



Memoria de Sostenibilidad 2021

Sobre este informe

Sobre este informe

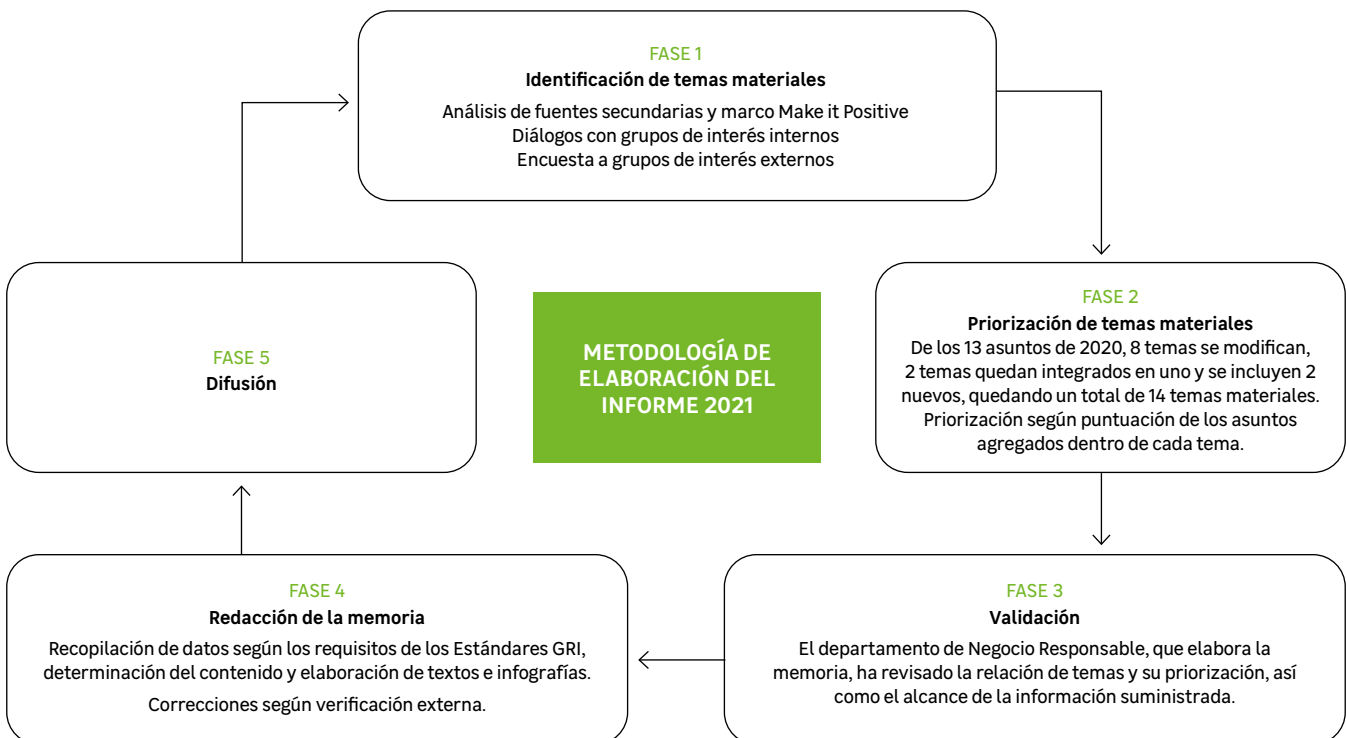
Este informe anual recoge las principales actividades de LEROY MERLIN España S.L.U. en el ejercicio 2021. Además, se describe de manera detallada la contribución de la compañía tanto en su dimensión social como económica y medioambiental en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.

En términos de gestión sostenible, todo el modelo de negocio de LEROY MERLIN está diseñado desde el paradigma de responsabilidad social y sostenibilidad, integrado en todas las áreas de negocio. Así pues, el área de Negocio Responsable es el encargado de coordinar las acciones concretas que aseguran la aplicación de los máximos estándares en materia de sostenibilidad. Esto permite a la compañía ser consciente de toda su capacidad transformadora y ponerla al servicio de su Propósito: “despertar en cada persona la motivación de crear entornos donde vivir mejor”.

