos e mudança tecnológica**. No caso da iluminação, por exemplo, definimos trajetórias de médio e longo prazo para aumentar progressivamente a venda de produtos com melhor classificação energética, reduzindo a oferta de soluções menos eficientes. A mudança tecnológica inclui também a promoção de alternativas com menor consumo energético, como a substituição de sistemas de ar condicionado por soluções mais eficientes, integradas numa lógica de venda responsável. A animação do mix de vendas é um processo transversal, que envolve múltiplas áreas da organização, garantindo que os produtos mais sustentáveis são competitivos, disponíveis

e correctamente promovidos. Este trabalho é desenvolvido no âmbito dos **ecossistemas da LEROY MERLIN Portugal**, que reúne uma equipa polivalente - oferta, supply e comércio, responsáveis pela definição e monitorização do mix de vendas. A performance associada ao impacto ambiental é analisada de forma regular, permitindo avaliar a correlação entre campanhas comerciais, escolhas de oferta e evolução dos indicadores.

Este processo é acompanhado de forma cíclica, com análises trimestrais, assegurando um equilíbrio entre rigor, acompanhamento contínuo e capacidade de adaptação. Trata-se de uma transformação estrutural, concebida como uma maratona com um horizonte de cerca de **10 anos**, assente no princípio de **“vender melhor”** e não **“vender menos”**, conciliando criação de valor económico com redução do impacto ambiental.

##### Destaques

**60 a 70% das emissões dos produtos estão concentradas em 8 categorias de produtos. Estas categorias correspondem a 20 a 30% do volume de vendas.”**

**Definimos como valor monetário das nossas emissões de GEE 90€/tonelada de CO<sub>2</sub>e, o que nos permite compreender as emissões dos produtos que vendemos, e monitorizar a convergência entre o nosso desempenho financeiro e impacto ambiental.**



## 2.3 GOVERNANCE

### 2.3.3 PERFORMANCE

#### Validação, acompanhamento e animação do Adeo Positive Index

O processo de validação dos objetivos dos indicadores do **Adeo Positive Index (API)** é realizado em **duas etapas complementares**, garantindo rigor metodológico, alinhamento estratégico e coerência com os objetivos do Grupo Adeo.

A primeira etapa ocorre no final do ano anterior ao período de referência. Nessa fase, todas as áreas envolvidas no API revêem os seus planos de ação e os valores associados aos respectivos indicadores, submetendo uma proposta consolidada à Adeo. Posteriormente, estes valores são validados ao nível da LEROY MERLIN Portugal pelo **Comité Executivo (COMEX)**, num processo que envolve a validação cruzada dos indicadores de impacto positivo, performance e recursos humanos. Esta validação interna assegura o alinhamento entre as diferentes dimensões da performance e a estratégia global da empresa.

Após esta etapa, as propostas são enviadas para a casa mãe do Grupo, a Adeo, onde são analisadas e escrutinadas, permitindo confirmar a adequação dos valores e assegurar a consistência entre Business Units. Importa referir que os indicadores em si são definidos a nível do Grupo, cabendo às Business Units a definição e validação dos valores e metas associadas. Numa segunda fase, e já durante o começo do ano seguinte, procede-se à revisão das metas sempre que os valores reais de fecho do ano anterior diferem das estimativas iniciais. Este ajustamento

#### Sabia que...

O Adeo Positive Index (API) é um índice interno da ADEO que mede o desempenho humano e ambiental das suas lojas, operações e produtos.

é fundamental, uma vez que o API assenta numa lógica de melhoria contínua, garantindo que os objectivos definidos reflectem de forma realista o ponto de partida e a ambição de progresso. Este processo culmina numa nova ronda de validação com a Adeo, permitindo que, por norma, os indicadores e respectivas metas estejam totalmente fechados até ao final do primeiro trimestre do ano.

Concluída a definição e validação dos indicadores, entramos na fase de **animação e acompanhamento do API**, essencial para manter o tema vivo na organização. Esta animação assenta na capacitação das equipas, na produção de conteúdos e na clarificação das metodologias de cálculo, assegurando que todos os intervenientes compreendem os indicadores, os seus objectivos e o seu impacto na performance global. Anualmente, realizamos formações dirigidas aos embaixadores de impacto positivo e às áreas envolvidas, atualizadas em função da evolução dos indicadores e das prioridades estratégicas. Em paralelo, asseguramos um acompanhamento mensal dos resultados, através da consolidação dos dados de melhoria do habitat e dos indicadores de recursos humanos, que alimentam um **dashboard de monitorização da evolução do API**.

O desempenho do API é também integrado nos momentos regulares de comunicação interna, nomeadamente através do vídeo mensal de performance da empresa, onde são apresentados, de forma integrada, os resultados financeiros e

O Adeo Positive Index (API) serve para orientar a estratégia de todas as empresas do Grupo, entre elas a LEROY MERLIN; na sua transformação positiva, alinhada com metas de sustentabilidade.



não financeiros. Adicionalmente, todas as lojas dispõem de um **scorecard físico**, localizado na área de comunicação interna, que permite acompanhar visualmente a performance da loja face aos objectivos definidos. Este scorecard é atualizado mensalmente pelos embaixadores de impacto positivo, com base nos dados disponíveis no dashboard.

Para além da comunicação contínua, o API é apresentado e discutido em momentos formais de governação interna, como as **assembleias de partilha e as reuniões dos comités de partilha**, reforçando o seu papel como instrumento central de alinhamento entre estratégia, operação e impacto positivo.

Com vista ao reforço da integração entre performance financeira e não financeira, está prevista, a partir de 2026, a inclusão sistemática do API nas reuniões mensais de loja, através do envolvimento do **Desafio Performance**. Esta evolução permitirá uma animação mais operacional dos planos de ação e uma atuação mais precisa sobre os indicadores em que as lojas têm maior capacidade de influência.

Desta forma, o Adeo Positive Index afirma-se como uma ferramenta estruturante, com uma dupla vertente: por um lado, como instrumento estratégico de orientação do impacto positivo; por outro, como elemento central da gestão da performance, promovendo uma integração efetiva entre sustentabilidade, operação e resultados do negócio.





## 2.3 GOVERNANCE

### 2.3.3 PERFORMANCE

#### Lançamento da plataforma ESG SWEEP

No contexto do reforço das exigências regulatórias e, em particular, da entrada em vigor da **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)**, o Grupo Adeo lançou o **Programa ESG** como resposta estruturante à necessidade de elevar o nível de maturidade, abrangência e fiabilidade do reporting ESG.

Um dos eixos de trabalho deste programa é a evolução para um novo modelo de reporting, suportado por uma plataforma dedicada — **SWEEP** — que permite reportar mais de **200 indicadores ESG**, face aos cerca de 30 a 40 indicadores reportados anteriormente.

O foco de trabalho concentra-se em duas áreas complementares. Por um lado, a implementação de uma nova plataforma tecnológica capaz de suportar um volume significativamente superior de dados, com maior robustez e potencial de automatização. Por outro, um trabalho aprofundado de **definição, harmonização e padronização das metodologias de cálculo** dos indicadores, garantindo a comparabilidade e a consolidação dos dados entre todas as Business Units do Grupo.

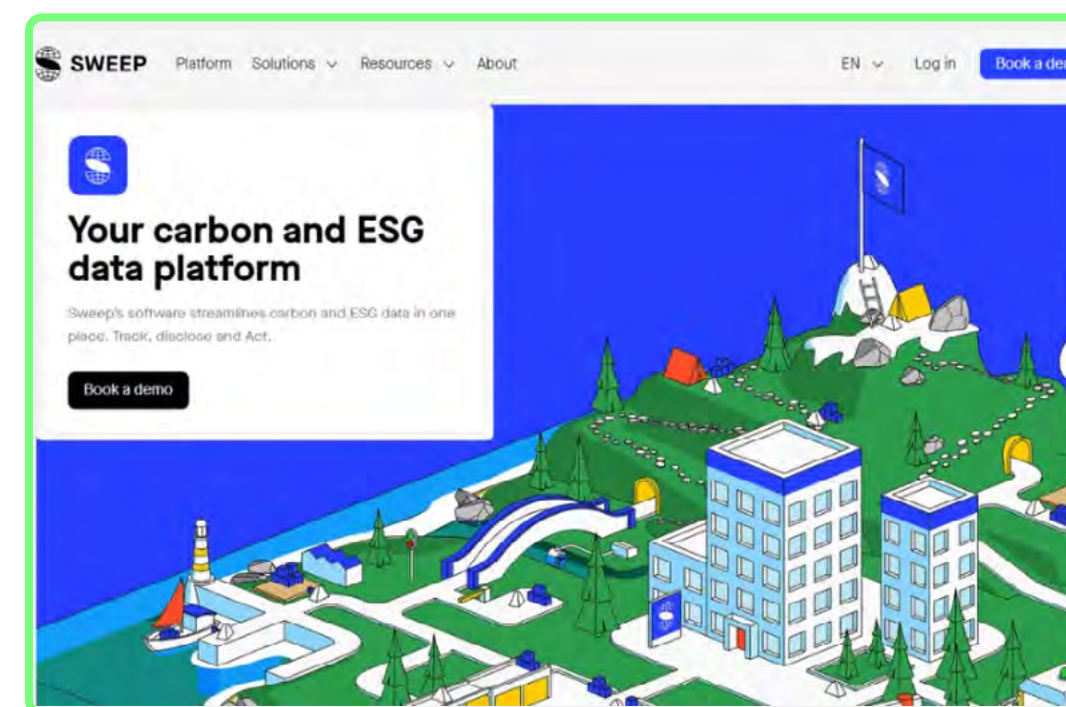
Neste âmbito foram criados **grupos técnicos de trabalho**, organizados por grandes dimensões — ambiental, social, financeira e de governance — responsáveis por definir, para cada indicador, a metodologia de cálculo, as fontes de dados e os critérios de reporte comuns. Este esforço é

particularmente relevante em indicadores transversais, onde historicamente existiam abordagens distintas entre países e unidades de negócio, e constitui um passo fundamental para assegurar a qualidade e a consistência do reporting a nível de Grupo.

