

# INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2018

---



*Da vida a tus ideas*





# ÍNDICE

1	Saludo del Director General	6
2	Mensaje del Departamento de Negocio Responsable	8
3	Hitos 2018	10

4	Un marco para la gestión de impactos	14
5	Ética y Buen Gobierno	18
6	Sociedad y personas	46
5.1.	Una organización ágil e innovadora	20
5.2.	Transparencia y diálogo	37
6.1.	Impulso al entorno local	48
6.2.	Mejoras sociales, hogares dignos	53
6.3.	Compromiso con la integración laboral	59
6.4.	Desarrollo personal y profesional de nuestros colaboradores	68

7	Hogar sostenible hoy y en el futuro	86
8	Medio ambiente	100
9	Anexos	118
7.1.	Productos, servicios y proyectos	88
7.2.	Cada vez más cerca del consumidor	94
8.1.	Política de medio ambiente	102
8.2.	Sensibilización y consumo responsable	103
8.3.	Economía circular	106
8.4.	Cambio climático	110
9.1.	Sobre este Informe	120
9.2.	Tabla de equivalencia de capítulos con los 10 Principios del Pacto Mundial	126
9.3.	Índice de contenidos GRI	126
9.4.	Informe de revisión independiente	137

## 1

# SALUDO DEL DIRECTOR GENERAL

Ignacio Sánchez Villares

Director General Leroy Merlin España

Cumplimos 30 años en España en un momento en el que estamos acelerando nuestra transformación para adaptarnos a las nuevas necesidades del habitante.

Estamos viviendo un periodo de grandes cambios y se nos plantean dos alternativas: nos preparamos rápidamente para adaptarnos a ellos o los provocamos nosotros. Mi misión como Director General es crear las condiciones para que el negocio y las personas se desarrollen sin límites. La transmisión de la estrategia no será la misma si yo la he creado que si todos la hemos coconstruido.

Recordaremos 2018 como el año de la “convergen-

cia con AKI”, que nos ha acercado a diferentes perfiles de habitantes gracias a nuevos formatos de punto de venta. También vuelve a destacar nuestra positiva evolución financiera, con un nuevo **récord de ventas de 2.128 millones de euros**; una solvencia que hace posible que continuemos potenciando la omnicanalidad y la innovación a través de proyectos tecnológicos, con 31,1 millones de euros de inversión en 2018.

Pero algo estaría haciendo mal como Director General si solo nos preocupase la facturación. Nuestra motivación es seguir creciendo y creando valor para el país. **El 82,79% de nuestros proveedores son españoles**, a los que realizamos compras por valor de



950 millones de euros. Pagamos todos nuestros impuestos en España, con una **contribución tributaria directa e indirecta de 275,6 millones de euros**. Todo acompañado de un plan de expansión gracias al cual en 5 años crearemos 6.500 empleos directos e indirectos, siendo la ética y la sostenibilidad factores de decisión en nuestro modelo de negocio actual.

Porque llegará el momento en que un consumidor descarte a una empresa por no ser ética y sostenible. Y esta es la ley más severa que existe para una marca, el perder la confianza de su cliente. Como socios del Pacto Mundial, los Objetivos de Desarrollo Sostenible son una oportunidad histórica para las empresas, y desde Leroy Merlin no dudaremos en aprovecharla como impulsora del cambio. Ya no tratamos de convencer a los demás para que cambien; hemos decidido cambiar nosotros primero.

Por ello, en Leroy Merlin vamos a asumir diferentes compromisos rotundos en temas medioambientales. En 2020 solo venderemos productos de madera o que contengan madera que dispongan de una certificación de gestión forestal sostenible. Vamos también a reducir al máximo el uso de plástico no reciclable en el *packaging*, sustituyéndolo por papel, cartón y otros materiales fácilmente reciclables. Asimismo, reduciremos un 20% de las emisiones derivadas de la actividad logística y de transporte en un plazo de 5 años.

No solo consiste en mitigar el impacto. Nuestro papel debe ir un paso más allá y hacernos ser los motivadores de cambios en nuestros hábitos cotidianos para que sean más sostenibles y saludables. Por ello, el 19% de las ventas anuales de Leroy Merlin procede de productos sostenibles. Además, ya comercializamos placas solares y soluciones de energías renovables para el hogar. Incluso contamos en nuestros lineales con productos como estores fabricados con plástico recogido en el mar. Muestras todas ellas de cómo poner en práctica un negocio responsable.

A nivel ético, contamos con el programa de prevención de delitos societarios, el código ético para empleados y el código ético con proveedores. Además, hemos puesto en marcha una herramienta digital para reportar posibles vulneraciones o incumplimientos.

Como comentaba, solo seremos capaces de liderar el cambio si contamos con el esfuerzo y el compromiso de todos los colaboradores de esta compañía. La pasión, y no la imposición, es lo que está impulsando esta transformación, por lo que cada uno es indispensable en este reto.

Este convencimiento se ha traducido en un Propósito como compañía: “Despertar en **cada persona** la motivación de crear entornos donde **vivir mejor**”. Toda la esencia de Leroy Merlin parte de este Propósito y es la clave para su éxito. En él se sustentan los valores que guían nuestra conducta. Un Propósito que encaja perfectamente con el camino recorrido hasta el momento.

Somos la prueba de que una multinacional puede aunar el crecimiento económico y la responsabilidad con su entorno local y con las personas. Esta forma de ser hace que Leroy Merlin crezca y que este Informe contemple cada año más valor cualitativo.

En definitiva, el progreso de una empresa, una familia, y del mundo en general, depende de cada uno de nosotros. Así, démosle un Propósito a nuestra vida y a nuestro trabajo y luchemos por él.

**Gracias a todos por la implicación y el compromiso que estáis demostrando cada día.**

# 2

## MENSAJE DEL DEPARTAMENTO DE NEGOCIO RESPONSABLE

**E**n Leroy Merlin siempre hemos querido contribuir a la sociedad y ser, por tanto, una empresa relevante para España. Por eso llevamos a cabo un modelo de negocio cada vez más sostenible, integrando la Responsabilidad Social Empresarial en nuestra cadena de valor y en los procesos de negocio, lo que también nos permite impulsar una estrategia integral de comunicación responsable. Se trata de una evolución natural en una compañía que pasa de la RSE al Negocio Responsable, algo que incluso nos ha llevado a denominar nuestro departamento con este concepto.

Y si implementamos ese cambio estratégico es porque creemos en un modelo de empresa diferente

basado en valores fuertes y cada vez más compartidos con nuestros grupos de interés. Nuestra reputación como compañía implica que seamos evaluados en función de nuestro compromiso con la sociedad, y de la responsabilidad y eficiencia con la que desarrollamos nuestra actividad de negocio.

El esfuerzo realizado durante 2018 se ha traducido en unos buenos resultados que han sido posibles gracias al compromiso ético que orienta nuestras actividades. En este compromiso se incluyen todos los aspectos sociales y ambientales que demandan todos nuestros grupos de interés y, en especial, los consumidores. Gracias a ello, recibimos como premio su confianza y fidelidad.



Somos muy conscientes de que el consumidor es cada vez más exigente con nosotros y con el impacto que generamos en nuestro entorno. Por eso, por tercer año seguimos apostando por el programa de sensibilización medioambiental infantil "Hazlo Verde", creado para promover la concienciación y la educación en el desarrollo de hábitos y pautas sostenibles en el hogar. Gracias al programa, decenas de miles de alumnos de centros educativos de toda España han aprendido hábitos sostenibles y saludables que trasladan al ámbito de su hogar y su familia. En la misma línea, el Movimiento Somos la Raíz, una iniciativa de la compañía para impulsar la educación medioambiental desde la infancia, aún a 200.000 niños y niñas de toda España que piden que sus propuestas sean tenidas en cuenta para el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) promovidos por la ONU. Como resultado de estas propuestas, se ha desarrollado el Manifiesto "Somos La Raíz", que ya cuenta con más de 28.000 apoyos *online*. Y, siguiendo los objetivos de esta ambiciosa y necesaria Agenda 2030, hemos vuelto a mejorar hogares de familias en riesgo o situación de pobreza energética con nuestra Reserva de Energía Solidaria.

En lo que compete a productos, nuestra gama Eco Opciones de soluciones sostenibles para el hogar ya supone un 19,11% de las ventas anuales, una proporción que supera la alcanzada en 2017. Otro de los proyectos que pone de relieve el compromiso de Leroy Merlin con el medio ambiente es el de Madera Justa, desarrollado conjuntamente con la Fundación Comercio para el Desarrollo (COPADE). Los productos fruto de este proyecto cuentan con los sellos Madera Justa y FSC y se comercializan en todas las

tiendas de Leroy Merlin de España, impulsando el comercio justo y la autogestión sostenible de estos productores.

Además, la implicación en materia de acción social a través del acondicionamiento de hogares de personas en situación o riesgo de exclusión social ha vuelto a ser muy intensa en 2018. Hemos desarrollado 63 proyectos en España a través de la participación de 38 tiendas y 407 personas voluntarias. Esto nos ha permitido mejorar la calidad de vida de 1.500 personas de manera directa, algo que no habría sido posible sin el compromiso de nuestros colaboradores voluntarios.

Todo lo que resumimos en esta carta está plasmado en este Informe, que vuelve a seguir las directrices y principios recogidos en los estándares de Global Reporting Initiative (GRI) y que está verificado externamente. Consideramos indispensable que la transparencia y la ética sean criterios principales en la toma de decisiones que rijan nuestro rumbo empresarial. Además, en este documento, hemos querido analizar nuestras acciones en función de los diferentes ODS. Como personas, somos la única clave y motor del cambio, tenemos la responsabilidad de ser activos y de comprometernos con una nueva forma de relacionarnos con el planeta.

Queremos aprovechar estas líneas para hacer un reconocimiento especial a las personas que nos han ayudado a transitar el camino que se describe en este Informe. Gracias a todos por vuestro compromiso, implicación, colaboración y vocación para que, entre todos, despertemos en **cada persona** la motivación de crear entornos donde **vivir mejor**.

3

**HITOS 2018**  
UN AÑO DE HITOS  
QUE CREAN  
ENTORNOS DONDE  
VIVIR MEJOR



# Hitos 2018

Un año de hitos que crean entornos donde vivir mejor

## ÉTICA



Presentación del Propósito y nuevos valores Leroy Merlin.

Definición e implantación del Código Ético de empleados, nuestra referencia en cultura ética y buen gobierno.

Nueva estructura de la organización y redefinición del área de RSE, que pasa a ser Negocio Responsable.

Nombramiento de un Referente Antidiscriminación y un Referente Anticorrupción para impulsar la ética en la compañía.

Implantación de un Sistema de Gestión de la Seguridad de la Información certificado con la norma ISO/IEC 27001.

## HOGAR



140 millones de visitas en nuestra tienda online y 36 millones de visitas a nuestras tiendas físicas.

Inicio de la convergencia con AKI y nuevos formatos de tienda que se adaptan a las necesidades de cada cliente: COMPACT, PROJECT y URBAN.

Las Eco Opciones alcanzan el 19,11% de la cifra de ventas.

La gama propia (MDH) 32,35% de cuota de mercado, con unas ventas de 704,8 M€.

333.751 referencias en nuestro catálogo global.

## SOCIEDAD Y PERSONAS



950 M€ en compras a proveedores españoles.

600.000 euros destinados a acción social.

La Reserva de Energía Solidaria busca combatir la pobreza energética con mejoras de eficiencia realizadas en 64 hogares en riesgo de pobreza energética.

Programa "Un Hábitat Mejor" de acompañamiento para empresas de innovación social en España: 10 proyectos mentorizados.

Nuestro equipo de colaboradores ha crecido un 9,2%.

Lanzamiento de la App para colaboradores *Come In* y de la nueva herramienta de atracción del talento *Talent Clue*.

75% de colaboradores con contrato indefinido.

Reafirmamos el sentido de pertenencia de los colaboradores con una propuesta de valor al empleado actualizada.

199.340 horas de formación impartidas.

Año récord en baja siniestralidad laboral. Renovación de la certificación OHSAS.

1.648 participantes en nuestros "Programa de Graduados" y "Programa de Prácticas y Becas".