El ámbito temporal de las actividades incluidas en este informe se corresponden al año 2021, e incluyen a LEROY MERLIN España S.L.U., y a su filial inmobiliaria LEROY MERLIN (ILME). Tanto el análisis de los datos como el reporting de este informe se ha llevado a cabo utilizando las directrices y principios del estándar Global Reporting Initiative (GRI), que la compañía lleva realizando desde 2016. La aplicación de esta herramienta de reporting internacional permite, por un lado, una mayor exhaustividad en la recogida y exposición de los datos, describiendo de manera pormenorizada la información más relevante de la compañía. Por otro lado, la rendición de cuentas siguiendo un estándar internacional también provee de un tipo de información comparable y rigurosa, que facilita el entendimiento de los resultados y los procesos de optimización y mejora continua. Además, en este proceso de análisis de información y reporting, se ha tenido en cuenta en todo momento a los grupos de interés, llevando a cabo con ellos un diálogo activo que enriquece la calidad de la información expuesta.

La verificación del informe se ha llevado a cabo por un experto independiente, garantizando así la exhaustividad y el rigor necesarios en su aplicación, alineado con los requerimientos y estándares GRI. Asimismo, la verificación del informe ha sido realizada por Bureau Veritas. Todo el proceso de reporting y verificación se ha basado en las políticas de Buen Gobierno Corporativo, y la decisión de verificación externa partió directamente del Comité de Dirección.