À data, os **indicadores ambientais e sociais encontram-se praticamente estabilizados**, enquanto os indicadores de governance e financeiros — incluindo os associados à **taxonomia europeia** — continuam em fase de afinação, com conclusão prevista até ao final do ano. Este processo permitirá assegurar que todos os indicadores respondem de forma adequada às exigências da CSRD e às expectativas dos stakeholders.

Na LEROY MERLIN Portugal, acompanhámos esta transformação com a migração da plataforma anterior para o **SWEEP**, processo iniciado em Junho, e com um forte investimento em capacitação interna. Assumimos um papel ativo na coordenação do reporting, assegurando a articulação entre as diferentes áreas, a consolidação dos dados e o cumprimento dos prazos definidos, bem como a fiabilidade da informação reportada.

Atualmente, coexistem dois modos de reporte na plataforma: **manual e automatizado**. O principal desafio dos próximos anos reside na automatização progressiva do reporte, o que exige a industrialização dos dados e a criação de bases de dados consolidadas, capazes de alimentar automaticamente a plataforma. Neste contexto, a **Google Cloud Platform (GCP)** assume



um papel central como repositório estruturado de dados, permitindo a ligação entre sistemas operacionais e o SWEEP.

Este processo de automatização será gradual e estende-se por um horizonte de **um a dois anos**, constituindo um dos principais eixos de desenvolvimento do Programa ESG. As prioridades identificadas incluem a automatização dos dados de **resíduos, consumo de água e energia**, áreas com elevado volume de informação e impacto material no desempenho ambiental da empresa. Outros fluxos de dados, nomeadamente os associados à supply chain, serão integrados progressivamente, tirando partido de sistemas já existentes.

A médio prazo, esta evolução permitirá simplificar significativamente o processo de elaboração dos **Relatórios de Sustentabilidade**, reduzindo a dependência de recolhas manuais e ficheiros dispersos, permitindo uma extração de dados mais atempada, eficiente e fiável. O objectivo é evoluir para um modelo em que as áreas se concentram essencialmente na **validação e análise dos dados**, reforçando a qualidade da informação e a capacidade de tomada de decisão. O Programa ESG afirma-se, assim, como um projecto estruturante de performance, que reforça a integração entre sustentabilidade, governação e gestão do negócio, e que cria as bases para um reporting ESG mais robusto, transparente e alinhado com os requisitos regulamentares e estratégicos do Grupo.

O progresso de sustentabilidade é seguido mensalmente, com +200 indicadores ESG, reportados na plataforma SWEEP - Esta plataforma é uma das ferramentas do Grupo para responder às exigências da Diretiva CSRD.

O desempenho do API é integrado nos principais momentos regulares de comunicação interna, num vídeo mensal com os resultados mensais financeiros e não financeiros. Todas as lojas possuem um scorecard físico possibilitando que cada colaborador acompanhe visualmente a performance financeira e não financeira da loja

## 2.3 GOVERNANCE

### 2.3.4 COMUNICAÇÃO

#### Iniciativas chave da Casa: estratégia em ação

#### Grande Calendário Merlundies - Um Calendário com Impacto Social

Lançámos o Grande Calendário Merlundies 2026-2027, uma iniciativa solidária que une o envolvimento dos nossos clientes, a valorização das nossas marcas próprias e a criação de impacto social positivo.

Desenvolvido com clientes reais, este calendário dá destaque às Marcas LEROY MERLIN e às Merlundies, reforçando a nossa proximidade com a comunidade e o espírito de partilha que marca a época natalícia.

Disponibilizámos o calendário em todas as lojas, com expositor próprio, pelo valor de 1,99€, revertendo 100% da receita para o Just a Change, uma associação que atua no combate à pobreza e à crise habitacional em Portugal.

Como complemento, desenvolvemos uma dinâmica especial em duas lojas da área de Lisboa. Ao longo de um fim de semana, demos aos nossos clientes a oportunidade de tirarem uma foto de família, em loja, e personalizar o mês de dezembro do seu Grande Calendário Merlundies 2026-2027.

A ativação solidária de calendários mostrou a força do compromisso coletivo. Graças ao envolvimento das equipas em loja e à generosidade dos nossos clientes, angariámos mais de 7 000€, através da venda de 3 580 calendários, em todas as lojas do país. Também a personalização dos calendários mostrou como uma ação relacional pode ter um caráter solidário, gerando proximidade e impacto real.

#### Destaques



3 580 Calendários Merlundies vendidos

+7 000€ doados à associação Just a Change





## 2.3 GOVERNANCE

### 2.3.4 COMUNICAÇÃO

#### Comunicação do Programa ReCria - Um Ecossistema com Impacto Real

**Estruturámos um ecossistema de voluntariado que abre a empresa à sociedade e reforça o nosso compromisso com as comunidades.**

Em 2025, decidimos dar um passo decisivo na evolução do nosso compromisso com o voluntariado, criando o ReCria, um Ecossistema de Voluntariado que nasce da vontade de ir mais longe e gerar impacto real nas comunidades.

Até então, o nosso voluntariado era totalmente interno; com o ReCria, abrimos o programa à sociedade, parceiros e voluntários externos, reforçando a nossa ambição de colocar o propósito em ação e de fazer da casa um lugar mais positivo para viver — Make home a positive place to live.

Apesar do ReCria já estar ativo internamente, e de terem sido realizadas algumas ações-piloto, o programa ainda não tinha sido lançado oficialmente. Sendo um programa novo e desconhecido do grande público, assumimos que o momento de lançamento teria de ser mais do que informativo: teria de ser vivido, sentido e partilhado.



Mais do que comunicar a existência do ReCria, quisemos mostrar o que o sustenta, através de uma ação com impacto concreto, capaz de envolver a comunidade, gerar emoção e colocar o ReCria no radar do ecossistema de voluntariado em Portugal.

O contexto de agosto de 2025, marcado por incêndios severos em várias regiões do país, reforçou a urgência dessa ação. Com o ReCria, fizemos o que melhor sabemos fazer para ajudar quem ajuda, num desafio de 48 horas, promovemos a recuperação de uma corporação de bombeiros que esteve na linha da frente dos incêndios. Reunimos voluntários internos e externos, parceiros e marcas, num esforço coletivo orientado para um bem maior.

#### Querido, Mudei-te a Casa!

**Fazemos do Querido, Mudei a Casa! um veículo de sensibilização para escolhas mais responsáveis, mostrando que sustentabilidade e inspiração podem caminhar juntas.**

Ao assinalarmos 21 anos de patrocínio do programa “Querido, Mudei a Casa!”, em 2025 reforçámos o compromisso da LEROY MERLIN em promover escolhas mais conscientes, integrando a sustentabilidade no coração da narrativa do programa.

O programa acompanha a transformação de divisões de casas de famílias portuguesas, evidenciando todo o processo de realização de um projeto de remodelação de A a Z, executados em tempo limitado e com soluções práticas e replicáveis. Neste contexto, assumimos o formato como uma plataforma relevante para aproximar os portugueses de soluções aplicáveis ao seu quotidiano habitacional.

Através da ferramenta Home Index, trabalhamos o posicionamento de Marca Positiva, ajudando os portugueses a identificar produtos com menor impacto ambiental e a transformar as suas casas de forma responsável. Introduzimos, de forma inédita, os scores Home Index no catálogo de produtos apresentados no final de cada episódio, e criámos uma rúbrica digital, partilhada quinzenalmente nas redes sociais do Querido, mudei a Casa e da LEROY MERLIN, permitindo

que a audiência visualizasse o nível de sustentabilidade das soluções escolhidas e, principalmente, ensinando os portugueses a recorrerem ao Home Index para comprarem produtos mais sustentáveis.

Com esta abordagem, consolidámos o programa como um canal de sensibilização para escolhas mais responsáveis, aproximando a sustentabilidade do quotidiano dos portugueses e reforçando o nosso compromisso com uma transformação positiva das casas e da sociedade.