## MEDIO AMBIENTE



Creación del Movimiento "Somos la Raíz", para concienciar a toda la sociedad desde el impulso de los más jóvenes.

Tercera edición de "Hazlo Verde" y cierre de la segunda, que ha llegado a 140.193 alumnos de toda España.

77% de los residuos destinados a reciclaje o valorización y lanzamiento de programa piloto de logística inversa de recuperación de residuos.

7 iniciativas de reforestación y 2 de limpieza de espacios naturales.

Impulso de la logística inversa.



# UN MARCO PARA LA GESTIÓN DE IMPACTOS



# UN MARCO PARA LA GESTIÓN DE IMPACTOS

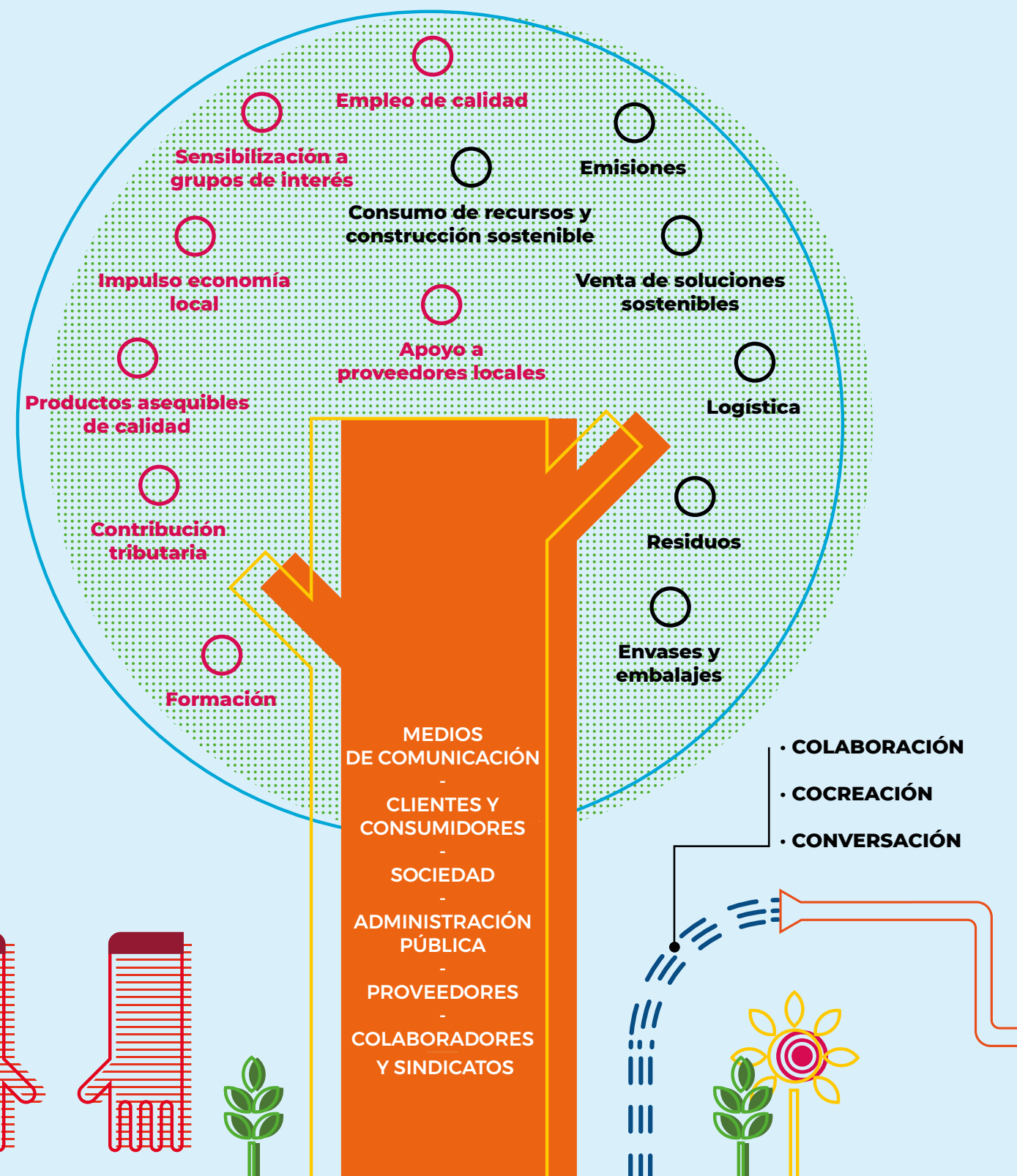
La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible es el marco que ha establecido Naciones Unidas para promover el bienestar de la humanidad. Dentro de este ambicioso programa se encuentran los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), aprobados en 2015, que son una llamada a la acción para acabar con la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas disfruten de paz y prosperidad. En Leroy Merlin nos hemos comprometido desde el primer día a impulsar y compartir los impactos positivos que generamos entre los consumidores, en las comunidades con las que nos relacionamos y también en el medio ambiente.

Para ello, utilizamos como guía los objetivos recogidos en nuestro Marco RSE "Demos Vida a un Hábitat Mejor", con el que queremos contribuir al llamamiento de la ONU por el desarrollo sostenible. Este marco queda reforzado con la formulación del nuevo Propósito, que nos anima a "despertar en **cada persona** la motivación de crear entornos donde **vivir mejor**". Con él queremos fomentar, entre nuestros grupos de interés, un mundo mejor para las generaciones futuras.

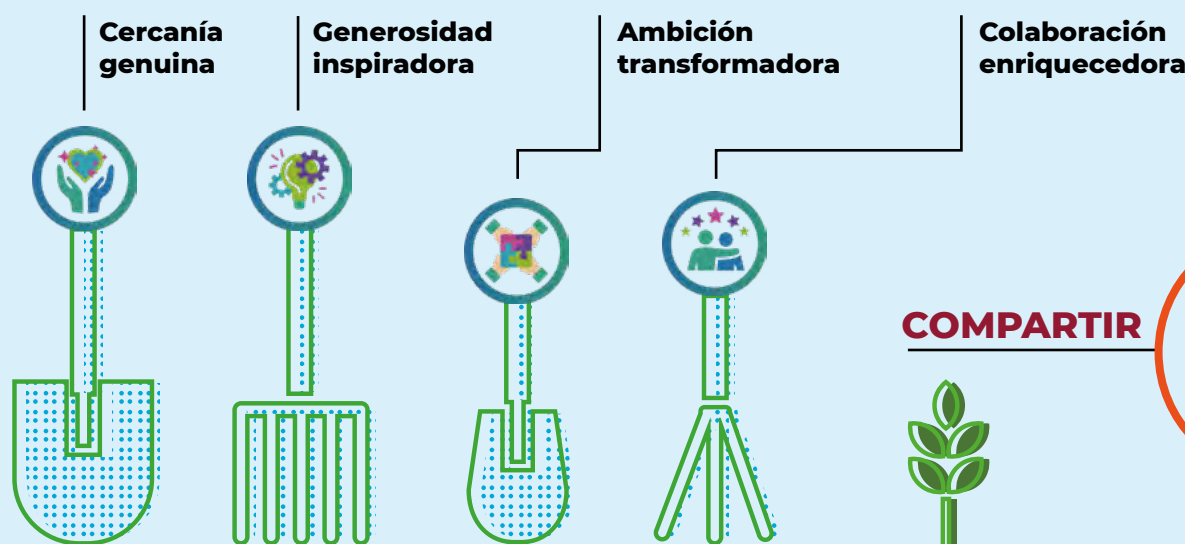
## ¿CÓMO CONTRIBUIMOS A LOS ODS?

- 12** Con soluciones sostenibles y de calidad para lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales.
- 13** Reduciendo la emisión de gases de efecto invernadero derivados de nuestras actividades e impulsando la sensibilización frente al cambio climático.
- 9** Facilitando el desarrollo de la innovación inclusiva y de calidad en empresas locales.
- 8** Contribuyendo a la economía local al mejorar el empleo para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor.
- 8** Contribuyendo a que el alumnado más joven adquiera una formación teórica y práctica que le permita desarrollar las competencias técnicas y profesionales necesarias para el desarrollo de un trabajo digno y de calidad, así como una educación para alcanzar una cultura del desarrollo sostenible.
- 4**
- 11** Reduciendo el impacto ambiental de las ciudades al prestar atención a la gestión sostenible de los residuos, reduciendo considerablemente su generación mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.
- 12**
- 10** Adoptando políticas de gestión de personas innovadoras y dirigidas a lograr progresivamente una mayor igualdad.
- 15** Promoviendo la gestión sostenible de los bosques mediante la compra de productos certificados, recuperando al mismo tiempo bosques degradados mediante actividades de reforestación a escala local.

**OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE**  
17 OBJETIVOS PARA TRANSFORMAR NUESTRO MUNDO



## VALORES



**MARCO RSE 2017-2021**

"Demos Vida a un Hábitat Mejor"

HOGAR

ÉTICA

SOCIEDAD Y PERSONAS

MEDIO AMBIENTE

5

# ÉTICA Y BUEN GOBIERNO



## 5.1. Una organización ágil e innovadora

### Cómplices expertos del habitante

Leroy Merlin España dirige su oferta de productos y servicios a consumidores de toda España, tanto a particulares como a empresas, para crear conjuntamente hogares más personales, prácticos, cómodos, seguros y sostenibles.

Hemos sido la primera compañía en desarrollar en España el concepto de gran superficie especializada en acondicionamiento del hogar. En nuestra vocación de llegar allí donde está el consumidor, hemos reforzado nuestra apuesta por nuevos formatos de tienda y por ser una empresa omnicanal.

#### TIENDA FÍSICA

##### PRODUCTOS



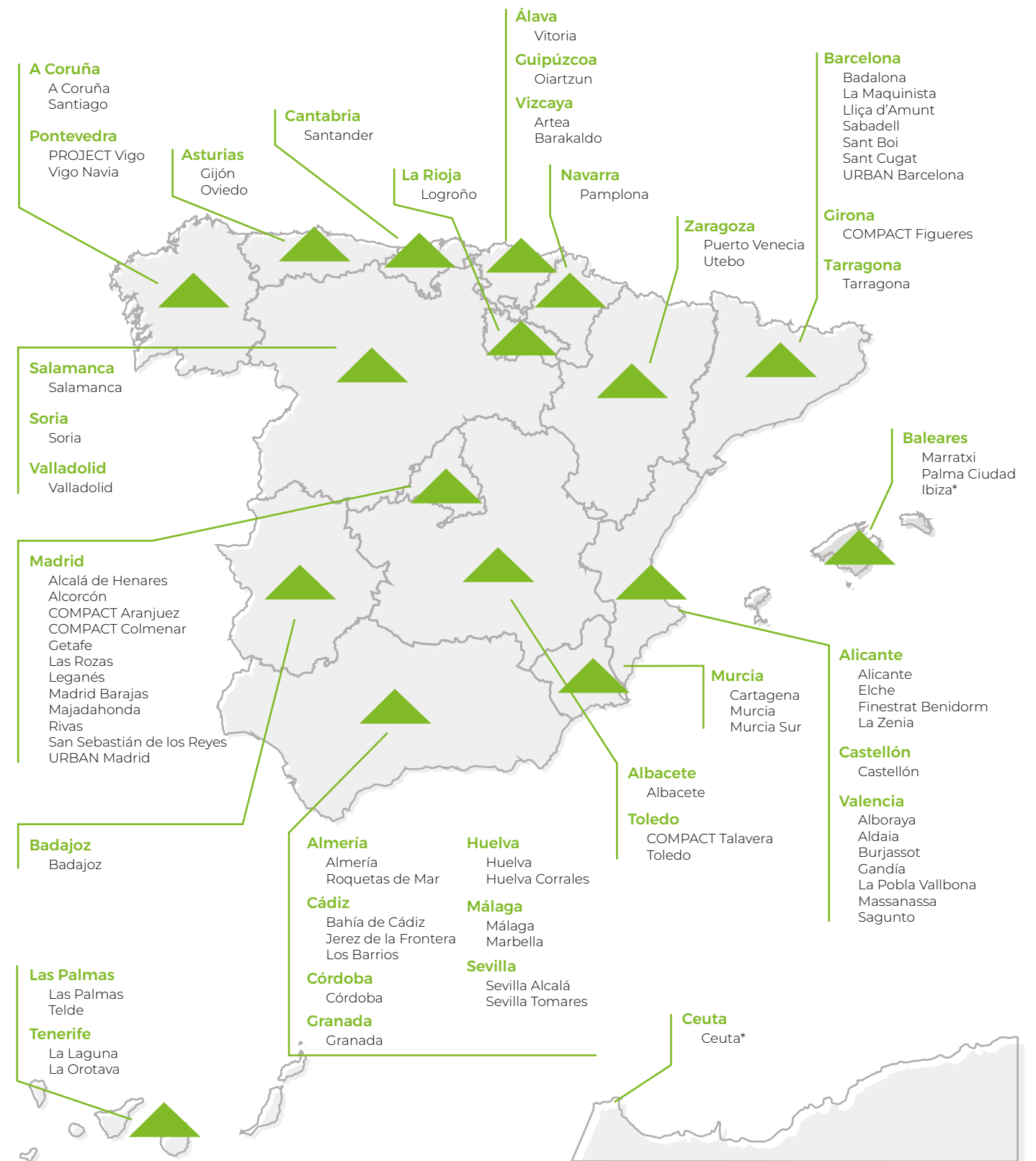
#### TIENDA ONLINE



Leroy Merlin pertenece a ADEO, grupo empresarial bajo el que operan diferentes marcas comerciales especializadas en el sector del bricolaje y el acondicionamiento del hogar.