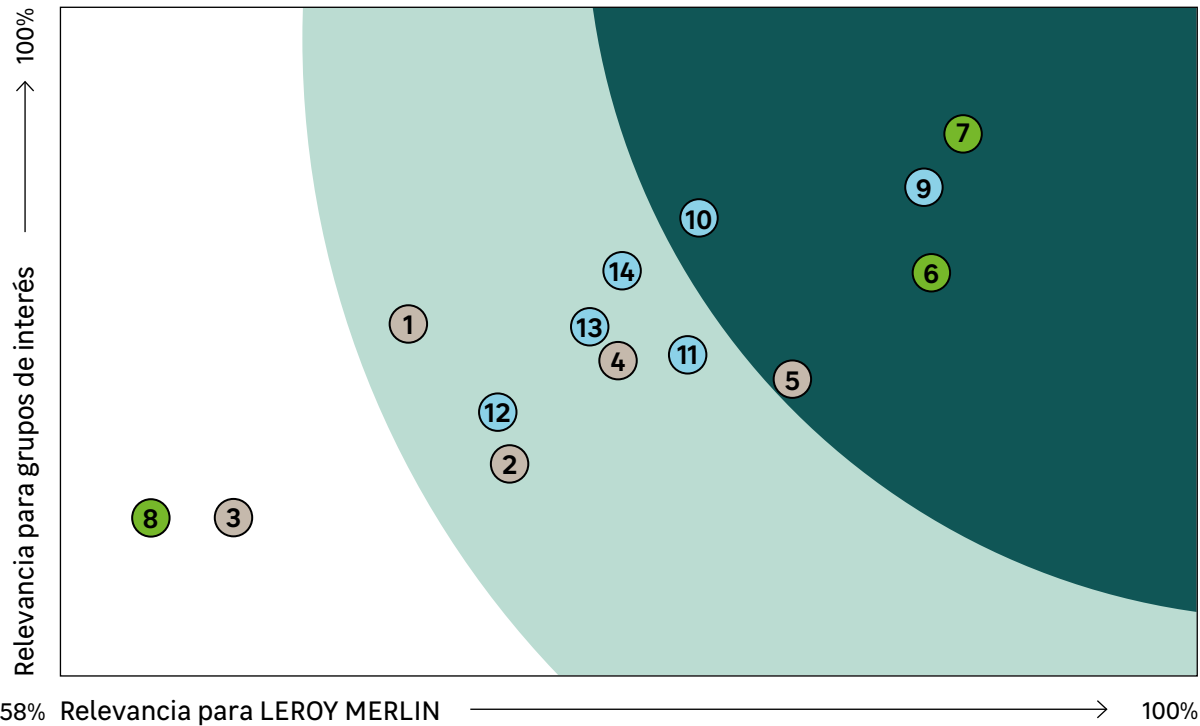
CÓMO SE HA ELABORADO EL INFORME 2021: ANÁLISIS DE MATERIALIDAD



El diálogo con los grupos de interés es fundamental para entender cuáles son los temas más relevantes en relación a cada uno de ellos, y conocer de qué manera les afecta. En este sentido, nuestro objetivo ha sido, en primer lugar, identificar los temas materiales (es decir más relevantes) en función de nuestra localización geográfica, procesos y cadena de valor. En segundo lugar, detectando los grupos de interés más relevantes, es decir, todos los colectivos que pueden ejercer una influencia sustancial y que puedan estar afectados por nuestra actividad. Estos son: ADEO, proveedores, colaboradores, clientes y consumidores, ONG, medios de comunicación, sindicatos, sociedad y administración central, autonómica y local.

En la sección Somos LEROY MERLIN se detallan los pasos del análisis acometido en 2021, cuyos resultados, en forma de matriz, han sido los siguientes:

Escala de relevancia: ● Alta (+80%) ● Media (+70) ○ Moderada (-60%)



Temas Relevantes LEROY MERLIN España 2021	Valoración EJE Importancia para LEROY MERLIN	Valoración EJE Importancia para los grupos de interés
Desarrollo humano		
1 Liderazgo y negocio responsable	67,4%	78,5%
2 Vecino de referencia en la comunidad	72,1%	73,9%
3 Contribución a la Agenda 2030	61,7%	70,4%
4 Innovación y digitalización	76,2%	78,9%
5 Gestión de la cadena de valor y derechos humanos	82,7%	78,6%
Mejora del hogar		
6 Experiencia y satisfacción de los clientes	87,8%	83,4%
7 Productos seguros y sostenibles	87,8%	90,2%
8 Concienciación en consumo responsable	58,6%	70,6%
Nuestra responsabilidad		
9 Empleo estable y de calidad	87,5%	89,9%
10 Salud y bienestar laboral	79,1%	87,3%
11 Diversidad e igualdad de oportunidades	78,6%	80,2%
12 Buen gobierno, ética y cumplimiento normativo	71,3%	77,2%
13 Uso responsable de los recursos	75,0%	81,0%
14 Impulso a la economía circular	76,1%	83,3%

La matriz de materialidad se construye a través del análisis de la materialidad, donde se tienen en cuenta tanto los temas y tendencias que más interés tienen para la compañía, como de qué manera esos temas afectan a los diferentes grupos de interés. Se han considerado tanto la perspectiva interna de la empresa (empleados, gobierno corporativo, etc.), como la perspectiva externa (entorno, medioambiente, etc.)

A su vez, se ha ponderado el grado de importancia de cada uno de estos temas, agrupados en dimensiones que engloban aquellos con similares características. Cada uno de los temas se han valorado del 1 al 10, tanto por la compañía como por los grupos de interés (perspectiva de doble eje). Estos temas se han organizado en función de su relevancia, lo que permite también de manera visual en la tabla de materialidad visualizar su situación con respecto al resto. Por último, a continuación se presenta la tabla donde se explica el porqué de la relevancia de cada uno de los temas materiales:

EJES	TEMA MATERIAL	¿POR QUÉ ES MATERIAL?
Corporativo	Experiencia y satisfacción de los clientes	Nuestros clientes se encuentran en el centro de nuestro modelo de negocio. Para nosotros es un factor clave darles una atención excelente y conseguir su satisfacción. Esto implica impulsar su confianza en cuanto a los productos que nos compran, que deben estar correctamente etiquetados e identificados, garantizarlos canales y los servicios que nos demandan, así como en la privacidad de todos los datos que comparten con nosotros.
	Contribución a la Agenda 2030	Alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible es una meta global común a gobiernos, ciudadanos y empresas. LEROY MERLIN contribuye a su consecución y al impacto positivo mediante su actividad, impulsando las alianzas con empresas del sector y otros grupos de interés y el respeto de los derechos humanos.
	Innovación y digitalización	Vivimos en un contexto de cambio constante y la innovación nos ayuda a adaptarnos a estos cambios y seguir impactando de forma positiva sobre nuestros grupos de interés. La innovación nos permite mejorar, ser más eficientes y conseguir una mejor posición en el mercado ya sea impulsando nuevos productos, nuevos modelos de negocio, nuevos procesos, nuevas formas de organización, de comunicarnos y/o de conseguir la satisfacción de nuestros clientes. En este campo, la colaboración con nuestros grupos de interés es también muy relevante.
	Gestión de la cadena de valor y derechos humanos	El respeto a los Derechos Humanos queda recogido en el Código Ético de la compañía. Con nuestros proveedores y contratistas también procuramos el respeto a los derechos humanos a través del Código de Conducta de Proveedores de Compras Responsables y el Código de Conducta de Proveedores de Compras Indirectas.
Ética	Buen gobierno, ética y cumplimiento normativo	La ética y el buen gobierno son uno de los ejes vertebradores de nuestra compañía, siempre comprometidos con la transparencia y la comunicación como muestra de compromiso con nuestros grupos de interés. Dentro de este marco se encuentran entre otros el cumplimiento legal y los mecanismos para la protección de los derechos humanos, tanto internamente en la compañía como en la cadena de suministro.
	Liderazgo y negocio responsable	LEROY MERLIN es la compañía líder en España de acondicionamiento del hogar (bricolaje, construcción, decoración y jardinería). Dentro de nuestra organización la sostenibilidad es clave para el mantenimiento a largo plazo y es un factor que premian cada vez más nuestros grupos de interés, reduciendo además los riesgos éticos, ambientales y sociales. El negocio responsable, se trata de forma transversal en LEROY MERLIN, pasando entre otros por la ética, la responsabilidad en nuestra forma de operar y en nuestra cadena de suministro, el impacto positivo en la comunidad local, nuestra comunicación y nuestro catálogo de soluciones.
Hogar	Productos seguros y sostenibles	Contamos con soluciones sostenibles y de calidad que cuidan en todo momento la salud y el bienestar de nuestros clientes. Impulsar la oferta de las mismas forma parte de nuestra estrategia y está en línea con la creciente demanda de la sociedad incluyendo información sobre el impacto ambiental de los productos, impulso del packaging seguro y sostenible, y la reducción del uso del plástico.
	Concienciación en consumo responsable	Como empresa referente en el sector del hogar, tenemos una oportunidad ligada con la pedagogía y la promoción del consumo responsable. Por un lado en nuestra cadena de suministro, formando y colaborando con nuestros proveedores para que nuestras compras y nuestro catálogo sean cada vez más sostenibles, con mayor trazabilidad y uso responsable de las materias primas. Y por otro lado, acompañando a nuestros clientes en sus decisiones de compra e impulsando la concienciación y sensibilización ambiental entre nuestros colaboradores y las comunidades locales.