**DENTRO  
DE  
PORTAS**

**Cristina Marques**  
Líder Omnicomércio



Na LEROY MERLIN, a satisfação do cliente é indissociável do compromisso com um consumo consciente e ético. Atentos à tendência dos portugueses privilegiarem marcas com valores sólidos, a nossa estratégia foca-se na pedagogia e transparência para capacitar os nossos clientes para escolhas mais informadas e sustentáveis. Mais do que a evolução do NPS, a nossa prioridade é assegurar que cada ponto de contacto reflita o propósito da marca e gere um impacto positivo tangível na sociedade.



Numa empresa sustentável, o tecto é segurança e visão e para o futuro.



# 3.1 CADERNO TÉCNICO

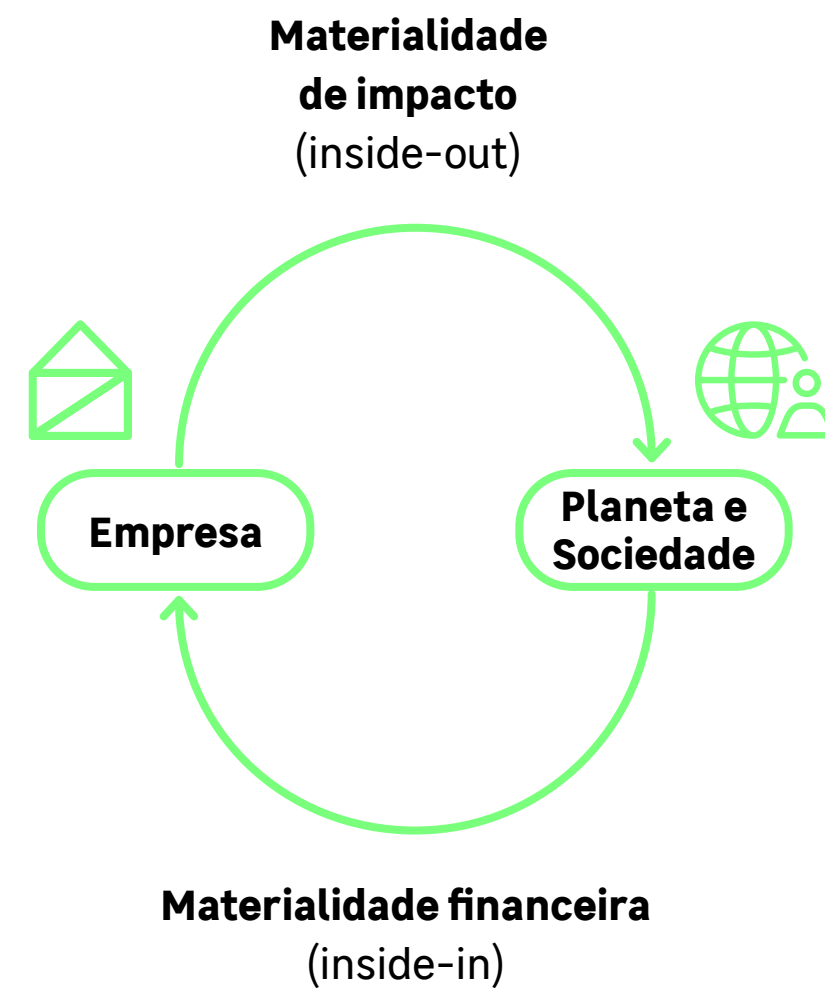
## MATERIALIDADE

### Análise de Dupla Materialidade

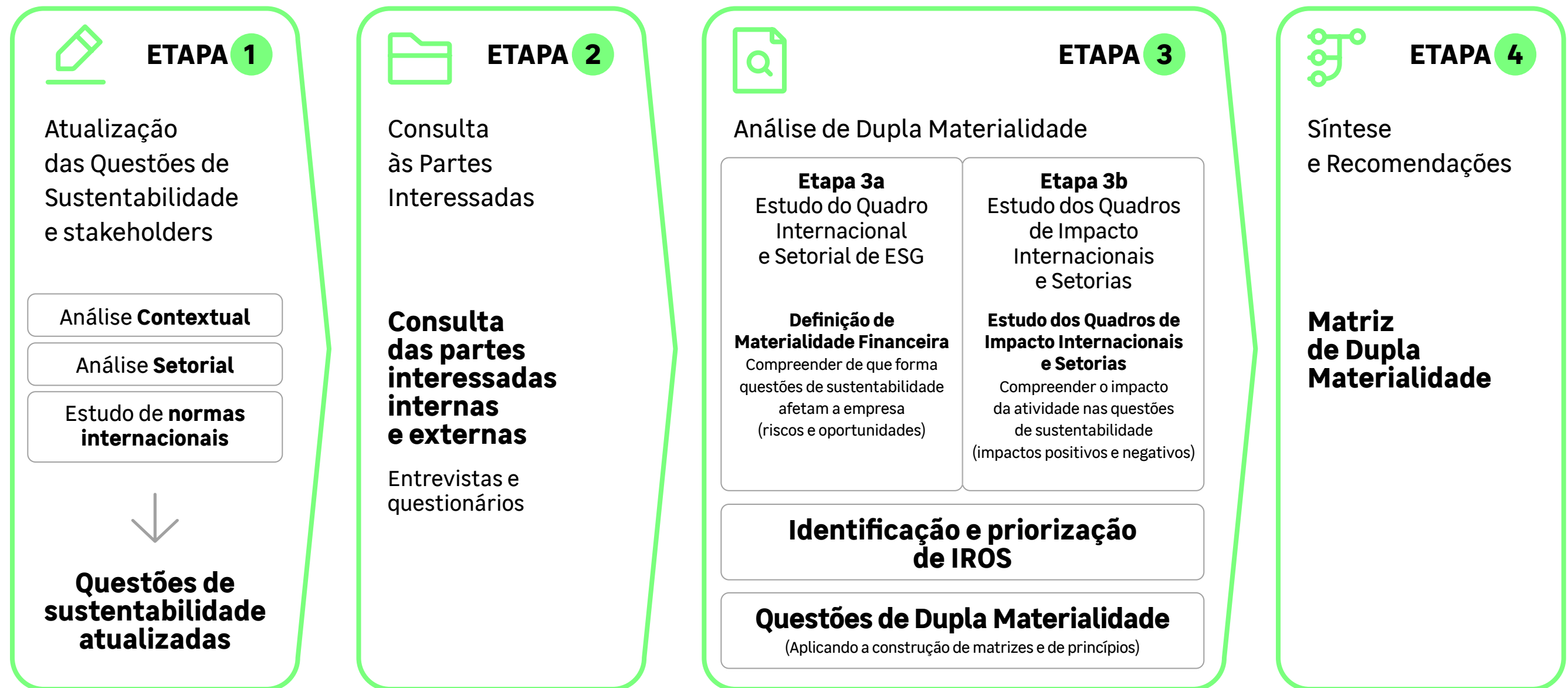
No âmbito da preparação para o relatório CSRD, a ADEO realizou uma avaliação de dupla materialidade (DMA) com base nas normas ESRS e assente numa metodologia com duas dimensões fundamentais:

Adotámos a avaliação de dupla materialidade desenvolvida pelo Grupo ADEO como ponto de partida para o nosso percurso de convergência com a regulamentação europeia em matéria de reporte de sustentabilidade (CSRD), reforçando em simultâneo a nossa estratégia de sustentabilidade.

Este exercício representou uma oportunidade para questionar, aprofundar e consolidar de forma contínua a nossa abordagem à sustentabilidade. Os resultados da análise de materialidade serviram de base à definição dos temas prioritários e à estrutura do presente Relatório de Sustentabilidade.



### OS ÂMBITOS DAS NOSSAS EMISSÕES DE GEE





## 3.1 CADERNO TÉCNICO

### MATERIALIDADE Análise de Dupla Materialidade



#### 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)

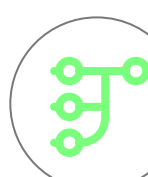
Esta análise focou-se em compreender como os temas de sustentabilidade impactam a atividade da empresa, identificando riscos e oportunidades para o negócio. Foram seguidos os seguintes passos:

- 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 os 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 governança representam para o negócio.