ADEO ocupa el 3<sup>er</sup> lugar en el ranking mundial de su sector y el 1<sup>o</sup> en Europa; cuenta con más de 800 tiendas en 15 países, una plantilla de más de 114.000 empleados (a los que denominamos colaboradores) y una cifra de venta de 23.100 millones de euros.

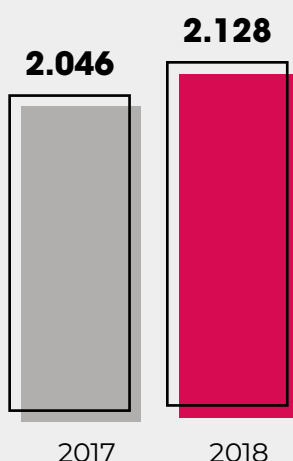
### Nuestras tiendas



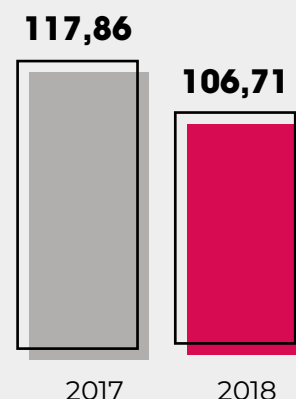
\* Las tiendas de Leroy Merlin Ibiza y Leroy Merlin Ceuta cerraron sus puertas el 15 de septiembre y el 31 de diciembre de 2018 respectivamente.

## LEROY MERLIN CONSOLIDA SU VALOR EN ESPAÑA

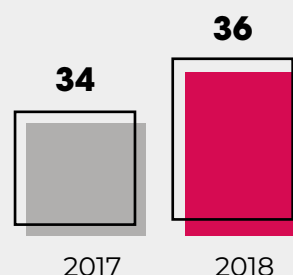
Cifra de ventas impuestos incluidos (M€)



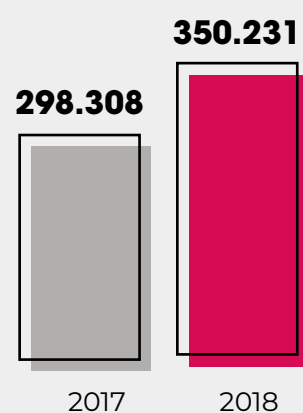
EBIT Corriente (M€) \*



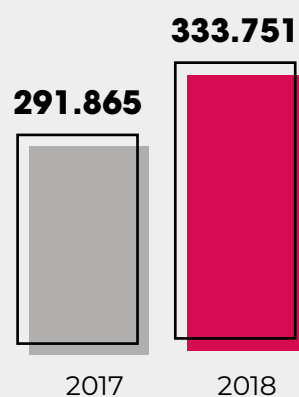
Visitas a nuestras tiendas (M de pasos por caja)



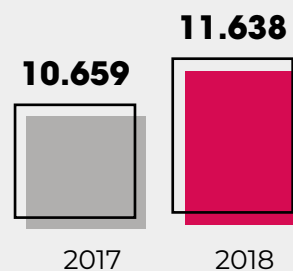
Pedidos tienda online



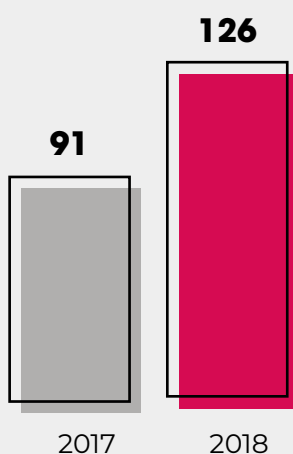
Referencias a cierre de año (n.º)



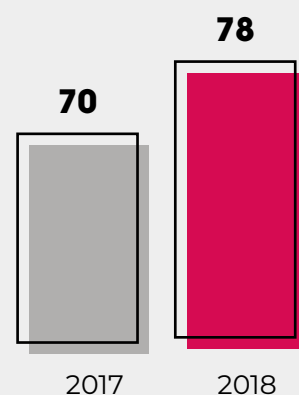
Colaboradores (n.º)



Volumen de inversión (M€)



Puntos de venta en España (n.º)



En 2018 hemos renovado el **11,4%** de la gama

Compras a proveedores: **1.298,3 M€** +3,8% sobre 2017

Pagos netos por tributos: **275,6 M€** +4,7% sobre 2017

\* Incluye Inmobiliaria Leroy Merlin

## Una nueva organización para un nuevo ciclo

Leroy Merlin es una compañía en continuo proceso de transformación y mejora permanente que mantiene un diálogo constante con sus grupos de interés para lograr los objetivos marcados. Esto implica caminar de la mano del consumidor para evolucionar hacia un modelo de negocio que también asegure la sostenibilidad, la experiencia del cliente, la diferenciación y el liderazgo en el sector.

En 2018 se ha iniciado el proceso de la convergencia de Leroy Merlin y AKI (proyecto UNI2), ambas compañías pertenecientes a ADEO y expertas en acondicionamiento del hogar. Leroy Merlin y AKI ya compartían conocimientos y generaban sinergias en su actividad, al pertenecer al mismo grupo empresarial. Por ello, esta unión favorece un nuevo esquema organizativo que permite adaptar la compañía a las necesidades del cliente, con nuevas funcionalidades más ágiles, flexibles y eficientes.

**Tras la convergencia con AKI, el 97% de los españoles contará con una de nuestras tiendas a menos de una hora.**

Esta unión se traduce en un nuevo modelo de tiendas multiformato enfocado al cliente, que ofrece tanto tiendas de proximidad en pequeño o mediano formato (COMPACT, PROJECT o URBAN) como grandes superficies. Esta convergencia da lugar a una marca única adaptada a cada formato, con nuevas sinergias que favorecen respuestas más ágiles ante las necesidades de nuestros clientes.

Con esta unión, creamos valor para nuestros clientes, nuestros accionistas y nuestros colaboradores. Dicha creación de valor se estructura en torno a seis ejes principales:

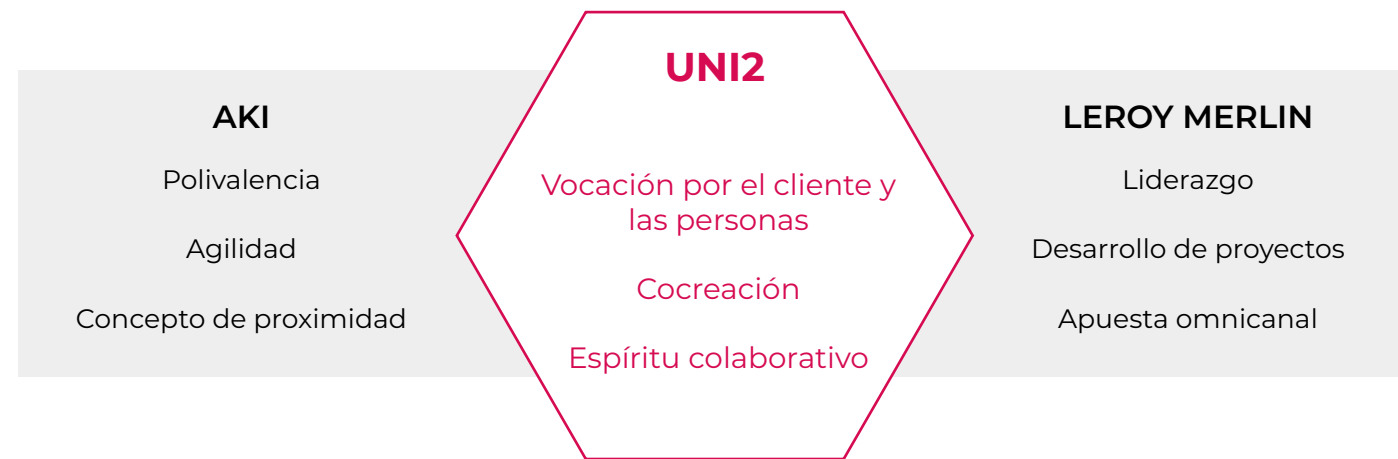


*“La convergencia ha sido el primer paso para cumplir con el Propósito de nuestra marca, nos permite estar más cerca de nuestros habitantes consiguiendo ser mucho más útiles y permitiéndoles acceder a miles de productos en menos de una hora para ayudarlos a mejorar su hábitat”.*

**Manuel Ortega**  
Director de Leroy Merlin COMPACT Talavera



Asimismo, la continua evolución digital de la organización permitirá acompañar a los consumidores en una experiencia omnicanal única.



**1+1=3**

**UNA EXPERIENCIA TOTALMENTE ADAPTADA A LAS NECESIDADES DE CADA CONSUMIDOR**

#### GRAN SUPERFICIE

Tiendas de unos 11.000 m<sup>2</sup>. Mantienen su denominación actual y seguirán siendo el referente y la esencia de la marca, donde residen sus valores de amplia oferta, asesoramiento personalizado e inspiración para el hogar.

#### URBAN

Tiendas en torno a los 2.000 m<sup>2</sup> donde prima la cercanía que aporta ubicarse en pleno centro de la ciudad. Las tiendas URBAN cuentan con zonas de exposición e interacción con herramientas digitales que las convierten en espacios de inspiración sobre el hogar, donde también poder adquirir productos de las habituales secciones de Leroy Merlin.

#### COMPACT

Tiendas entre 2.000 y 4.000 m<sup>2</sup>, con una selección de productos que harán la compra más cómoda, así como un servicio personalizado para concretar ideas y proyectos sobre el hogar.

#### PROJECT

Tiendas especializadas en los principales proyectos de acondicionamiento que se pueden desarrollar en cualquier hogar.

#### ONLINE

Una plataforma disponible 24/7 para acompañar a los consumidores.

Como primeros pasos de la convergencia, a lo largo del año se han realizado con éxito tres proyectos piloto que han supuesto la remodelación de las tiendas AKI de Colmenar Viejo, Talavera de la Reina y Figueras en tiendas Leroy Merlin COMPACT. En ellas se han probado nuevos conceptos comerciales contruidos a partir de la experiencia de ambas empresas. Entre las nuevas aperturas, destaca el nuevo formato URBAN con las tiendas de Leroy Merlin URBAN Madrid y Leroy Merlin URBAN Bar-

celona, así como la apertura de Leroy Merlin COMPACT Aranjuez.

Según el plan previsto, en 2019 Leroy Merlin y AKI se integrarán en una única estructura y se acelerará la transformación del parque de tiendas existentes hacia los nuevos formatos, plan que está previsto que se complete en 2020, a medida que se vaya consolidando la transformación progresiva a los nuevos formatos del parque de tiendas existente.