EJES	TEMA MATERIAL	¿POR QUÉ ES MATERIAL?
Medioambiente	Uso responsable de los recursos	El agotamiento de las materias primas es uno de los retos globales, asociado con una necesidad de impulsar una economía más eficiente en la que los recursos se aprovechen mejor generando ahorros económicos y ambientales para empresas y consumidores y neutra en carbono. En esta línea es una oportunidad hacer de nuestras tiendas un ejemplo de sostenibilidad en eficiencia en el consumo de agua, electricidad y otros recursos para contribuir a un modelo más responsable. También es muy relevante la sostenibilidad de la cadena logística y su impacto ambiental, notablemente a nivel de emisiones de gases de efecto invernadero.
	Impulso a la economía circular	Ante la necesidad de cambiar el modelo de “usar y tirar”, acompañada de una presión legislativa, se aboga por un modelo económico más eficiente y circular. En esta línea, la economía circular cobra importancia, abriendo nuevas oportunidades de negocio y optimización (impulso de los servicios, prevención en la generación de residuos, gestión sostenible de residuos e impulso del reciclaje, etc.).
Sociedad y personas	Empleo estable y de calidad	Las personas son el mayor activo de LEROY MERLIN y el empleo y su calidad impacta directamente en su bienestar y en el rendimiento de la compañía (estabilidad, seguridad y salud en el trabajo, conciliación de vida privada y personal, formación y desarrollo profesional). Asimismo este factor también tiene un impacto importante en la economía local por la generación de empleo indirecto a través de nuestras compras y contratación de servicios.
	Salud y bienestar laboral	Queremos que la prevención sea el camino a seguir. La elaboración de un PRL que identifique correctamente los riesgos laborales y puedan llevarse a cabo acciones para su reducción o evitación.
	Diversidad e igualdad de oportunidades	Vivimos en una sociedad diversa, que pide que las empresas sean reflejo de esta diversidad, por lo que son estratégicas las medidas para impulsar la diversidad e igualdad de oportunidades de todo tipo de colectivos en todas las áreas de la compañía, además de reflejar esto en nuestra comunicación y diálogo con nuestros grupos de interés.
	Vecino de referencia	Queremos tener un impacto positivo en las comunidades en las que estamos presentes. En esta línea es clave fomentar las alianzas en las comunidades locales con el fin de contribuir al desarrollo local desde el punto de vista económico y social, como por ejemplo con las compras locales y la colaboración con el tercer sector para el desarrollo de nuestra acción social.

En el presente informe, los distintos temas materiales se desarrollan como muestra en la tabla siguiente:

TEMA MATERIAL	CAPÍTULO DONDE SE DESARROLLA
Empleo estable y de calidad	Comprometidos con las personas/Nuestro equipo; Colaboradores y aliados
Liderazgo y negocio responsable	Somos LEROY MERLIN/Estrategia 2021; Construyendo un mejor hábitat; Premios y reconocimientos Una cultura responsable/Buen gobierno Compromiso con la sociedad/Contribución al desarrollo territorial Sostenibilidad 360/Consumo responsable; Cuidado medioambiental
Experiencia y satisfacción de los clientes	Somos LEROY MERLIN/Estrategia 2021 Compromiso con la Sociedad/Diálogo con los grupos de interés; Protección al consumidor
Uso responsable de los recursos	Consumo Responsable/Producto responsable; Logística sostenible; Relación con los proveedores
Productos seguros y sostenibles	Consumo Responsable/Producto responsable; Logística sostenible
Contribución a la Agenda 2030	Somos LEROY MERLIN/Contribución a la Agenda 2030 Compromiso con la sociedad/Contribución al desarrollo territorial
Vecino de referencia en la comunidad	Somos LEROY MERLIN/Premios y Reconocimientos Colaboradores y Aliados/Alianzas Compromiso con la sociedad/Contribución al desarrollo territorial
Buen gobierno, ética y cumplimiento normativo	Una cultura responsable/Buen gobierno; Información fiscal
Diversidad e igualdad de oportunidades	Nuestro equipo/Por la igualdad y la diversidad
Concienciación en consumo responsable	Somos LEROY MERLIN/Construyendo un mejor hábitat Consumo responsable/Producto responsable; Logística sostenible
Impulso a la economía circular	Consumo responsable/Producto responsable
Innovación y digitalización	Somos LEROY MERLIN/Estrategia 2021
Salud y bienestar laboral	Nuestro equipo/Un entorno laboral saludable
Gestión de la cadena de valor y derechos humanos	Respeto y protección social/Compromiso con los DDHH; Principios del Pacto Mundial

En cuanto a las novedades con respecto al año pasado, se ha ampliado el alcance de algunos temas materiales:

- El que correspondía con Negocio Responsable ha pasado este año a denominarse Liderazgo y Negocio Responsable, ampliando el aspecto esencial del liderazgo.
- Atención al cliente ha pasado a ser Experiencia y satisfacción de los clientes, extendiendo así el tema a cuestiones fundamentales relativas a los clientes.
- Racionalización del consumo de recursos ha pasado a ser Uso responsable de los recursos, que incluye una definición más completa.
- Productos seguros y sostenibles ha incluido la dimensión comunitaria.
- Concienciación en consumo responsable ha sumado a Ética y cumplimiento normativo la dimensión de Buen Gobierno.
- Igualdad de género y de oportunidades se ha ampliado para recoger todo tipo de diversidad, denominándose ahora Diversidad e igualdad de oportunidades.
- Por último, se han añadido dos nuevos temas materiales: Gestión de la cadena de valor y derechos humanos y Salud y bienestar laboral.

La mayoría de temas materiales se ha mantenido igual al año anterior, el cambio de nombre no ha supuesto importantes cambios en el contenido. Los temas que se han refundido en uno sólo o los dos nuevos (Salud y bienestar laboral y Gestión de la cadena de valor y Derechos Humanos) han traído consigo un pequeño cambio en la estructura del informe con el añadido de estos contenidos, con el objetivo de favorecer el equilibrio y la claridad en la exposición, sin que hayan desaparecido datos que puedan dificultar la comparabilidad del informe o su exhaustividad. Al igual que sucedía en el Informe 2020, algunos de los contenidos se facilitan en un Anexo estadístico específico.

Por otro lado, aunque no existe un procedimiento sistemático de consulta a los grupos de interés respecto a su influencia en el contenido del informe y en las actividades, productos y servicios de LEROY MERLIN España, la compañía tiene en cuenta sus expectativas, reflejadas en las encuestas de clima, y su desempeño global desde el diseño de su oferta hasta sus comunicaciones. Además, la compañía se reúne al menos una vez al año con medios de comunicación, proveedores, administraciones públicas u organizaciones del tercer sector.

Todos los datos incluidos en el informe proceden de fuentes fiables e identificadas. Cuando son estimaciones, se reflejan junto al dato correspondiente. En los casos en que la información requerida no se ha podido recopilar, se indica en el Índice GRI.

El informe de sostenibilidad puede consultarse del sitio web corporativo de LEROY MERLIN España o solicitarse al Departamento de Negocio Responsable: negocio.responsable@leroymerlin.es

TEMAS MATERIALES, COBERTURA Y ALCANCE DE LA INFORMACIÓN

La siguiente tabla muestra los temas materiales identificados para la elaboración del informe de sostenibilidad 2021. En ella se explica dónde se producen los impactos asociados a cada tema y qué información facilita la compañía sobre la gestión de los mismos.

TEMA	IMPACTO		INFORMACIÓN DISPONIBLE	
	INTERIOR	EXTERIOR	IMPACTOS INTERIORES	IMPACTOS EXTERIORES
Empleo estable y de calidad	X		Completa (*)	
Liderazgo y negocio responsable	X	X	Los impactos internos quedan recogidos en los contenidos generales de GRI, así como en 201, 202 y 205.	Completa
Experiencia y satisfacción de los clientes	X	X	Completa	Se ofrecen datos de satisfacción de los clientes y de su valoración de los productos.