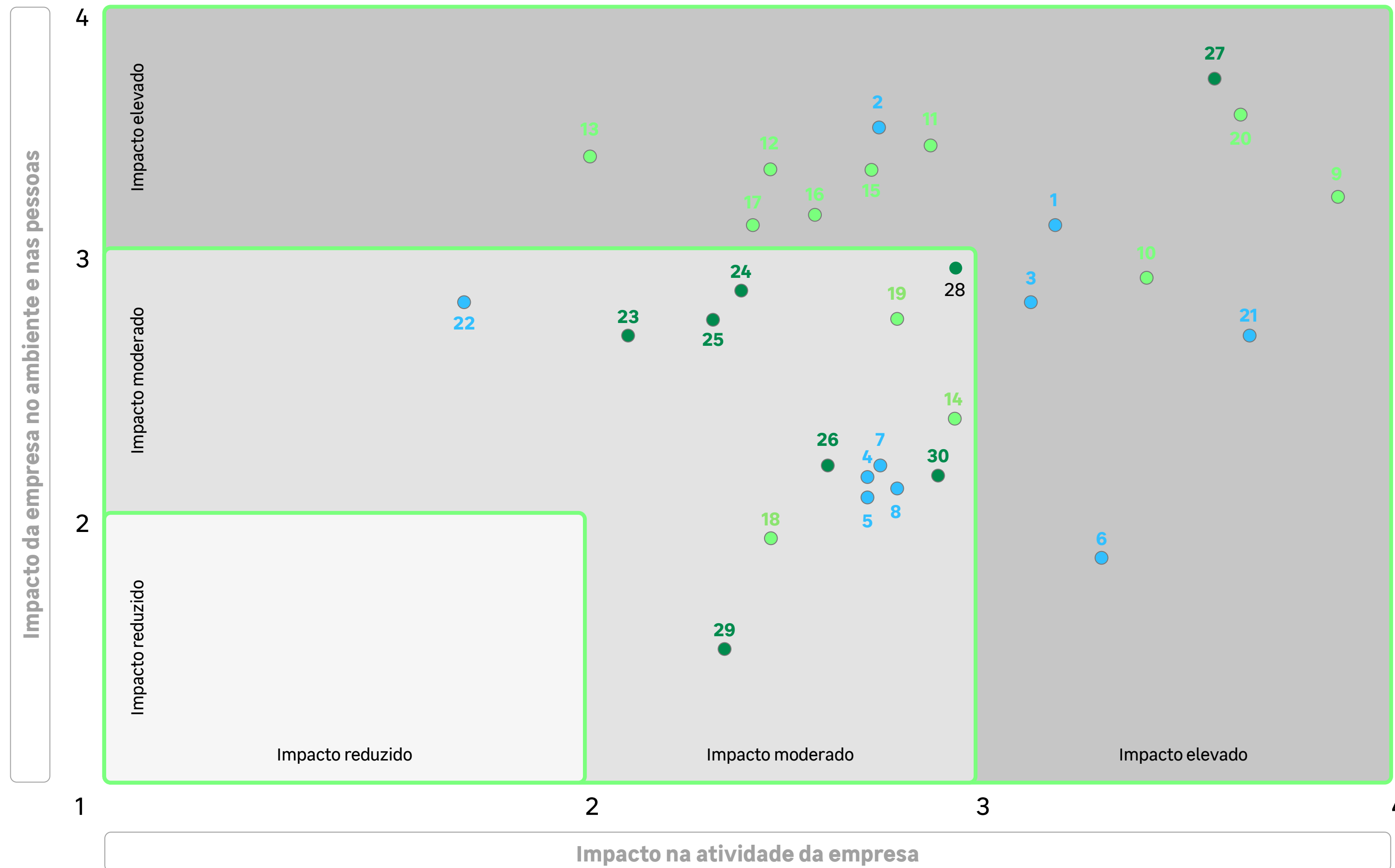


## 3.1 CADERNO TÉCNICO

### MATERIALIDADE

#### Análise 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 ecossistêmica
- 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





## 3.1 CADERNO TÉCNICO

### MATERIALIDADE

#### 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



## 3.1 CADERNO TÉCNICO

### MATERIALIDADE

#### Interrelação entre os tópicos materiais e os compromissos da estratégia da LEROY MERLIN Portugal.

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. Para além disso, indicamos também 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
<b>Adaptação às alterações climáticas</b>	Cuidar do Planeta	2.2.2. Cuidar do Planeta
<b>Pegada de carbono do grupo e mitigação das alterações climáticas</b>	Oferta Positiva Cuidar do Planeta	2.2.1. Oferta Positiva 2.2.2. Cuidar do Planeta
<b>Gestão dos recursos hídricos</b>	Cuidar do Planeta	2.2.2. Cuidar do Planeta
<b>Renovação energética de habitações</b>	Oferta Positiva Cuidar do Planeta	2.2.1. Oferta Positiva 2.2.2. Cuidar do Planeta
<b>Impacto das atividades na biodiversidade</b>	Cuidar do Planeta	2.2.2. Cuidar do Planeta
<b>Dependência dos serviços ecossistémicos e da biodiversidade</b>	Cuidar do Planeta	2.2.2. Cuidar do Planeta
<b>Disponibilidade de recursos naturais</b>	Cuidar do Planeta Novos Negócios	2.2.2. Cuidar do Planeta 2.2.3. Novos Negócios
<b>Novas formas de negócio ligadas à economia circular</b>	Novos Negócios	2.2.3. Novos Negócios
<b>Ciclo de vida dos produtos</b>	Novos Negócios	2.2.3. Novos Negócios
<b>Saúde e segurança dos clientes</b> (lojas e produtos)	Compromisso Interno	2.1.1. Compromisso Interno
<b>Bem-estar e qualidade de vida no trabalho</b>	Compromisso Interno	2.1.1. Compromisso Interno
<b>Saúde e segurança na cadeia de valor a montante</b> (incluindo trabalhadores)	Compromisso Interno	2.1.1. Compromisso Interno
<b>Direitos humanos na cadeia de valor</b>	Ética*	3.3.1. Ética
<b>Transformação do modelo empresarial para se adaptar aos desafios ambientais e sociais</b>	Impacto Social Externo Oferta Positiva Cuidar do Planeta Novos Negócios Cultura* Performance*	2.1.3. Impacto Social Externo 2.2.1. Oferta Positiva 2.2.2. Cuidar do Planeta 2.2.3. Novos Negócios 3.1.2. Cultura 3.1.3. Performance
<b>Relações de confiança com os nossos stakeholders</b>	Compromisso Interno Satisfação do Cliente Impacto Social Externo Ética* Comunicação*	2.1.1. Compromisso Interno 2.1.2. Satisfação do Cliente 2.1.3. Impacto Social Externo 3.3.1. Ética 3.3.4. Comunicação

→ \*Ética, Cultura, Performance e Comunicação não são considerados compromissos, mas sim pilares transversais da LEROY MERLIN Portugal.



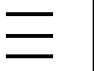
## 3.1 CADERNO TÉCNICO

### STAKEHOLDERS

Enquanto empresa-plataforma, orientamo-nos por uma filosofia de gestão centrada no cliente e na geração de impacto positivo. Reconhecemos que os nossos stakeholders desempenham um papel determinante no desenvolvimento do negócio e na concretização da nossa missão. O mapeamento de stakeholders apresentado de seguida resulta de um processo interno previamente realizado, não tendo sido desenvolvido especificamente no âmbito do presente relatório de sustentabilidade.

Neste exercício identificámos os stakeholders considerados críticos, bem como os principais meios e canais de comunicação estabelecidos entre a organização 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	●	●				



## 3.1 CADERNO TÉCNICO

### O NOSSO COMPROMISSO COM OS ODS

Alinhamos os nossos compromissos com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), reforçando a nossa contribuição ativa para as prioridades globais de desenvolvimento sustentável. Esta ligação permite-nos enquadrar as nossas iniciativas e áreas de atuação num referencial comum, assegurando que o impacto gerado pelas nossas operações está alinhado com os desafios sociais, ambientais e económicos identificados pelas Nações Unidas.

A tabela seguinte apresenta a correspondência entre os compromissos da LEROY MERLIN Portugal e os ODS para os quais contribuímos.

#### Compromisso Interno



#### Satisfação do Cliente



#### Impacto Social Externo



#### Oferta Positiva



#### Cuidar do Planeta



#### Novos Negócios



#### Ética



#### Cultura



#### Performance



#### Comunicação





## 3.1 CADERNO TÉCNICO **COMPROMISSO INTERNO**

TEMA	INDICADOR	UNIDADE	2022	2023	2024	2025	VARIAÇÃO 24-25	META 2027
NPS	Colaboradores embaixadores	%	59%	57	66%	69%	+3 p.p.	-
	Colaboradores acionistas elegíveis	%	99%	99	99,5%	99,5%	-	98%
	eNPS	-	43	45	50	61	22%	50
SEGURANÇA	Número de acidentes de trabalho dos Colaboradores, com dias perdidos, para o período de referência	N.º	113	112	66	61	-7,6%	-
	Número de dias perdidos devido a acidentes de trabalho, durante o período	Dias	3 711	3 421	2 665	2 397	-10,1%	-
	Índice de frequência de acidentes	Nº de acidentes por milhão de horas trabalhadas	11,63	11,11	6,69	6,20	-7,3%	5
	Índice de gravidade de acidentes	Nº de dias perdidos por mil horas trabalhadas	0,38	0,34	0,27	0,24	-11,1%	0,35
ESTABILIDADE	Apoio a Colaboradores (vales de Natal)	€	707 625€	400 000€	881 550€	844 760€	-4,2%	-
	Colaboradores apoiados em situação de emergência (habitacional, saúde, educação, alimentar, ...)	N.º	ND	20	14	14	-	-
	Investimento da empresa para melhoria do habitat de todos os colaboradores (habitacional, saúde, educação, alimentar, vales temáticos ...)	€	ND	60 000 €	56 000 €	56 000 €	-	-
	Desconto adicional em Produtos Positivos	N.º	25	150	150	150	-	-
	Apoio a colaboradores (vales Regresso às Aulas)	€	N.A.	78 000 €	N.A.	N.A.	-	-
	Colaboradores do Universo ADEO apoiados pelo Fundo Solidário ADEO	N.º	51	147	620	76	-87,7%	-
	Cutura da Partilha	%	N.D.	82%	81%	86%	+5 p.p.	98%
	Satisfação com Iniciativas de Bem-Estar Global	%	60%	61%	67%	67%	-	-