*“La convergencia entre LME y AKI es ante todo un reto humano, la unión de 13.500 colaboradores trabajando juntos con un objetivo común: 'ayudar a nuestros clientes a crear entornos donde vivir mejor'. De la unión de los dos equipos nace una empresa multiformato más cercana, más ágil y más adaptada a las necesidades de nuestros clientes.*

*2018 ha sido el comienzo de nuestra andadura, con las primeras transformaciones de tiendas AKI a Leroy Merlin COMPACT. Este proceso continuará en 2019 y culminará en 2020 con la transformación del resto de tiendas. Juntos, integrando lo mejor de cada uno, reforzamos el valor de la marca Leroy Merlin y nos afianzamos como la enseña referente en el acondicionamiento del hogar para el habitante español”.*

**Íñigo Pérez**

Director Regional Leroy Merlin Zona Centro

Las tiendas **URBAN** sintetizan nuestra apuesta por formatos innovadores, enfocados en la experiencia de cliente. Ubicadas en localizaciones emblemáticas del centro de la ciudad, permiten el acceso a multitud de productos y servicios.



#### AMPLIACIÓN SEDE DE MADRID

Desde el 1 de diciembre nuestra sede se ha ampliado, manteniendo la esencia de nuestras oficinas, garantizando el mismo entorno de trabajo y permitiéndonos disponer de un espacio más amplio donde desempeñar nuestra labor. La sede ocupa ahora también la primera y la tercera planta del edificio ubicado en la calle Anabel Segura, 7, Alcobendas (Madrid).

#### GRANDES CUENTAS

Por otro lado, en 2018 se ha creado una nueva línea de negocio de grandes cuentas que ofrece un innovador servicio de reformas integrales, en el que se incluye un equipo técnico multidisciplinar y proyectos llave en mano. Esta vía de negocio es una nueva apuesta de la compañía por ofrecer todo lo necesario para crear, mejorar o ampliar cualquier negocio, así como para iniciar un nuevo proyecto. Así, Leroy Merlin Rivas ha llevado a cabo este año la reforma de los baños en tres céntricos hoteles de Madrid.

Para atender a una demanda que no deja de evolucionar, necesitamos una estructura ágil, transversal y digital, sin perder de vista la personalización. Por eso, en Leroy Merlin estamos viviendo un proceso de reformulación en el que conservamos nuestra esencia, pero nos adaptamos a los rápidos cambios de un mundo en constante transformación. Esto nos permite ser más eficientes sin perder nuestra capacidad de trabajo en equipo, configurando un ecosistema con distintas células adaptables que se mueven hacia un Propósito común, a la vez que generamos valor para nuestros grupos de interés.

## LA EMPRESA LÍQUIDA

Simplificar estructuras y ser más flexibles para centrarse en el cliente en un entorno de mercado cada vez más competitivo y cambiante.

### COMITÉ ESTRATÉGICO

- Dotar a la organización de sentido a medio y largo plazo.
- Validar e impulsar los planes de acción de la compañía.

### 8 ÁREAS



### COMITÉ OPERACIONAL

- Ejecución de la estrategia

### DIRECTORES REGIONALES



- Facilitar las sinergias.
- Optimizar los recursos.
- Animar la propuesta comercial.
- Garantizar la experiencia de cliente.
- Optimizar stocks y entregas.
- Optimizar servicios de instalación y transporte.

### MODO PROYECTO

- Agilidad, productividad y responsabilidad.
- Equipos multidisciplinares con métodos de trabajo más abiertos y colaborativos.

Garantizar la flexibilidad: generar células.

**HACER PROYECTOS**

**OPTIMIZAR TAREAS**

**RESULTADOS**

### OFICINA DEL DATO

- Dar coherencia y flexibilidad a los flujos y análisis de información.
- Dar protagonismo al dato como factor de decisión.

### OFICINA DE MARCA

- Coordinación de todas sus expresiones como fórmula de coherencia externa.

### METAPRINCIPIOS

<b>LIDERAZGO</b> Responsabilidad	<b>COMPLEMENTARIEDAD</b> Ámbito local + común + global	<b>GEOMETRÍA VARIABLE</b> Concentrarnos donde creamos valor						
<b>USER FIRST</b> Crear la mejor experiencia para el usuario ↑ Recopilación de datos	<b>PROYECTO</b> Crear la mejor experiencia para el usuario <table> <tr> <td><b>ESCALABILIDAD</b></td><td><b>EFICACIA</b></td><td><b>FRAGMENTACIÓN</b></td></tr> <tr> <td><b>UTILIDAD</b></td><td><b>AGILIDAD</b></td><td></td></tr> </table>		<b>ESCALABILIDAD</b>	<b>EFICACIA</b>	<b>FRAGMENTACIÓN</b>	<b>UTILIDAD</b>	<b>AGILIDAD</b>	
<b>ESCALABILIDAD</b>	<b>EFICACIA</b>	<b>FRAGMENTACIÓN</b>						
<b>UTILIDAD</b>	<b>AGILIDAD</b>							

“Avanzamos firmes hacia un nuevo ciclo en el que una nueva forma de entender nuestro modelo de organización resultará clave para afrontar los retos en un entorno cada vez más complejo y competitivo, y con un cliente que nos exige lo mejor a cada uno de nosotros. Por lo que necesitamos hacer realidad nuestra organización ágil y líquida, en la que ya no tienen cabida los territorios, la jerarquía limitante y rígida, los egos y los silos, y donde sí trabajamos con estructuras flexibles, más planas, con equipos multidisciplinares que trabajan en modo célula, con total autonomía, que garantizan velocidad y ponen al usuario en el centro del diseño”.

**Eloy del Moral**

Director de RR. HH. Leroy Merlin España



## COMITÉ ESTRATÉGICO

Ignacio Sánchez  
Director General



Eloy del Moral  
Director de RR. HH.



Miguel Madrigal  
Director de Marketing



Yann Dubourthoumieu  
Director Financiero



José María Gil  
Director de Servicios



Juan Sevillano  
Director de Desarrollo



Raúl Herrero  
Director de Sistemas



Frédéric Mayaud  
Director Central de Compras



María de Jesús  
Directora de Supply Chain



## COMITÉ OPERACIONAL

Ignacio Sánchez  
Director General



José Carrillo  
Director de Región  
Canarias-Baleares



José Ramón Abad  
Director de Región Noroeste



José Luis Ramírez  
Director de Región  
Levante



José María Sánchez  
Director de Región  
Norte



Javier Martínez  
Director de Región  
Sureste



Íñigo Pérez  
Director de Región  
Centro



Salvador Álvarez  
Director de Región  
Suroeste



Rodolfo Casero  
Director de Región Cataluña



## Un proyecto estratégico ético y eficiente

Este año hemos definido el Propósito que nos permitirá impactar de forma positiva en los ciudadanos y el entorno. Es un principio de actuación que nos engloba a todos: colaboradores, proveedores, clientes y también consumidores. Se trata de una forma única de entender Leroy Merlin y su buen hacer, algo que nos hace verdaderamente únicos y nos anima a seguir siendo líderes.

**“Despertar en cada persona la motivación de crear entornos donde vivir mejor”**

El Propósito se ha desarrollado a lo largo del año 2018 con nuestros colaboradores. Se presentó oficialmente en la convención anual del Top 1000 celebrada en el mes de junio y tiene como fin darle sentido a la vida de las personas: es una invitación a poner en marcha ideas y proyectos innovadores.





Toda la esencia de la compañía parte de este Propósito y es la clave para su éxito. En él se sustentan nuestros valores, que guían nuestra conducta y nos motivan para llevar cabo todos los proyectos.

### NUESTROS VALORES DE LIDERAZGO TRANSFORMADOR



#### CERCANÍA GENUINA

Estamos **abiertos** al entorno y a las personas que habitan en él y a su diversidad. Escuchamos para comprender al otro porque nos importa su circunstancia y empatizamos con su necesidad porque queremos aprender de él.



#### GENEROSIDAD INSPIRADORA

Somos **auténticos** en nuestra entrega a los demás, conocemos nuestro talento y capacidad y lo ofrecemos para crear nuevas posibilidades para las personas: cada pequeña decisión contiene la fuerza expansiva de la innovación.



#### AMBICIÓN TRANSFORMADORA

Generamos **impacto** con nuestras acciones para transformar la vida de las personas y la sociedad. Nuestra guía es la necesidad del otro.



#### COLABORACIÓN ENRIQUECEDORA

Evolucionamos dentro de un ecosistema **interconectado**, siendo agentes de cambio desde la colaboración y aportando valor a todo lo que nos rodea.

Para ello, actuaremos mediante cinco ejes estratégicos:

### 1. UN EQUIPO DE VENTA AL SERVICIO DEL HABITANTE

#### Nuestros equipos, la mayor palanca de CRECIMIENTO:

- Simplificar tareas y procesos de venta.
- Dominar el conocimiento del producto.
- Priorizar.
- Digitalizar.
- Profesionalizar los procesos de venta.
- Coconstruir.

Un **EQUIPO OMNISCANAL** que genera valor con cualquier perfil de cliente.

Disponibles: estructuras configuradas a partir de perfiles y equipos adaptados al cliente.

### 2. HACIA UNA ORGANIZACIÓN MÁS ÁGIL

#### Simplificación e industrialización de procesos:

- Métodos de trabajo más libres, abiertos y sin restricciones.
- Equipos multidisciplinares.
- Optimización de estructuras.
- Sin barreras que dificulten la circulación de la información.

Cada colaborador asumirá la importancia de sus actos y se sentirá el principal responsable de la evolución de la compañía.

### 3. DESARROLLO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

#### El dato se convierte en el motor de crecimiento y aprendizaje de la empresa:

Conocimiento + decisión + aprendizaje + ahorro

### 4. LA CADENA DE SUMINISTRO 4.0: EL VERDADERO MOTOR DE LA TRANSFORMACIÓN

#### Una cadena de suministro eficaz y sostenible:

- Logística especializada.
- Automatización.
- Profesionalización de las compras.
- Concentración de proveedores.
- Multiacondicionamiento y aprovisionamiento dinámico.
- Red dedicada de transportes a tiendas.
- Modernización y simplificación de la logística de tienda.
- Mejoras en la reposición.
- Agrupación de expedición en almacenes.

### 5. SERVICIOS 4.0: DEL PRODUCTO A LA INSTALACIÓN, LLAVE EN MANO

#### Una organización de servicios “global”, para garantizar servicios de calidad a un cliente exigente y omniscanal.

- Equipos especialistas.
- Herramientas eficaces: procesos más fiables y simples.
- Servicios según las necesidades.

Los sistemas, la base del cambio de nuestros procesos.



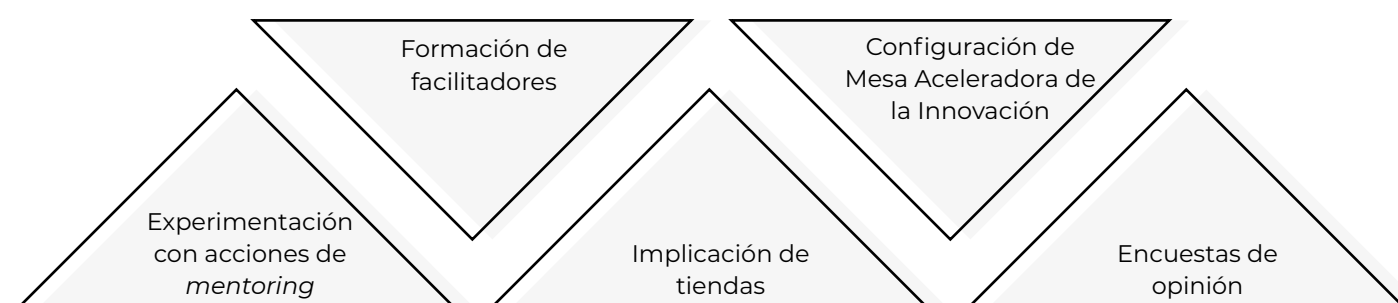
## Ecosistema innovador

En nuestro plan de transformación digital, los sistemas de información y las nuevas tecnologías son una pieza clave al servicio del negocio y de las operaciones. Pero la tecnología por sí sola no genera el cambio. Es necesario también adecuar nuestra estructura a este nuevo escenario y transformar nuestra forma de trabajar, los procesos de trabajo internos, los roles y las responsabilidades de cada uno, así como construir juntos una empresa mucho más ágil, simple y capaz de responder con velocidad a los nuevos desafíos.