Uso responsable de los recursos	X	X	Emisiones indirectas de CO ₂ , asociadas al consumo de electricidad en las tiendas de LEROY MERLIN España. Las emisiones directas no son significativas. Información extraída de las facturas de gas y electricidad, para los datos propios.	La flota logística no es propiedad de la compañía. No se reportan sus emisiones, ya que no se dispone de datos de otras empresas. Los cálculos ofrecidos son estimaciones a partir de las distancias recorridas. En cuanto a los proveedores, el Código de Conducta de Proveedores de Compras Responsables anima a los proveedores de LEROY MERLIN a reciclar y a utilizar material reciclado, así como a reducir y suprimir los componentes nocivos para el medioambiente. La evaluación de los datos se realiza por una entidad externa.
Productos seguros y sostenibles	X	X	La información sobre proveedores se limita a los datos de aceptación del Código de Conducta de Proveedores de Compras Responsables.	Se detalla la apuesta de la compañía por el desarrollo de soluciones de energía renovable y más eficientes desde el punto de vista energético para los hogares.
Contribución a la Agenda 2030	X	X	Completa	El Código de Conducta de Proveedores de Compras Responsables prohíbe el trabajo forzoso, el trabajo infantil, el acoso y el abuso, así como cualquier conducta que vulnere la salud física y/o moral de los trabajadores. Pide asimismo respetar la normativa de higiene y salud laboral y la libertad sindical. Por otro lado, tal y como refleja la política fiscal, la compañía realiza el 100% de su contribución tributaria en España. La evaluación de los datos se realiza por una entidad externa. Sobre impactos indirectos se ofrece información cualitativa.
Vecino de referencia en la comunidad	X	X	Completa	Se estima que la creación de empleo indirecto se sitúa entre 20 y 60 empleos por tienda.
Buen gobierno, ética y cumplimiento normativo	X	X	Completa	No se ofrecen datos financieros de ADEO, que presenta sus propias cuentas. La lucha contra la corrupción y la protección de los Derechos Humanos se incluyen en el Código ético, y también compromete a los proveedores en sus Códigos de Conducta. En materia de protección de datos, no se ofrecen datos de impactos externos, por ser un asunto confidencial. En materia de protección de datos, se informa en la tabla GRI indicador 418.
Diversidad e igualdad de oportunidades	X	X	Completa	Se ofrecen resultados de las acciones de inserción laboral.
Concienciación en consumo responsable	X	X	Completa	Información cualitativa.
Impulso a la economía circular	X	X	LEROY MERLIN no es fabricante ni embala los productos que comercializa. Se ofrecen los datos de la declaración de envases realizada por la compañía. La información sobre evaluación de proveedores se limita a los datos de aceptación del Código de Conducta de Proveedores de Compras Responsables.	La información disponible sobre el destino dado por los clientes a los embalajes y envases se recoge en los informes de Ecoembes. Sobre los materiales utilizados, la información cuantitativa se limita a la declarada por los proveedores, para lanzamientos del año 2021. Se ofrece asimismo información cualitativa sobre iniciativas en materia de productos sostenibles, desarrolladas con proveedores. El Código Ético anima a los proveedores de LEROY MERLIN a reciclar y a utilizar material reciclado, así como a reducir y suprimir los componentes nocivos para el medioambiente. La evaluación de los datos se realiza por una entidad externa.
Innovación y digitalización	X		Completa	

Salud y bienestar	X		Completa	
Gestión de la cadena de valor y derechos humanos	X	X	LEROY MERLIN monitoriza la aceptación de los códigos de conducta en su cadena de valor y verifica las autoevaluaciones éticas.	<p>El respeto a los Derechos Humanos queda recogido en el Código Ético de la compañía. Con nuestros proveedores y contratistas también procuramos el respeto a los DDHH a través del Código de Conducta de Proveedores de Compras Responsables y el Código de Conducta de Proveedores de Compras Indirectas</p> <p>El respeto a los Derechos Humanos queda recogido en el Código Ético de la compañía. Con nuestros proveedores y contratistas también procuramos el respeto a los DDHH a través del Código de Conducta de Proveedores de Compras Responsables y el Código de Conducta de Proveedores de Compras Indirectas.</p> <p>Para trabajar con los proveedores de alto impacto se exige pasar una auditoría de medioambiente.</p>

(*) Información completa: el indicador o indicadores GRI elegidos para cada tema material, se reportan de acuerdo con los requerimientos de los Estándares GRI, tanto en términos cuantitativos como cualitativos. En el índice GRI se detallan las omisiones existentes, en los casos en que procede.

Para ver el informe completo escanea este QR o [clica aquí](#).