## 3.1 CADERNO TÉCNICO **COMPROMISSO INTERNO**

TEMA	INDICADOR	UNIDADE	2022	2023	2024	2025	VARIAÇÃO 24-25	META 2027
ESTABILIDADE	Absentismo por doença	%	N.D.	N.D.	3,2%	2,9%	-0,3 p.p.	3,50%
	Turnover Voluntário Efetivos	%	14,40%	11,8%	13,8%	13,0%	+0,2 p.p.	15%
	Aulas de ginástica laboral	N.º	571	1171	845			-
	Sessões de fisioterapia	N.º	444	4 774	7 293			-
	Sessões de bem-estar psicológico	N.º	1 281	2 572	1 288			-
DIVERSIDADE	Colaboradores	N.º	5 728	6 093	6 217	6 597	6%	-
	Contratações resultantes de recrutamento externo	N.º	1 446	1 468	2 024	1 532	-24%	-
	Contratações resultantes de recrutamento interno	N.º	786	N.D.	N.D.	817	-	-
	Percentagem de Mulheres na direção geral (CODIR)	%	16,67%	25,00	25%	25%	-	-
	Percentagem de mulheres em missões de management	%	42%	44,00	47,30%	45,90%	-1,4 p.p.	-
	Percentagem de mulheres com cargos de direção estratégicos	%	33,7%	34,6%	35,2%	36,50%	+1,3 p.p.	-
	Percentagem de Colaboradores com deficiência	%	0,47%	0,83	1,11%	1,32%	+0,21 p.p.	-
	Percentagem de Mulheres na empresa	%	48%	48,00	47,80%	47,20%	-0,6 p.p.	-
	Colaboradores - homens	%	51,8%	52,1%	52,2%	52,8%	+0,6 p.p.	-



## 3.1 CADERNO TÉCNICO **COMPROMISSO INTERNO**

TEMA	INDICADOR	UNIDADE	2022	2023	2024	2025	VARIAÇÃO 24-25	META 2027
ESTABILIDADE	Colaboradores - menos de 25 anos	%	10,5%	8,6%	9,2%	8,5%	-0,7 p.p.	-
	Colaboradores - entre 25 e 34 anos	%	40,2%	39,8%	37,7%	37,3%	-0,5 p.p.	-
	Colaboradores - entre 35 e 44 anos	%	34,0%	34,4%	34,3%	33,9%	-0,4 p.p.	-
	Colaboradores - entre 45 e 54 anos	%	13,3%	14,9%	16,1%	17,2%	+1,1 p.p.	-
	Colaboradores - entre 55 e 64 anos	%	2,0%	2,2%	2,7%	3,0%	+0,3 p.p.	-
	Colaboradores - mais de 65 anos	%	0,00%	0,10%	0,05%	0,00%	-0,05 p.p.	-
	Nacionalidades na empresa	N.º	25	25	31	30	-3%	-
DESENVOLVIMENTO	Promoções internas	%	N.D.	N.D.	N.D.	50,5%	-	-
	% formação em produto, nos colaboradores vendedores (V+VE)	%	N.D.	N.D.	42,3%	46,1%	+3,8 p.p.	-
	Horas de formação por Colaborador	H	55,5	59	61	60,3	-1,1%	40
	Coletivo de vendedores formados no programa 5*	%	30,0%	30,02%	48,3%	75,7%	27,4 p.p.	-
	Colaboradores Expert	%	30%	30%	30%	32%	+2 p.p.	-
	Horas da formação sobre Impacto Positivo frequentadas, em média, por Colaborador	H	N.A.	N.A.	4,25	1	-76,5%	-
	% Colaboradores com formação de Impacto Positivo concluída	%	N.A.	N.A.	70%	66%	-4 p.p.	-



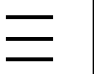
## 3.1 CADERNO TÉCNICO **SATISFAÇÃO DO CLIENTE**

TEMA	INDICADOR	UNIDADE	2022	2023	2024	2025	VARIAÇÃO 24-25	META 2027
<b>NPS CLIENTE</b>	<b>NPS Global</b>	-		51	52	53	2,3%	56
	<b>Reputação ESG</b>	pp	65,9	64,9	64,5	64,9	0,6%	-
<b>PEDAGOGIA CLIENTE</b>	<b>Pedagogias relacionadas com produtos</b> (campanhas comerciais relacionadas com objetivos de sustentabilidade)	N.º	7	3	9	10	11,1%	-
	<b>Workshops realizados</b>	N.º	96	258	654	628	-4,0%	-
	<b>Pessoas formadas nos workshops sustentáveis</b>	N.º	1 112	2 395	10 148	14 477	42,7%	-
	<b>Cientes formados</b>	N.º	421	13 699	21 111	26 996	27,9%	-
	<b>Material reaproveitado como matéria prima para a realização de projetos nos workshops Mãos À Obra</b>	KG	N.D.	N.D.	+5 500	5 413	-	-
	<b>Cientes impactados com campanhas/projetos relacionados com sustentabilidade</b>	N.º	N.D.	N.D.	+7M	7,47M	-	-



## 3.1 CADERNO TÉCNICO **IMPACTO SOCIAL EXTERNO**

TEMA	INDICADOR	UNIDADE	2022	2023	2024	2025	VARIAÇÃO 24-25	META 2027
PROGRAMA RECRIA	Colaboradores que participam em ações de voluntariado	N.º	4 704	2 037	1 645	1 508	-8,3%	-
	Horas de voluntariado corporativo	N.º	N.D.	N.D.	N.D.	17 248	-	-
	Dias de voluntariado corporativo	N.º	2 832	3 089	2 130	2 156	-1,1%	50% colaboradores totais
	Dias de voluntariado RECRIA CASA	N.º	N.A.	N.A.	N.A.	992	-	-
	Dias de voluntariado RECRIA PLANETA	N.º	N.A.	N.A.	N.A.	549	-	-
	Dias de voluntariado - RECRIA outros apoios à comunidade local	N.º	N.A.	N.A.	N.A.	615	-	-
	Casas/insituições intervencionadas com o RECRIA CASA	N.º	N.A.	N.A.	N.A.	33	-	-
	Árvores plantadas com RECRIA PLANETA	N.º	N.A.	N.A.	N.A.	5 512	-	-
	Resíduos recolhidos com RECRIA PLANETA	Ton	N.A.	N.A.	N.A.	11	-	-
	Pessoas impactadas	N.º	N.A.	N.A.	N.A.	10 712	-	-
	Pessoas impactadas - RECRIA CASA	N.º	N.A.	N.A.	N.A.	-	-	-
	Pessoas impactadas - RECRIA outros apoios à comunidade local	N.º	N.A.	N.A.	N.A.	-	-	-
	Valor das doações feitas pelas nossas lojas à comunidade local	€	€215 580	€248 624	€212 590	190 200 €	-10,5%	-



## 3.1 CADERNO TÉCNICO **IMPACTO SOCIAL EXTERNO**

TEMA	INDICADOR	UNIDADE	2022	2023	2024	2025	VARIAÇÃO 24-25	META 2027
CAPACITAÇÃO DE PARCEIROS	Empresas de serviços de instalação	N.º	355	440	526			-
	NPS Instaladores	-	46	47	44	44		-
	N.º total de Clientes profissionais	N.º	28 072	32 698	42 650	70 974	66,4%	-
	N.º profissionais formados	N.º	180	470	262	150	-42,7%	-



## 3.1 CADERNO TÉCNICO **OFERTA POSITIVA**

TEMA	INDICADOR	UNIDADE	2022	2023	2024	2025	VARIAÇÃO 24-25	META 2027
HOME INDEX	Referências de madeira de origem sustentável	%	98,0%	96,0%	99,0%	96,0%	-3 p.p.	-
	Venda de produtos positivos nas vendas totais	%	55,7%	76,8%	51,0%	73,1%	+22,1 p.p.	-
	Referências positive products na gama total LEROY MERLIN	N.º	75 350	133 602	244 230	206 206	-15,6%	-
	Colaboradores formados sobre Produtos + Positivos	N.º	3 984	4 898	1 868	3 331	78,3%	-
	Fornecedores locais com código compra responsável assinado	%	92,0%	78,3%	96,0%	96,8%	+0,8 p.p.	100%
FUNDO AMBIENTAL	PDM vendas produtos e serviços para a Transição Energética da Casa	%	N.A.	0,17%	N.D.	6%	-	-



