



ADVANCING
SOCIALLY RESPONSIBLE
INVESTING

FORUM
ETHIBEL

Lidl

Distributie België

Lidl is van oorsprong een Duits bedrijf dat in 1930 werd opgericht in Schwaben (DL). Begin jaren 1990 begaf Lidl zich op de internationale markt. Zij hebben een marktaandeel van 3.9%. In tegenstelling tot in andere landen hebben ze in België een goed sociaal beleid. Het is een snelgroeiend bedrijf met aandacht voor vorming en doorgroeimogelijkheden. Zij hebben ook een goed doordacht milieubeleid doch bieden geen milieusparende producten aan. Ze gaan voor de laagste prijs en zetten hun onderaannemers onder druk, maar niet ten koste van alles. Ze hebben meegewerkt aan het onderzoek en veel informatie verschaft.

Activiteiten

In België zijn er op dit ogenblik 250 Lidl-winkels. Vanuit 4 distributiecentra worden de winkels bevoorrad. In de hoofdzetel zijn de ondersteunende afdelingen gecentraliseerd.

Intern sociaal beleid

Het bedrijf heeft een goed sociaal beleid. De contracten zijn gemiddeld voor de sector en het bedrijf heeft een goede verstandhouding met de vakbonden.. Medewerkers hebben een polyvalent takenpakket (kassa, rekken vullen, uitladen en kuisen) en er is mogelijkheid tot doorgroei. Er wordt rekening gehouden met de werknemers voor het opstellen van het uurrooster. Er wordt veel aandacht besteed aan veiligheid en gezondheid.

Milieubeleid

Lidl heeft een milieucoördinator en houdt naast met economische aspecten ook rekening met ecologische. Het milieubeleid en beslissingen over milieuaangelegenheden worden centraal beheerd. Ze hebben vooral maatregelen op het vlak van infrastructuur (bouw van winkels volgens lastenboeken), energie (verlichting, koeling, verwarming, ventilatie) en afval (bv. geen eenmalige zakken). Lidl communiceert hier niet over naar de klanten toe en biedt geen biologische of andere milieusparende producten aan.

Extern sociaal beleid

Er zijn weinig maatregelen op het gebied van extern sociaal beleid. Zij leggen contact met de lokale overheid bij de inplanting van een nieuwe winkel. Zij trachten zo veel mogelijk Belgische producten aan te bieden. Zij bieden geen Fair Trade producten aan.

Economisch beleid

Lidl is een hard discounter en gaat voor de laagste prijs en zetten druk op de leveranciers, maar niet ten koste van alles. Kwaliteit en relaties met producenten zijn belangrijk. Ze zijn loyaal tov Belgische producenten.

Disclaimer

Het onderzoek werd uitgevoerd volgens specifieke criteria en procedures. Deze tekst is enkel een korte samenvatting. De vaststellingen gelden voor de datum van het onderzoek. Dit is geen garantie voor het toekomstige beleid van het bedrijf.