### Proyecto piloto (Región Suroeste)

## OBJETIVO: COMPROBAR LA TRANSFORMACIÓN EN PROCESOS Y CULTURA TRABAJANDO SOBRE RETOS REALES

### MECANISMOS



### PRINCIPALES RESULTADOS



*“Con el proyecto de innovación estamos construyendo un ecosistema más inquieto y dinámico. He aprendido que todos somos capaces de proponer ideas que transformen la compañía con autonomía y sin miedo al fracaso, con la fuerza para hacerlas realidad. Ha acelerado mi crecimiento personal y mi capacidad para transmitir este impulso a los equipos. Animo a todos a que se sumen a nosotros y se conviertan en agentes de cambio de la cultura de Leroy Merlin”.*

**Mikel Martínez**

Jefe de Sector PRO y Formador de Facilitadores de Innovación Leroy Merlin Jerez de la Frontera

Junto con los trabajos de configuración del ecosistema innovador, algunas de las iniciativas más importantes que hemos trabajado este año han sido:

- **Field Services**, un proyecto para gestionar de forma integral el ciclo completo de un proyecto cliente. En esta primera etapa, lo que hemos buscado es crear una experiencia en tienda para el cliente con un solo interlocutor, sin papel, sin esperas, y en la que termine su proceso de compra en un solo acto.

- Desarrollo en la automatización de los servicios de pago con la puesta en marcha de un primer piloto de **pago en movilidad**, así como el despliegue en las primeras tiendas de las nuevas **cajas de auto-pago**.

- **Login**, una iniciativa que cambiará la forma en la que gestionamos la logística en nuestras tiendas, integrándola completamente en el comercio y digitalizando todos los procesos de venta y entrega en los circuitos omnicanal.

## Buen Gobierno Corporativo: un marco de trabajo para el progreso de todos

En Leroy Merlin disponemos de diferentes políticas y herramientas digitales de control, que persiguen la mejora continua en la toma de decisiones. Esto nos permite evaluar y hacer frente a los riesgos que se presenten.



## COMITÉ ÉTICO Y DE CUMPLIMIENTO

Integrado por especialistas internos en las distintas materias tratadas en el Código Ético:

**Director Financiero**

**Director de Recursos Humanos**

**Director Jurídico**

**Responsable de Control Interno**

**Responsable de Comunicación Institucional y Negocio Responsable**

Asimismo, tiene las siguientes responsabilidades:

**1. Orientar, supervisar y controlar el Modelo de Ética y Cumplimiento y el Modelo de Prevención de Riesgos Penales.**

**2. Promover el conocimiento del Código Ético, el Código de Conducta de Compras Responsables y el Manual de Cumplimiento y Prevención de Riesgos Penales.**

**3. Velar por el buen funcionamiento de los controles en materia penal corporativa.**

El Consejo de Administración garantiza que el Comité Ético y de Cumplimiento cuenta con los recursos y la autonomía necesarios para desempeñar sus funciones. El Comité informa periódicamente al Consejo para que este pueda evaluar, controlar y revisar de manera periódica la cultura ética de la compañía.

## CÓDIGO ÉTICO DE LEROY MERLIN

Aprobado en 2018, establece los principios que determinan la cultura ética y que orientan el comportamiento de los **colaboradores** de Leroy Merlin España.

El cumplimiento del Código Ético es obligatorio para todos los integrantes de la compañía, independientemente de su cargo o función.

### Principios de actuación

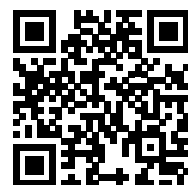
- Cumplimos la ley y actuamos conforme a valores éticos universales.
- Respetamos a las personas.
- Protegemos los derechos humanos en nuestro ámbito de influencia.
- Promovemos el mérito y la igualdad de oportunidades.
- Trabajamos en equipo.
- Preservamos la seguridad y la salud.
- Cuidamos los activos de la compañía.
- Gestionamos con cuidado la información.
- Evitamos los conflictos de interés.
- Rechazamos expresamente la corrupción, el soborno y el fraude.
- Somos responsables fiscalmente y prevenimos el blanqueo de capitales.
- Protegemos la reputación de la compañía.
- Respetamos la libre competencia.
- Somos responsables en la relación con nuestros proveedores, contratistas y otros socios comerciales.
- Impulsamos la excelencia en la relación con nuestros clientes.
- Protegemos el medio ambiente.
- Estamos comprometidos con el entorno.

*“Tras leer nuestro Código Ético, me di cuenta de que realmente refleja cómo nos comportamos en Leroy Merlin y nuestra cultura corporativa. La ética es una responsabilidad compartida con compañeros, clientes y proveedores. Me considero afortunada de trabajar en una empresa que garantiza todos mis derechos y yo me siento comprometida con mis obligaciones”.*

**Encarna Esquinas**

Jefa de Sector Decoración y Moquetas Leroy Merlin San Sebastián de los Reyes

## CANAL ÉTICO



Leroy Merlin, a través del Comité Ético y de Cumplimiento, ha establecido un canal digital de denuncias para reportar posibles vulneraciones o incumplimientos del Código Ético. Asimismo, dicho canal puede ser utilizado para la realización de consultas referentes a la interpretación del Código. Los interesados pueden hacer uso del canal ético a través de <https://App.whispli.fr/LeroyMerlin-Espana>.

## CÓDIGO DE CONDUCTA DE COMPRAS RESPONSABLES



En Leroy Merlin tenemos el compromiso de extender nuestros principios éticos a otros agentes que forman parte de la cadena de valor. En la cadena de suministro, este compromiso toma forma con la adhesión de los proveedores al Código de Conducta de Compras Responsables.

Contamos con un mecanismo de autocalificación y control que permite evaluar a los proveedores a través de auditorías, tanto en lo relativo al cumplimiento del código como en materia de identificación y gestión de riesgos. A 31 de diciembre de 2018, 486 proveedores, de los 500 más importantes de la compañía, estaban adheridos al código. De estos 500, el 89% había completado el cuestionario de autocalificación en esa fecha. En el conjunto global de proveedores, la adhesión al código alcanzaba el 62% de adhesión al final de 2018, mientras que un 47% de ellos había finalizado el correspondiente cuestionario.

Toda la gestión de consultas de los proveedores referentes al cumplimiento de este código se realiza a través de <https://App.whispli.fr/adeo-suppliers-others-responsible-purchasing-code>.

## POLÍTICA FISCAL

Busca asegurar el cumplimiento de la normativa tributaria, en el marco de la consecución del interés social y del apoyo a la estrategia empresarial.

PRINCIPIOS *	BUENAS PRÁCTICAS *
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplimiento normativo</li> <li>• Prevención y reducción de riesgos</li> <li>• Relación leal y de colaboración con las autoridades tributarias</li> <li>• Interpretación razonable de la normativa aplicable</li> <li>• Información relevante al Consejo de Administración</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. No utilizar estructuras de carácter artificioso ni, en particular, trasladar beneficios a territorios de baja tributación.</li> <li>2. Evitar las estructuras de carácter opaco con finalidades tributarias.</li> <li>3. Facilitar la información y documentación con trascendencia fiscal que soliciten las Administraciones Tributarias competentes.</li> </ol>

\* Síntesis de su formulación vigente. Todos los documentos son públicos y pueden descargarse en el sitio web de la compañía.

*“Nuestra política fiscal tiene como firme objetivo la correcta contribución al sistema tributario español. El desempeño de una gestión tributaria fiable, aportando seguridad y supervisión a los procesos internos de recaudación tributaria, supone una mayor fortaleza de los resultados económicos de Leroy Merlin, mitigando riesgos y siendo por ello una compañía comprometida fiscalmente con la sociedad”.*

**Pedro Ovelar Pérez**

Responsable Fiscal Leroy Merlin España

REFERENTES CORPORATIVOS

Con el objetivo de impulsar la gestión ética de la compañía, en 2018 se han designado un Referente Antidiscriminación y un Referente Anticorrupción. Ambos son miembros del Comité Ético y de Cumplimiento de la compañía, por lo que, cada uno de ellos es responsable de promover la gestión de las denuncias y consultas relacionadas con su materia que pudieran recibirse a través del canal ético, así como de adoptar medidas preventivas, impulsar iniciativas de sensibilización y reportar periódicamente a ADEO.

Con estos nombramientos, la compañía se alinea también con las políticas de ADEO en materia de lucha contra la discriminación, el acoso y la corrupción.

OTROS PROGRAMAS Y PROTOCOLOS

Permiten asegurar el cumplimiento de obligaciones y la gestión eficiente en áreas críticas para la compañía.

Programa de prevención de delitos societarios

En 2018 se ha continuado la formación en materia de responsabilidad penal y cumplimiento a la totalidad de los colaboradores, incluidos el consejo de administración, Top 100 y diferentes comités.

Protocolo para el control y comunicación de operaciones sospechosas de precursores de explosivos

Gestión de la calidad

QMS, la nueva herramienta global para la gestión de la calidad durante todo el ciclo de vida del producto, que salió a la luz en noviembre. Su objetivo es garantizar los estándares de calidad en todos los productos y proveedores.

Protocolo para la distribución y comercialización de gases fluorados y equipos que los contienen

NORMAS Y CERTIFICACIONES

La vocación por la mejora continua ha impulsado a diferentes áreas de actividad de la empresa a certificar sus modelos de gestión. Se trata de un proceso que, cada año, alcanza nuevos ámbitos.

La gestión excelente se construye con el buen hacer de cada día y con el apoyo de instrumentos eficaces. En materia de seguridad laboral, contamos con la certificación OHSAS 18001, que garantiza las mejores prácticas para nuestros colaboradores. Nuestra apuesta por el medio ambiente se concreta en la oferta de productos con certificado FSC, PEFC, Madera Justa, Ecolabel y Made In Green, además de la certificación ISO 14001 y EMAS que ostenta la tienda de Gijón.

En 2019 está prevista la definición de una **Política Ambiental** para el conjunto de la compañía, cuyos trabajos preparatorios han comenzado en 2018 con la participación e implicación de 16 áreas de la compañía, como se detalla en el Capítulo 8.