## 3.1 CADERNO TÉCNICO **CUIDAR DO PLANETA**

TEMA	INDICADOR	UNIDADE	2022	2023	2024	2025	VARIAÇÃO 24-25	META 2027
PEGADA DE CARBONO	Fatura digital - Folhas de papel evitadas	Nº	-	-	633 098	2 288 127	261,4%	-
	Consumo de eletricidade rede	KWh	33 212 257	33 375 274	32 319 686	34 611 259	7,1%	-
	Consumo de eletricidade rede	GJ	119 564	120 151	116 351	124 601	7,1%	-
	Consumo de fotovoltaico	KWh	3 902 800	3 556 233	4 618 285	5 130 289	11,1%	-
	Consumo de fotovoltaico	GJ	14 050	12 802	16 626	18 469	11,1%	-
	Consumo de eletricidade total	KWh	37 115 057	36 931 507	36 937 971	39 741 548	7,6%	-
	Consumo de eletricidade total	GJ	133 614	132 953	132 977	143 070	7,6%	-
	Consumo de eletricidade específico Consumo de eletricidade / m2	KWh/m2	110	88	87	98	13,2%	-
	Consumo de energia total	GJ	134 310	133 468	133 019	143 116	7,6%	-
	Evolução do consumo total de eletricidade face ao ano anterior	%	8,48%	-0,49%	0,02%	7,59%	-	-
	Evolução no consumo energia/m2	%	7,46%	-19,40%	-1,66%	13,21%	-	-
	Eletricidade evitada adquirir (Consumo proveniente de autoprodução fotovoltaica (= a eletricidade que evitou ser adquirida à rede = autoconsumo))	KWh	3 463 866	3 556 233	4 618 285	5 130 289	11,1%	-
	Eletricidade produzida (consumo + injetada na rede)	KWh	3 902 800	4 113 380	5 130 651	5 883 675	14,7%	-
	Custo de aquisição de eletricidade	Milhões de Euros	8,1	3,8	4,69	5,1	8,7%	-



## 3.1 CADERNO TÉCNICO **CUIDAR DO PLANETA**

TEMA	INDICADOR	UNIDADE	2022	2023	2024	2025	VARIAÇÃO 24-25	META 2027
PEGADA DE CARBONO	Consumo de gás	GJ /m2	696	514	42	46	8,3%	-
	Lojas GSB com Gestão Técnica Centralizada (lojas elegíveis)	%	44,4%	15,7%	20,8%	29,2%	+8,6 p.p.	-
	Novas Instalações com Gestão Técnica Centralizada em GSB	Un.	0	0	2	2	-	-
	Eletricidade verde consumida (Eletricidade consumida com origem em fontes renováveis: rede + autoprodução; lojas e serviços internos)	%	90,4%	90,5%	89,1%	94,7%	+5,6 %	-
	Instalações em propriedade com autoconsumo	%	58,8%	58,8%	65,0%	72,0%	+7 p.p.	-
	Novas instalações em propriedade com produção de energia para autoconsumo	N.º	2	0	2	2	-	-
	Instalações com Postos de Carregamento de Veículos Elétricos (lojas em propriedade)	%	70,6%	70,6%	77,3%	82,6%	+5,3 p.p.	-
	Novas Instalações com Postos de Carregamento de Veículos Elétricos (lojas em propriedade)	N.º	6	0	2	2	-	-
	Consumo de água, por área dos estabelecimentos	m3/m2	0,20	0,21	0,15	0,2	+33%	-
	Emissões de âmbito 1	t CO2 e	1836	1927	1101	1025	-6,9%	-27,10%
	Emissões de âmbito 2	t CO2 e	6 111	5 621	6 348	6 459	1,7%	-27,10%
	Emissões de âmbito 3 (não integra categorias 13,14 e 15 do GHG)	t CO2 e	1 908 263	1 767 444	2 496 609	3 429 625	37,4%	-27,10%
	Emissões totais/Pegada de Carbono	t CO2 e	1 916 210	1 774 992	2 504 058	3 437 109	37,3%	-27,10%
Emissões evitadas - âmbito 4	t CO2 e	N.A.	N.A.	N.A.	75 027	-	-	



## 3.1 CADERNO TÉCNICO **CUIDAR DO PLANETA**

TEMA	INDICADOR	UNIDADE	2022	2023	2024	2025	VARIAÇÃO 24-25	META 2027
PEGADA DE CARBONO	Fator de emissão da eletricidade de Portugal considerado	-	N.D.	N.D.	N.D.	213	-	-
	Ocupação de camiões (paletes equivalentes/viagem)	EQP	39	44	48	52	8,3%	55
	Total de kms percorridos com GNL	Km	143 840	376 478	356 279	570 877	60,2%	-
	Total de kms percorridos com HVO	Km	0	26 213	423 876	941 057	122,0%	-
	% de kms percorridos a energias alternativas (GNL e HVO) sobre os kms totais percorridos	%	2,6%	7,9%	14,3%	22,5%	+8,2 p.p.	25%
	Kgs CO2 eq/ palete transportada	Kgs CO2 eq	4,57	3,49	3,08	3,00	-2,8%	-15% face a 2024



## 3.1 CADERNO TÉCNICO **NOVOS NEGÓCIOS**

TEMA	INDICADOR	UNIDADE	2022	2023	2024	2025	VARIAÇÃO 24-25	META 2027
ALUGUERES	Lojas com serviço de aluguer de equipamentos gama profissional (total de 46 lojas)	N.º	5	5	12	14	16,7%	20
	Equipamentos alugados gama profissional	N.º	9 483	15 207	18 419	28 801	56,4%	31 000
	Taxa crescimento dos equipamentos alugados gama profissional	%	-4,0%	60,4%	21,1%	56,4%	-	-
	Taxa crescimento de valor de vendas aluguer de equipamentos gama profissional	%	9,9%	10,1%	45,6%	191,0%	-	28,8%
	Equipamentos alugados gama MDH - Marcas da Casa	N.º	N.A.	263	788	2 065	162,1%	5 500
	Taxa crescimento dos equipamentos alugados gama MDH - Marcas da Casa	%	N.A.	N.A.	199,6%	202,0%	-	-
	Taxa crescimento de valor de vendas aluguer de equipamentos gama MDH - Marcas da Casa	%	N.A.	N.A.	200,2%	69%	-	-
SEGUNDA VIDA	Taxa crescimento de valor de faturação - Projeto Quase Perfeitos	%	N.A.	N.A.	217,43%	44%	-	-
	Artigos vendidos QP - Albufeira	N.º	N.A.	938	1 931	3 635	88,2%	-
	Clientes QP - Albufeira (Loja piloto)	N.º	N.A.	729	1 409	3 398	141,2%	-
	Valor do stock expedido através do armazém de mobiliário técnico	€	N.A.	1 435 607,88€	1 901 841 €	1 729 090 €	-9,1%	-
	Paletes reconcionadas	N.º	N.A.	38 501	37 975			-
	Quantidade de paletes reconcionadas	ton	N.A.	1 684	1 656			-
	Custo evitado do reconcionamento das paletes	€	N.A.	600 352€	566 665€			-



## 3.1 CADERNO TÉCNICO **NOVOS NEGÓCIOS**

TEMA	INDICADOR	UNIDADE	2022	2023	2024	2025	VARIAÇÃO 24-25	META 2027
SEGUNDA VIDA	Faturação de serviços circulares	%	N.D.	0,10%	0,14%	0,25%	+0,11 p.p.	-
	Produtos disponibilizados - dorsais de cães de assistência - a partir de fardas em fim de vida (Associação ANIMAS)	N.º	N.A.	N.A.	N.A.	77	-	-
	Sacos RECRIA	N.º	N.A.	N.A.	N.A.	2520	-	-
	Fitas dos colaboradores	N.º	N.A.	N.A.	N.A.	5027	-	-
REPARAÇÃO	Taxa de Reparação das oficinas internas - MDH (Marcas da Casa)	%	N.A.	78,7%	83,4%	85,60%	+2,2 p.p.	-
VENDA PEÇAS REPARAÇÃO	Faturação com venda de peças de reparação	€	N.A.	N.A.	22,4%	16,2%	-6,2 p.p.	-
	Faturação com venda de peças de reparação - 1P (lojas físicas)	€	N.A.	N.A.	18,0%	10,6%	-7,4 p.p.	-
	Faturação com venda de peças de reparação - 3P (marketplace)	€	N.A.	N.A.	450,0%	134,9%	-315,1 p.p.	-
TRIAGEM	Quantidade total de resíduos produzidos	ton	13 903	17 473	19 104	22 069	15,5%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: indiferenciados	ton	3 430	3 586	3 576	3 688	3,1%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: inertes	ton	2 957	3 221	3 677	4 991	35,7%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: madeira	ton	4 957	7 477	8 307	9 204	10,8%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: papel/cartão	ton	1 957	2 290	2 411	3 045	26,3%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: plástico	ton	238	272	228	353	54,7%	-



### 3.1 CADERNO TÉCNICO **NOVOS NEGÓCIOS**

TEMA	INDICADOR	UNIDADE	2022	2023	2024	2025	VARIAÇÃO 24-25	META 2027
TRIAGEM	Quantidade de resíduos - fileira: metal	ton	138	189	239	301	25,9%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: perigosos	ton	78	112	121	120	-0,8%	-
	Quantidade de resíduos - fileira: outros não perigosos	ton	149	327	544	367	-32,6%	-
	Quantidade de resíduos corretamente separados	ton	11 136	13 951	15 528	18 381	18,4%	-
	Taxa de triagem	%	75,50%	79,50%	81,1%	83,2%	+2,1 p.p.	90%
	Taxa de resíduos específica	ton resíduos produzidos / vendas	13,91	15,57	15,46	16,46	6,4%	-
	Evolução da produção de resíduos na nossa atividade	%	-6,0%	25,7%	9,3%	15,5%	-	-



## 3.1 CADERNO TÉCNICO **PILARES TRANSVERSAIS**

TEMA	INDICADOR	UNIDADE	2022	2023	2024	2025	VARIAÇÃO 24-25	META 2027
ÉTICA	Colaboradores formados no Código de Conduta Ética	%	97,6%	86,0%	98,5%	98,9%	+0,4 p.p.	100%
	Colaboradores formados no Código de Conduta Ética	N.º	5 601	5 058	5 789	6 036	4,3%	-
	Colaboradores com acesso ao Canal Whispli	%	100%	100	100%	100%	-	100%
	Colaboradores formados em proteção de dados	%	94,6%	78,0%	95,8%	98,0%	+2,3 p.p.	100%
	Denúncias/alertas recebidos através do Canal Whispli	N.º	24	33	31	17	-45,2%	-
	Respostas em 30 dias a pedidos de Clientes sobre privacidade de dados	N.º	N.D.	23	49	7	-85,7%	-
	Casos de quebra de privacidade de dados	N.º	N.D.	1	2	4	100,0%	-
	Colaboradores classificados como população sensível formados em corrupção	%	N.A.	N.A.	N.A.	81,8%	-	-
CULTURA	Total de Sites com iniciativas lançadas na plataforma Lakaa	N.º	-	-	60	58	-3,3%	-
	% Sites com iniciativas lançadas na plataforma Lakaa	%	-	-	100%	100%	-	-
	Total de sites com mais de 3000 pontos na Lakaa	N.º	-	-	3	10	233,3%	-
	% de sites com mais de 3000 pontos na Lakaa	%	-	-	4,9%	17%	+12,1 p.p.	-
PERFORMANCE	Evolução dos Clientes	%	-1,60%	5,3%	7,2%	6,4%	-	-
	Crescimento de novos Clientes com cartão da casa	%	18,60%	20,3%	13,2%	13,5%	-	-



## 3.1 CADERNO TÉCNICO **PILARES TRANSVERSAIS**

TEMA	INDICADOR	UNIDADE	2022	2023	2024	2025	VARIAÇÃO 24-25	META 2027
PERFORMANCE	Crescimento dos canais de venda não-físicos	%	13,86%	13,30%	42,4%	29,3%	-	-
	N.º de aberturas - lojas	N.º	1	0	1	1	-	-
	N.º de transformações - lojas	N.º	1	2	2	2	-	-
	Volume de negócios	€	878 006 097 €	939 333 296 €	1 032 432 479 €	1 099 326 860 €	6,5%	-
	Investimento em formação	€	1 370 481 €	1 459 060	1 193 855	1 274 922€		-
	Impostos	€	24 778 158 €	€19 959 135	22 707 012€	21 933 327 €	-3,4%	-
	Valor de compras (produtos & Serviços) a fornecedores nacionais (Com NIF Português)	%	55,40%	40%	40%	32%	-8 %	-
	Volume de negócios (GMV)	€	N.D.	6 000 000 €	24 400 000 €	41 087 843 €	68,4%	€76 000 000
	GMV	%	N.D.	0,5%	2,0%	3,0%	+1 p.p.	-
GOVERNANCE	Colaboradores de fornecedores que exercem a sua atividade nas operações da LEROY MERLIN	N.º	889	932	1 049			-
	Colaboradores de fornecedores que exercem a sua atividade nos serviços centrais da LEROY MERLIN	N.º	N.D.	N.D.	539			-
	Empresas fornecedoras e parceiras incluídas na cadeia de fornecimento da LEROY MERLIN	N.º	4 096	4 731	2 916			-
	Volume total de compras indiretas que pagamos ao fornecedores nacionais	€	N.D.	N.D.	N.D.			-



## 3.1 CADERNO TÉCNICO **GRI - DIVULGAÇÕES GERAIS**

STANDARD GRI	DIVULGAÇÃO	LOCALIZAÇÃO / RESPOSTA DIRETA
	<b>1. A Organização e as suas práticas de reporte</b>	
	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 World Trade Center Lisboa, Avenida Vitor Figueiredo, 2790-255 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 2025. 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: <a href="mailto:impacto.positivo@leroymerlin.pt">impacto.positivo@leroymerlin.pt</a>
	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
	<b>2. Atividades e Colaboradores</b>	
	2-6 Atividades, cadeia de valor e outras relações comerciais	“A informação sobre as atividades é disponibilizada nas <a href="#">páginas 7 a 9</a> .
	2-7 Colaboradores	Informação disponibilizada na <a href="#">página 7</a> .
	2-8 Trabalhadores que não são Colaboradores	Em 2025 a LEROY MERLIN Portugal contou com 20% de colaboradores temporários que desempenharam as suas funções nas nossas instalações, em atividades como consultoria, vigilância, limpeza e transporte.
	<b>3. Governance</b>	
	2-9 Estrutura de governance e composição	Informação não disponibilizada neste relatório
	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 na <a href="#">página 57</a> .



## 3.1 CADERNO TÉCNICO

### GRI - DIVULGAÇÕES GERAIS

STANDARD GRI	DIVULGAÇÃO	LOCALIZAÇÃO / RESPOSTA DIRETA
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.
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 2025, resultou de um processo de revisão da materialidade de 2019.
2-15	Conflitos de interesse	Os conflitos de interesse são endereçados no nosso código de ética. Disponibilizamos informação sobre este código na <a href="#">página 57</a> .
2-16	Comunicação de preocupações críticas	Informação nas <a href="#">páginas 57 a 61</a> .
2-17	Conhecimento coletivo do órgão de governo hierarquicamente mais elevado	O Diretor Geral e os líderes dos Desafios da LEROY MERLIN Portugal têm participado em reuniões e fóruns dedicados a iniciativas de sustentabilidade que a empresa está a operacionalizar. Nesse âmbito têm construído uma base de conhecimento associada a estas iniciativas.
2-18	Avaliação de desempenho do órgão de governo hierarquicamente mais elevado	Informação não disponibilizada neste relatório
2-19	Políticas de remuneração	Informação não disponibilizada neste relatório
2-20	Processos que determinam a remuneração	Informação não disponibilizada neste relatório
2-21	Rácio de compensação anual	Informação não disponibilizada neste relatório
<b>4. Estratégia, Políticas e Práticas</b>		
2-22	Declaração sobre a estratégia de desenvolvimento sustentável	Informação disponibilizada nas <a href="#">páginas 10 a 12</a> .
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 6 compromissos da empresa em matéria de sustentabilidade. Ao longo do relatório apresentamos a agenda futura, que detalha as ações a implementar no futuro.



## 3.1 CADERNO TÉCNICO

### GRI - DIVULGAÇÕES GERAIS

STANDARD GRI	DIVULGAÇÃO	LOCALIZAÇÃO / RESPOSTA DIRETA
	2-24 Incorporação de compromissos	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 impactes negativos	A estratégia Impacto Positivo procura minimizar os impactos negativos, não tendo até ao momento uma sistematização formal e sistemática de iniciativas, para remediar os seus impactos negativos. A adoção das iniciativas de sustentabilidade tem seguido, sobretudo, uma lógica de prevenção e/ou mitigação dos impactes atuais e potenciais negativos.
	2-26 Mecanismos para procurar aconselhamento e levantar questões	A LEROY MERLIN Portugal dispõe do canal de escuta Whispli, que permite apresentar preocupações sobre conduta contrária aos princípios de conduta.
	2-27 Conformidade com leis e regulamentos	Em 2025 não se verificaram contraordenações ambientais.
	2-28 Participação em associações	APED, BCSD
	<b>4. Abordagem ao Stakeholder</b>	
	2-29 Abordagem ao envolvimento das partes interessadas	Informação disponibilizada na <a href="#">página 70</a> .
<b>GRI 2 Divulgações Gerais 2021</b>	2-30 Acordos de negociação coletiva	100% dos nossos Colaboradores são abrangidos por um contrato de trabalho coletivo