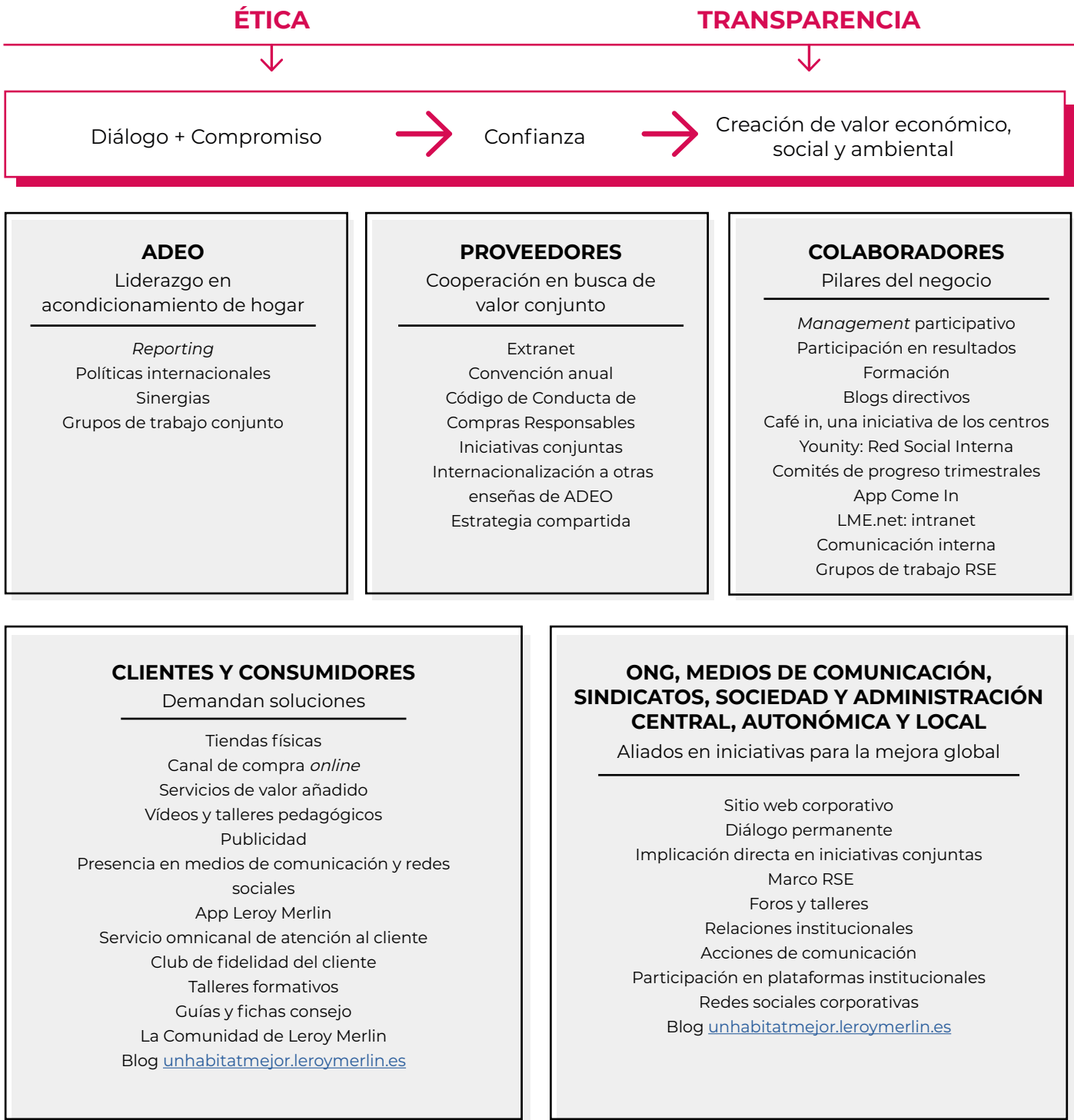
Por otra parte, conscientes de la importancia que tiene la **seguridad de la información** para el desarrollo de nuestras actividades y para aumentar la confianza de los clientes y la imagen de la empresa, hemos implantado un Sistema de Gestión de la Seguridad de la Información certificado con la norma ISO/IEC 27001.

5.2. Transparencia y diálogo

Comprometidos con nuestros grupos de interés

La ética, el cumplimiento legal y la comunicación transparente son los pilares fundamentales de nuestra credibilidad, reputación y sostenibilidad a largo plazo como empresa, y determinan nuestra capacidad de dejar huella en la sociedad civil que nos acoge.

En Leroy Merlin trabajamos por una relación ética que repercuta de manera positiva en el entorno y favorezca la creación conjunta de riqueza económica, social y ambiental. En este entorno nuestros colaboradores se relacionan cada día con diferentes públicos con los que construyen relaciones estrechas y de confianza, a través de mecanismos de escucha, diálogo y colaboración.





Desde 2012, Leroy Merlin cuenta con un Marco RSE que permite dar una respuesta continua y equilibrada a los retos sociales y ambientales de la sociedad actual y responder a las expectativas de nuestros grupos de interés. Este marco ha evolucionado con la compañía, adaptándose a sus estrategias y gestionando los impactos identificados. El marco vigente abarca el periodo 2017-2021 y se articula en cuatro ejes de trabajo, bajo la premisa “Demos Vida a un Hábitat Mejor”.

QUIÉN	QUÉ
Comité de Dirección	Aprobación, aplicación y seguimiento
Equipo de Negocio Responsable	Definición, ejecución y gestión de iniciativas
Grupos de trabajo transversales con participación de las distintas áreas de la compañía	Identificación, coordinación, seguimiento y comunicación de actuaciones
Tiendas	Matriz de seguimiento, para medir su nivel de progreso + Plan anual de RSE





## DE LA RSE AL NEGOCIO RESPONSABLE

En 2018, dentro de la nueva organización corporativa, se ha redefinido el área de RSE pasando a denominarse Negocio Responsable por su mayor implicación en la cadena de valor, identidad corporativa y gestión de la compañía.

### Compromiso con las principales iniciativas globales por el desarrollo sostenible



Como compañía, en Leroy Merlin estamos comprometidos con las principales iniciativas globales por el desarrollo sostenible y las hemos incluido en nuestras políticas corporativas, con el fin de integrarlas en las decisiones asociadas a nuestras actividades. Nuestro liderazgo nos empuja a ser referencia e implicarnos en actuaciones para promover entornos donde vivir mejor.

## FIRMANTES DEL PACTO MUNDIAL

Leroy Merlin es firmante de esta iniciativa empresarial desde el año 2015, promovida por Naciones Unidas, que busca movilizar a empresas e instituciones para contribuir a un desarrollo sostenible a través del respeto de estos diez principios:

### LOS DIEZ PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL



Derechos Humanos

#### PRINCIPIO N.º 1

Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.

#### PRINCIPIO N.º 2

Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.



Normas Laborales

#### PRINCIPIO N.º 3

Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

#### PRINCIPIO N.º 4

Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

#### PRINCIPIO N.º 5

Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

#### PRINCIPIO N.º 6

Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.



Medio Ambiente

#### PRINCIPIO N.º 7

Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

#### PRINCIPIO N.º 8

Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

#### PRINCIPIO N.º 9

Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.



Lucha contra la corrupción

#### PRINCIPIO N.º 10

Las empresas e instituciones deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidos extorsión y soborno.

## COMPROMETIDOS CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Acordados en la Asamblea General de la ONU en septiembre de 2015, se trata de 17 Propósitos, desglosados en 169 metas, que buscan erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos como parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible, con el año 2030 puesto como horizonte.

La compañía ha revisado este año las áreas donde su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible puede ser más significativa:



*“Responsabilidad y rentabilidad son compatibles. En Leroy Merlin pensamos que la responsabilidad social y ambiental no son contrarias a la búsqueda de sostenibilidad económica. Al contrario, creemos que una empresa comprometida y enfocada hacia los ODS es una empresa rentable”.*

**Yann Dubourthoumieu**  
Director Financiero Leroy Merlin España

Nuestro modelo de relación se basa en la transparencia. Siempre abiertos al diálogo y practicando la escucha activa, reforzamos nuestra presencia en foros para conocer expectativas y dar a conocer nuestras mejores prácticas y mantenemos una comunicación abierta y transparente con los medios de comunicación. Además, cada año organizamos una rueda de prensa para dar a conocer nuestros resultados económicos, ambientales y sociales.

Asimismo contamos con distintos perfiles en redes sociales para impulsar la interacción con nuestros grupos de interés.

### RESULTADOS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL EN 2018 (apariciones)



PRENSA IMPRESA

**722**



RADIO

**60**



MEDIOS ONLINE

**3.248**



TV

**21**

### AUDIENCIA

2017  
2018

496.831.459

**+9,5%**

496.831.459

### ACTIVIDAD EN REDES SOCIALES



Fans  
Facebook

**1.057.805**

Crecimiento en 2018  
**+3%**



Seguidores Twitter  
(perfil corporativo  
@leroymerlincorp)

**6.121**

Crecimiento en 2018  
**+31%**



Seguidores Twitter  
(perfil comercial  
@leroymerlin\_es)

**116.913**

Crecimiento en 2018  
**+0%**



Suscriptores  
YouTube

**188.120**

Crecimiento en 2018  
**+39%**



Seguidores  
LinkedIn

**17.052**

Crecimiento en 2018  
**+31%**



Seguidores  
Instagram  
(perfil comercial)

**177.719**

Crecimiento en 2018  
**+135%**



Seguidores  
Instagram  
(perfil corporativo)

**1.452**

Crecimiento en 2018  
**Lanzado en  
noviembre 2017**



Seguidores  
Pinterest

**24.677**

Crecimiento en 2018  
**+331%**



Descargas  
App

**809.150**

Crecimiento en 2018  
**+49%**





6

—

# SOCIEDAD Y PERSONAS



## 6.1. Impulso al entorno local

### Compromiso con las empresas españolas

Desde nuestra llegada a España hace casi 30 años, mantenemos un firme compromiso con las empresas locales. Año tras año, la oferta de proveedores españoles que colaboran con nosotros se consolida y se exporta a otras enseñas de ADEO, batiendo el pasado año un récord sin precedentes.

*“Trabajar con Leroy Merlin nos da la oportunidad de seguir los pasos de una gran empresa comprometida con la RSC. Las auditorías garantizan que nuestros productos se han fabricado bajo las mejores condiciones laborales. Además, forman a sus equipos de venta para que conozcan y puedan poner en valor las características de los productos, como la mejora que supone instalar unas buenas ventanas de PVC en cuanto a la reducción de emisiones de CO<sub>2</sub> por el ahorro energético”.*

Javier Garzón Martínez  
Gerente, Ampuero Industrial



Contribuimos al desarrollo de productos innovadores a nivel local, además de promover las mejores prácticas, como la eficiencia en el consumo de recursos o la formación especializada. Esta es nuestra aportación a los Objetivos de Desarrollo Sostenible vinculados a desarrollo local, formación, empleo de calidad y consumo y producción sostenibles.



Educación de calidad



Trabajo decente y crecimiento económico



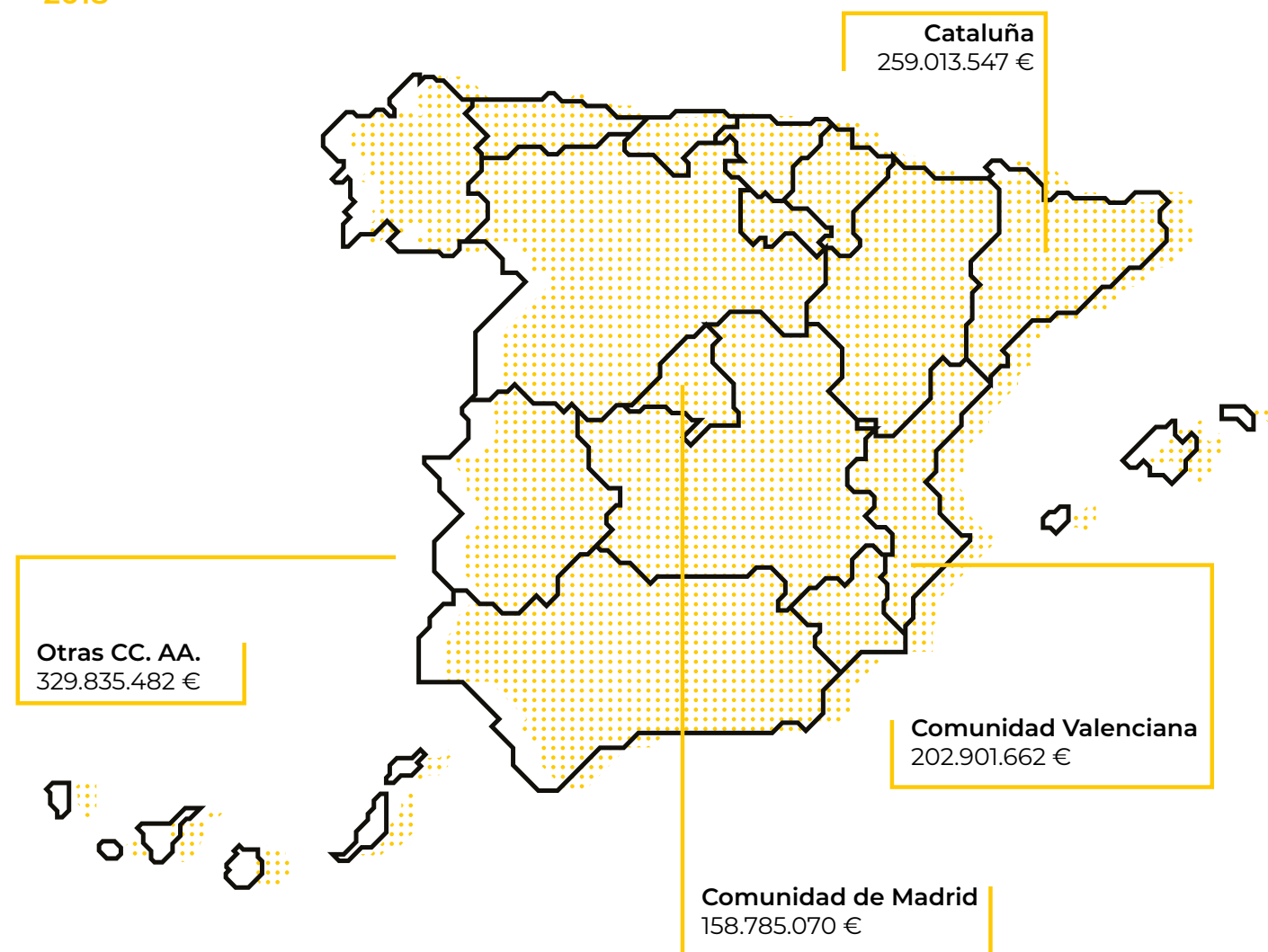
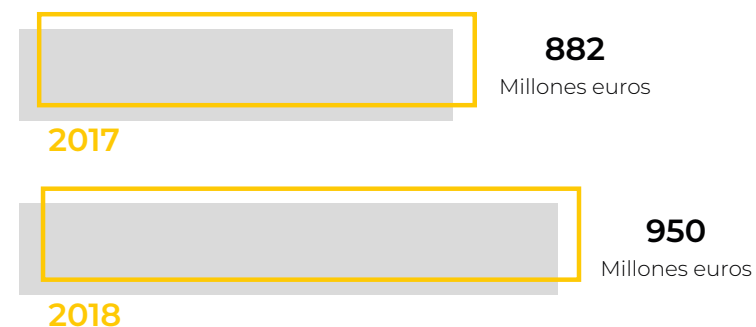
Industria, innovación e infraestructura