## 3.1 CADERNO TÉCNICO **GRI - TÓPICOS MATERIAIS**

STANDARD GRI	DIVULGAÇÃO	LOCALIZAÇÃO / RESPOSTA DIRETA
	3-1 Processo para determinar os tópicos materiais	Informação disponibilizada nas páginas 65 a 69.
<b>GRI 3: Tópicos materiais 2021</b>	3-2 Lista de temas materiais	Informação disponibilizada na página 69.
<b>Adaptação às alterações climáticas Pegada de carbono do grupo e mitigação das alterações climáticas</b>		
<b>GRI 3: Tópicos materiais 2021</b>	3-3 Gestão do tópico material	Informação disponibilizada nas páginas 44 a 49.
<b>GRI 305 Emissões 2016</b>	305-1 Emissões GEE Diretas (âmbito 1)	Informação disponibilizada na página 45.
	305-2 Emissões GEE Indiretas (âmbito 2)	Informação disponibilizada na página 45.
	305-3 Outras Emissões GEE Indiretas (âmbito 3)	Informação disponibilizada na página 45.
<b>KPI</b>	Emissões totais (ton CO2e)	Informação disponibilizada na página 80.
<b>KPI</b>	% de kms percorridos a energias alternativas (GNL e HVO) sobre os kms totais percorridos	Informação disponibilizada na página 81.
<b>KPI</b>	Kgs CO2 eq/paleta transportada	Informação disponibilizada na página 81.
<b>Bem-estar e qualidade de vida no trabalho</b>		
<b>GRI 3: Tópicos materiais 2021</b>	3-3 Gestão do tópico material	Informação disponibilizada nas páginas 19 a 27.
<b>GRI 405 Diversidade e Igualdade de Oportunidades 2016</b>	405-1 Diversidade dos órgãos de governo e dos Colaboradores	Informação disponibilizada na página 27.
<b>KPI</b>	Colaboradores embaixadores (%)	Informação disponibilizada na página 72.
<b>KPI</b>	Colaboradores acionistas elegíveis (%)	Informação disponibilizada na página 21.
<b>KPI</b>	ENPS (Employee Net Promotor Score)	Informação disponibilizada na página 21.
<b>KPI</b>	Satisfação com iniciativas de bem-estar global (%)	Informação disponibilizada na página 25.
<b>KPI</b>	Investimento da empresa para melhoria do habitat de todos os colaboradores (habitacional, saúde, educação, alimentar, vales temáticos ...)	Informação disponibilizada na página 72.
<b>KPI</b>	Apoio a Colaboradores (vales de Natal)	Informação disponibilizada na página 72.
<b>KPI</b>	Colaboradores apoiados em situação de emergência (habitacional, saúde, educação, alimentar, ...)	Informação disponibilizada na página 72.



## 3.1 CADERNO TÉCNICO **GRI - TÓPICOS MATERIAIS**

STANDARD GRI	DIVULGAÇÃO	LOCALIZAÇÃO / RESPOSTA DIRETA
<b>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</b>		
<b>GRI 3: Tópicos materiais 2021</b>	3-3 Gestão do tópico material	Informação disponibilizada nas páginas 39, 50 a 56 e 83 e 84.
<b>GRI 306 Resíduos 2020</b>	306-2 Gestão dos impactos associados aos resíduos	Informação disponibilizada nas páginas 50 a 56.
<b>GRI 306: Resíduos 2020</b>	306-3 Resíduos gerados	Informação disponibilizada nas páginas 83 e 84.
<b>KPI</b>	Taxa de triagem	Informação disponibilizada na página 56.
<b>KPI</b>	Venda de produtos positivos nas vendas totais (%)	Informação disponibilizada na página 38.
<b>KPI</b>	Referências positive products na gama total LEROY MERLIN	Informação disponibilizada na página 78.
<b>KPI</b>	Taxa crescimento de valor de vendas aluguer de equipamentos	Informação disponibilizada na página 82.
<b>KPI</b>	Colaboradores formados sobre Produtos Positivos	Informação disponibilizada na página 39.
<b>KPI</b>	Horas da formação sobre Impacto Positivo frequentadas, em média, por Colaborador	Informação disponibilizada na página 74.
<b>KPI</b>	Colaboradores com formação de Impacto Positivo concluída	Informação disponibilizada na página 74.
<b>KPI</b>	Total de Sites com iniciativas lançadas na plataforma Lakaa	Informação disponibilizada na página 85.
<b>Gestão dos recursos hídricos / Disponibilidade de recursos naturais</b>		
<b>GRI 3: Tópicos materiais 2021</b>	3-3 Gestão do tópico material	Informação disponibilizada nas páginas 44 a 49.
<b>GRI 302: Energia 2016</b>	302-1 Energia consumida dentro da organização	Informação disponibilizada na página 79.
<b>KPI</b>	Eletricidade verde consumida (Eletricidade consumida com origem em fontes renováveis: rede + autoprodução; lojas e serviços internos) (%)	Informação disponibilizada na página 80.
<b>KPI</b>	Instalações com Postos de Carregamento de Veículos Elétricos (lojas em propriedade) (%)	Informação disponibilizada na página 80.
<b>KPI</b>	Consumo de água, por área dos estabelecimentos (m3/m2)	Informação disponibilizada na página 80.



## 3.1 CADERNO TÉCNICO **GRI - TÓPICOS MATERIAIS**

STANDARD GRI	DIVULGAÇÃO	LOCALIZAÇÃO / RESPOSTA DIRETA
<b>Direitos humanos na cadeia de valor</b>		
<b>GRI 3: Tópicos materiais 2021</b>	3-3 Gestão do tópico material	Informação disponibilizada na <a href="#">página 57</a> .
<b>GRI 205: Anti corrupção 2016</b>	205-3 Incidentes confirmados de corrupção, e ações implementadas	Não se registaram incidentes de corrupção
<b>KPI</b>	Colaboradores com acesso ao Canal Whispli (%)	Informação disponibilizada na <a href="#">página 85</a> .
<b>KPI</b>	Colaboradores formados em proteção de dados (%)	Informação disponibilizada na <a href="#">página 57</a> .
<b>KPI</b>	Respostas em 30 dias a pedidos de Clientes sobre privacidade de dados (%)	Informação disponibilizada na <a href="#">página 85</a> .
<b>KPI</b>	Nº de denúncias/alertas recebidos através do Canal Whispli (N.º)	Informação disponibilizada na <a href="#">página 85</a> .
<b>KPI</b>	Colaboradores formados no Código de Conduta Ética	Informação disponibilizada na <a href="#">página 57</a> .
<b>Relações de confiança com os nossos stakeholders</b>		
<b>GRI 3: Tópicos materiais 2021</b>	3-3 Gestão do tópico material	Informação disponibilizada nas <a href="#">páginas 32 a 37</a> .
<b>GRI 413: Comunidades locais 2016</b>	413-1 Operações com envolvimento da comunidade local, avaliação de impacto e programas de desenvolvimento	Informação disponibilizada nas <a href="#">páginas 34 a 36</a> .
<b>KPI</b>	Número de Colaboradores que participam em ações de voluntariado (N.º)	Informação disponibilizada na <a href="#">página 35</a> .
<b>KPI</b>	Número de dias de voluntariado corporativo (N.º)	Informação disponibilizada na <a href="#">página 32</a> .
<b>KPI</b>	Valor das doações feitas pelas nossas lojas à comunidade local (€)	Informação disponibilizada na <a href="#">página 76</a> .
<b>KPI</b>	Clientes formados (N.º)	Informação disponibilizada na <a href="#">página 77</a> .



## 3.1 CADERNO TÉCNICO **GRI - TÓPICOS MATERIAIS**

STANDARD GRI	DIVULGAÇÃO	LOCALIZAÇÃO / RESPOSTA DIRETA
<b>“Saúde e segurança na cadeia de valor a montante (incluindo trabalhadores)/Saúde e segurança dos clientes (lojas e produtos)“</b>		
<b>GRI 3: Tópicos materiais 2021</b>	3-3 Gestão do tópico material	Informação disponibilizada nas páginas 19 e 22.
<b>GRI 403: Saúde e Segurança Ocupacional 2018</b>	403-1 Sistema de gestão de saúde e segurança ocupacional	Informação disponibilizada na página 22.
<b>KPI</b>	Índice de frequência de acidentes	Informação disponibilizada na página 19.
<b>KPI</b>	Índice de gravidade de acidentes	Informação disponibilizada na página 72.
<b>Impacto das atividades na biodiversidade/Dependência dos serviços ecossistêmicos e da biodiversidade</b>		
<b>GRI 3: Tópicos materiais 2021</b>	3-3 Gestão do tópico material	Informação disponibilizada nas páginas 38 a 43.
<b>KPI</b>	Referências de madeira de origem sustentável (%)	Informação disponibilizada na página 78.
<b>KPI</b>	Venda de produtos positivos nas vendas totais (%)	Informação disponibilizada na página 78.
<b>KPI</b>	Referências positive products na gama total LEROY MERLIN	Informação disponibilizada na página 78.
<b>KPI</b>	Taxa crescimento de valor de vendas aluguer de equipamentos	Informação disponibilizada na página 82.

# Relatório de Sustentabilidade 2025

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 2026

O Relatório de Sustentabilidade 2025  
da LEROY MERLIN Portugal encontra-se disponível em:

[www.leroymerlin.pt](http://www.leroymerlin.pt)

Em caso de dúvidas não hesite em  
enviar-nos as suas recomendações  
ou pedidos de esclarecimento para  
[impacto.positivo@leroymerlin.pt](mailto:impacto.positivo@leroymerlin.pt)