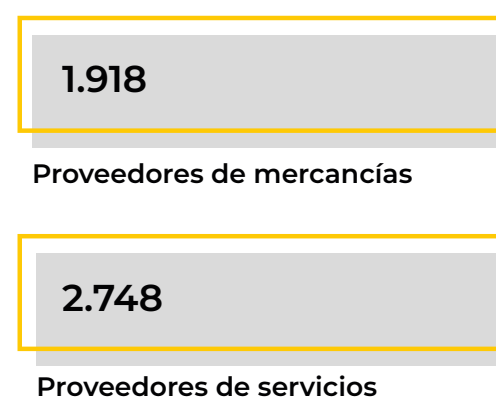
Producción y consumo responsable

### Compras a proveedores en 2018

#### Total Nacional



#### Proveedores en 2018



#### Proveedores nacionales de mercancías



## Trabajamos juntos para mejorar

Desde 2012, nuestros proveedores han de adherirse al Código Ético de la compañía, basado en los diez principios básicos del Pacto Mundial, que derivan de declaraciones de Naciones Unidas en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y anti-corrupción y gozan de consenso universal.

Han firmado el código:

**62%**

del total de proveedores

**47%**

de proveedores han contestado el cuestionario de evaluación

**89%**

del Top 500 \*

\* El Top 500 son los principales proveedores de Leroy Merlin, que representan un 90,72% de las compras.

Este año se ha creado una estructura global de calidad para lograr garantizar que nuestro estándar se aplica en todas las empresas del grupo y para todos los productos que comercializamos. Además, desde noviembre hemos implantado el Quality Management System o QMS, una nueva herramienta para la gestión de la calidad durante todo el ciclo de vida del producto. Esta mejora el control de la trazabilidad, integrando los aspectos ambientales y sociales como requisito obligatorio para la certificación de nuestros productos: madera de origen responsable, auditorías a proveedores de marca propia para garantizar el cumplimiento de nuestro código ético, ecoeficiencia, etc.

Este sistema permite además reforzar el compromiso de garantía de nuestros productos, agilizando nuestros procesos, reduciendo el número de incidencias y contribuyendo a la satisfacción de nuestros clientes.

## Proveedores con fondo social y ambiental



**Fin de la pobreza**



**Igualdad de género**



**Trabajo decente y crecimiento económico**



**Producción y consumo responsable**

Nuestra contribución al desarrollo sostenible pasa también por el apoyo a iniciativas capaces de generar impactos sociales y ambientales en sus comunidades, además de crear riqueza y empleo. Nuestra visión del consumo responsable abarca todo el ciclo de vida de los productos e incluye dar al cliente la posibilidad de apoyar con su elección estos proyectos.

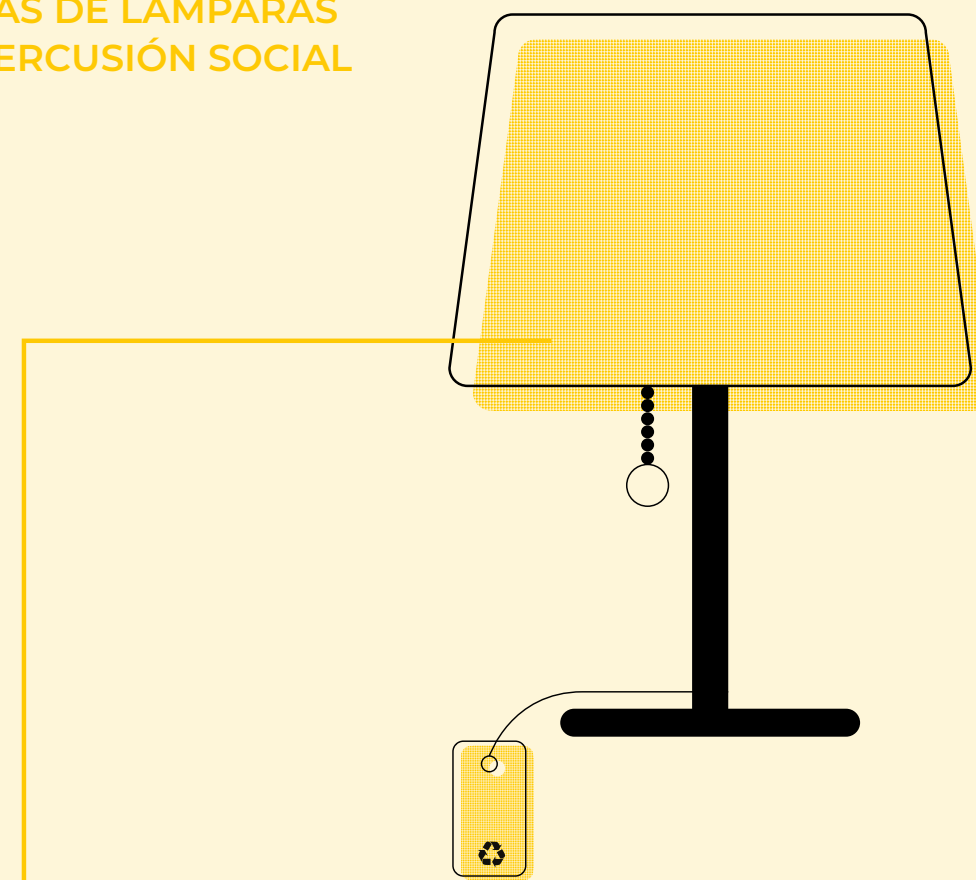
Cuando llevamos al mercado iniciativas emprendidas por colectivos en situación o riesgo de exclusión social, los ayudamos a crear entornos donde trabajar mejor y ser parte activa de la sociedad, contribuyendo con ello al progreso en los Objetivos de Desarrollo Sostenible relacionados con lucha contra la pobreza, igualdad de oportunidades, desarrollo económico y producción y consumo sostenibles.

*“Si podemos dar la oportunidad a empresas sociales para que tengan un lugar donde comercializar los productos que fabrican, ¿por qué no hacerlo? Trabajar con SouleM en el desarrollo de las pantallas de lámparas nos ha permitido comprobar en primera persona que es posible ofrecer un producto atractivo y de alta calidad al consumidor con un importante componente social detrás”.*

**Soledad Bautista y Piedad Romero**

Directora Tienda Leroy Merlin SS. De Los Reyes y Jefa de Producto Iluminación Leroy Merlin España

## PANTALLAS DE LÁMPARAS CON REPERCUSIÓN SOCIAL



La empresa social SouleM tiene como misión dignificar la vida de mujeres que han sobrevivido a situaciones extremas, como la exclusión social o la explotación sexual, a través de la formación en la elaboración artesana de pantallas. De esta forma, se garantiza que reciben atención integral y acompañamiento en la adquisición de nuevas competencias profesionales.

En colaboración con SouleM, hemos desarrollado una línea de productos artesanos y sostenibles. Se trata de tres modelos de pantallas para luminarias fabricados según buenas prácticas medioambientales, integrando el uso de elementos orgánicos y reciclados en un trabajo 100% artesanal. Estos artículos, fabricados íntegramente por las empleadas de SouleM, llevan nombres de mujeres luchadoras a lo largo de la historia: Frida, Hipatia y Chimamanda.

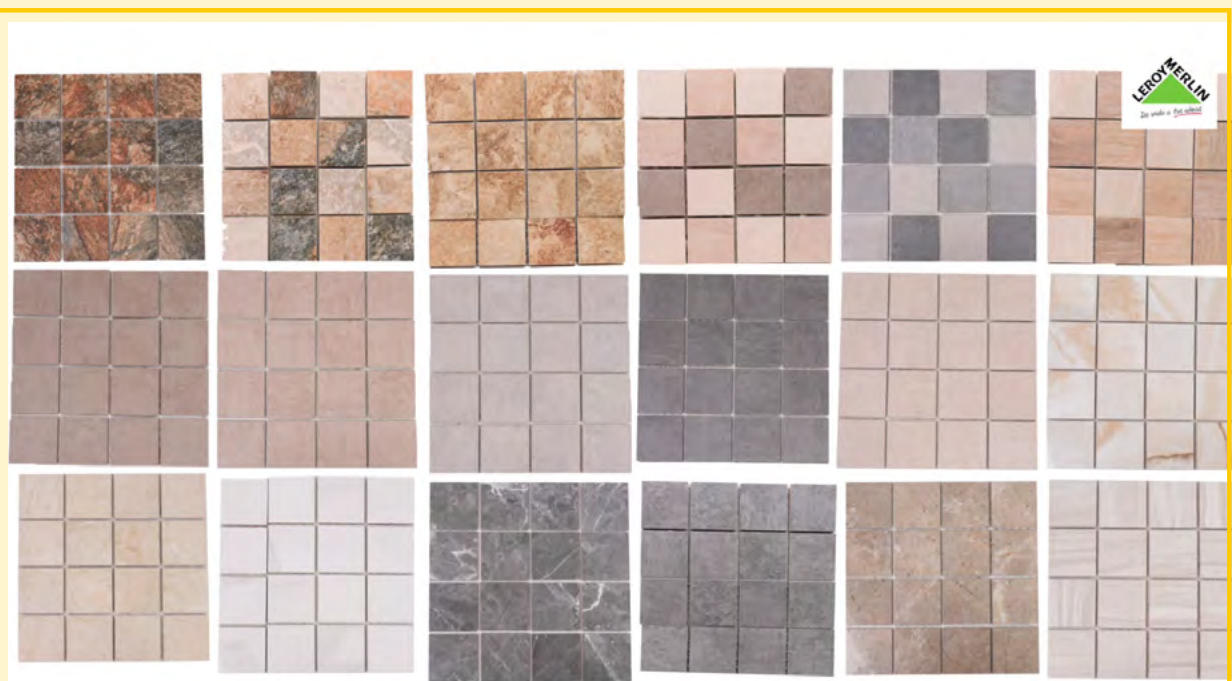




## MUESTRAS DE SUELO QUE APORTAN FIRMEZA LABORAL

Leroy Merlin promueve la inserción sociolaboral de personas con discapacidad en su proceso de compra. La compañía desarrolla, en colaboración con la Fundación INTRAS, un proyecto en el que los empleados elaboran todas las muestras de suelo laminado, que pueden ser adquiridas por un euro en los puntos de venta que la compañía tiene en España. En el proyecto, que comenzó en septiembre de 2017, trabajan 9 personas con discapacidad a causa de una enfermedad mental originarias de Castilla y León que han elaborado 100.000 muestras de suelo laminado. Los participantes del proyecto recibieron formación adaptada a sus necesidades por parte de la Fundación INTRAS, que también realizó la adaptación de las máquinas y de la tipología de los materiales para la elaboración de las muestras.

### ECOMALLAS



En 2018 hemos continuado con el proyecto EcoMallas en colaboración de Ecoceramic, empresa que forma parte del grupo PAMESA. Con esta colaboración contribuimos a que personas con discapacidad puedan lograr su inserción sociolaboral con un trabajo remunerado a través de la producción y comercialización del revestimiento porcelánico EcoMallas. Leroy Merlin comercializa en sus tiendas las mallas elaboradas artesanalmente por los centros en los que colabora Ecoceramic, logrando materializar así su compromiso con las personas y la sociedad.

Este proyecto ha permitido la inserción laboral de 485 personas con discapacidad en 34 centros especiales de empleo, donde todos ellos han podido también desarrollar competencias como el trabajo en equipo. Desde su inicio en 2017, prácticamente se han duplicado las personas con discapacidad empleadas, aumentando de 250 en 2017 a 485 en 2018. La venta este año de 29.915 unidades de EcoMallas ha dado lugar a unas ventas de 122.754 euros.

## 6.2. Mejoras sociales, hogares dignos



### Mejorando nuestro hábitat de hoy

Nuestro modelo de gestión tiene también en cuenta los elementos sociales. El Marco RSE "Demos Vida a un Hábitat Mejor" se basa en la transparencia, la innovación y la colaboración para impulsarnos a generar impactos positivos en nuestros entornos, que serán más duraderos si nos esforzamos en escuchar a nuestros vecinos y en aprender de cada experiencia. Así, de forma coherente y responsable, llevamos a cabo actuaciones de mejora en entornos y hogares.

### ACCIÓN SOCIAL

- 38 tiendas
- 74 proyectos
- 508 voluntarios/as
- Mejora del hogar de 1.913 personas
- 2.733 horas de voluntariado

### INVERSIÓN

- 600.000,29 €

- Talleres para colectivos específicos
- Cesión de espacio en tiendas
- Donaciones de producto
- Voluntariado
- Reformas en hogares vulnerables

Desde siempre hemos desarrollado e impulsado un alto grado de vinculación de nuestras tiendas con su entorno. Gracias a este mutuo conocimiento, somos capaces de realizar contribuciones eficaces para facilitar el acceso a un hogar digno a niños y personas de la tercera edad en situación o riesgo de exclusión social.

Nos convertimos en agentes de cambio para lograr una sociedad más sostenible e integradora, capaz de avanzar en los Objetivos de Desarrollo Sostenible relacionados con lucha contra la pobreza, igualdad de oportunidades, energía asequible, producción y consumo sostenible y lucha contra el cambio climático.

- 1 **Fin de la pobreza**
- 5 **Igualdad de género**
- 7 **Energía asequible y no contaminante**
- 10 **Reducción de las desigualdades**
- 12 **Producción y consumo responsable**
- 13 **Acción por el clima**

## MANOS EXPERTAS

La Acción Social de Leroy Merlin se centra en el acondicionamiento de hogares donde residen niños o personas de la tercera edad en riesgo o situación de exclusión social. Respecto al año anterior, en 2018 hemos conseguido un incremento del 3,3% en las inversiones destinadas a estas actuaciones, lo que nos ha permitido abordar 74 proyectos, 20 más que en 2017.

En 2018, destacamos...

Reforma de una piscina en la residencia de **AVAPACE** en Burjassot, Valencia

Instalación de placas solares en una casa de acogida para niños de la **Asociación Mundo Infantil** en Málaga

Reformas en centros de acogida para niños en Alicante, Córdoba, Madrid, Palma, Sevilla, Tarragona, Valencia y Zaragoza, en colaboración con varias ONG\*

**Chapuzas sin Fronteras:** pequeñas reparaciones en Alicante y Cádiz

Adaptación de baños en centro de acogida de **Atades** en Zaragoza

Arreglos básicos en viviendas en Asturias (**ASDICO**), Barcelona (**ABD, Asociación In Vía**), Cádiz (**Todos con Casa**), Madrid (**Fundación Tengo Hogar**), Santiago de Compostela (**Cáritas**) y Vizcaya (**Fundación Eguzkilore**)

Materiales para mejora en residencias en Alcorcón (**Fundación Madrina**), Pamplona (**Tantaka**) y Telde (**Aldeas Infantiles**)

Reforma de una residencia para adolescentes de la **Fundación Solidaria Ángel Tomás** en Alboraya

\* Fundación Salud y Comunidad, Nazaret, Fundación EMET Arcoiris, Acrescere, Redmadre/Provida, IMAS/ Centro Puig des Bous, De-ayre, Fundación Actúa, San Juan Bautista, Fundación Solidaria Ángel Tomás, Mensajeros de la Paz y Atades.

*“Hace varios años que colaboramos con la ONG Todos con Casa. El tener la oportunidad de ayudar a personas a que tengan un hogar digno va más allá de lo que te puede aportar un trabajo. Es lo que nos hace grandes como empresa. A todos los que participamos en estos proyectos nos hace sentir que realmente hacemos cosas importantes que merecen la pena”.*

Eva María Peña  
Asistente RR. HH. Leroy Merlin Jérez

## ALIANZA CON DISNEY PARA REMODELAR UNA RESIDENCIA INFANTIL DE CEMU

En 2018, Leroy Merlin y Disney han unido fuerzas para mejorar las instalaciones de la residencia infantil de la CiudadEscuela Muchachos (CEMU) en Leganés, Madrid. Se han renovado las habitaciones, los suelos, los sanitarios y los espacios comunes de la residencia infantil. Además, el artista OKUDA ha diseñado y pintado la fachada del edificio con Mickey Mouse como motivo principal, coincidiendo con su 90 aniversario.



*“Las mejoras que se han realizado en la residencia de pequeños Gloria Fuertes han aportado a los niños que la habitan una dosis extra de ilusión en su día a día. Nuestro modelo pedagógico contempla el ambiente físico como factor imprescindible, que interacciona de igual a igual con el ambiente emocional, por eso esta residencia mejorada ayudará sin duda a alcanzar mayores niveles de bienestar. Agradecemos la colaboración de Leroy Merlin, porque han sabido acercarse a esta pequeña ciudad de niños y niñas, para ser Amigos”.*

Maía Ordóñez  
Directora Pedagógica de la CiudadEscuela Muchachos (CEMU) de Leganés

## MERCADILLOS SOLIDARIOS

En 2018 hemos vuelto a poner en marcha los mercadillos solidarios en nuestra sede, que se han celebrado en tres ocasiones, con objetivos solidarios diferentes:

1

El primer mercadillo solidario obtuvo una recaudación de 6.199 € que se destinó a Nazaret, entidad de acción social para el menor y la familia, en Alicante.

2

En el segundo mercadillo la recaudación fue de 8.383 €, cantidad que fue destinada a la CEMU - Ciudadescuela Muchachos de Leganés.

3

Finalmente, el tercer mercadillo permitió obtener una recaudación de 6.060 €, que tuvo como beneficiarios a Cáritas y su labor de ayuda a los afectados por las inundaciones registradas en el mes de octubre en la zona de Sant Llorenç, en la isla de Mallorca.



## RESERVA DE ENERGÍA SOLIDARIA

Por cuarto año consecutivo se puso en marcha la iniciativa “La Reserva de Energía Solidaria”. Entre el 26 y el 28 de octubre de 2018, coincidiendo con el cambio horario de verano a invierno, Leroy Merlin donó el 5% de las ventas de los productos de Eco Opciones a La Reserva de Energía Solidaria. El objetivo de este proyecto es combatir la pobreza energética ayudando de forma directa a personas que se encuentran en esta situación. Con la colaboración de ECODES (Fundación Ecología y Desarrollo), identificamos a familias que se hallaban en riesgo de pobreza energética, a las que nuestros voluntarios, formados específicamente para ello, asesoraban acerca del consumo energético de sus hogares. Tras una evaluación inicial, la familia recibía una serie de recomendaciones y propuestas de mejora en materia de ahorro de energía, además de actuaciones concretas, incluyendo donación de producto y proyectos de reforma para la instalación de sistemas de iluminación más eficiente, mejoras del aislamiento térmico, temporizadores, etc.

Todos los detalles de la iniciativa y útiles consejos sobre cómo ahorrar energía en el hogar pueden consultarse en <http://www.leroymerlin.es/ideas-y-consejos/reserva-solidaria>.

De esta forma, en Leroy Merlin tratamos de poner nuestro granito de arena para la consecución del ODS 7, “Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos”.



**Energía asequible  
y no contaminante**

**64**

**hogares  
participantes**

**231**

**personas  
beneficiarias**

**60**

**voluntarios de  
Leroy Merlin**

**21,8  
%**

**ahorro medio  
por hogar**

### Multiplicando resultados

Como complemento a la implicación activa, mantenemos acuerdos de colaboración con diferentes organizaciones de todo el país que dedican sus esfuerzos a la mejora de la vida de todos los integrantes de nuestra sociedad.

#### ORGANIZACIONES CON LAS QUE COLABORAMOS EN PROYECTOS DE ACCIÓN SOCIAL

ABD - Asoc. Bienestar y Desarrollo  
ACRESCERE  
Agencia de Vivienda Social  
Aldeas Infantiles  
Apadrina un Olivo  
APNA  
ASDICO  
Asoc. Española Contra el Cáncer (AECC)  
Asociación IN VIA  
ASPAYM  
ASPRODEME  
ATADES  
AVAPACE  
Ayto. Algeciras  
Ayto. Santa Marta de Tormes  
Cáritas  
CEMU  
CEPRI

DEAYRE  
ECODES  
ELS ESTELS - ASOC. TRAMA  
Fund. Actúa  
Fund. ANDREA  
Fund. Eguzkilore  
Fund. Ini. Solidaria Ángel Tomás  
Fund. Privada Atendis  
Fund. Roca i Pi  
Fund. Salud y Comunidad  
Fundación Aladina  
Fundación Alas  
Fundación EMET Arco Iris  
Fundación Madrina  
Fundación San Juan Bautista  
GEA  
IMAS (Institut Mallorquí d'Afers sif Social)  
La Rueca

Los Romeros  
Mensajeros de la Paz  
Mundo Infantil  
Nazaret  
Parroquia San Joaquín  
Por una Sonrisa  
Provida · Redmadre  
Provivienda  
REMAR  
Tantaka  
Tengo Hogar  
Todos con Casa

Todos nuestros colaboradores voluntarios son quienes hacen posible llevar a cabo estas iniciativas, nos motivan para seguir impulsándolas y multiplican el impacto social.

**A todos ellos, GRACIAS.**

## PROGRAMA “UN HÁBITAT MEJOR”

El proyecto “Un hábitat Mejor” es un programa de acompañamiento para empresas sostenibles y/o de innovación social en España, dirigido especialmente a emprendedores, organizaciones sin ánimo de lucro y jóvenes empresas.



**¿Qué buscamos?**

Acompañar proyectos que busquen mejorar la calidad de vida de las personas en tres ámbitos:

**Hogares  
más sostenibles**

**Ciudades  
más sostenibles**

**Entornos naturales  
mejor conservados  
para preservar  
los bosques**



Iniciativas que contribuyan a la resolución de alguno de los retos ambientales y/o sociales en España:

**La eficiencia  
energética**

**La seguridad  
en la vivienda**

**La accesibilidad  
y autonomía  
de las personas  
en el hogar**

**Los impactos sociales:  
generación de  
oportunidades  
profesionales para  
personas en situación  
de vulnerabilidad**

### Comité de Selección

de  
**28**  
proyectos presentados

se seleccionaron  
**10**  
que pasaron a formar parte  
del programa

El Comité estuvo formado por representantes de la Fundación Biodiversidad, Tandem Social y Leroy Merlin

*“Pasar cinco meses aprendiendo de los mejores profesionales de Leroy Merlin y acabar siendo uno de los ganadores del programa, Un Hábitat Mejor, ha permitido a nuestra empresa potenciar el impacto positivo a la sociedad con nuestra misión: que todas las personas tengan derecho a una vivienda digna, segura e inclusiva”.*

**Víctor Domínguez F.**  
CEO Cofundador de la start up social **De Piso en Piso**



## Proyectos seleccionados

### La Granja de Laura (Madrid)

Cría y cuidado de cabras de una especie en extinción

### IFLUR (Valencia)

Baldosas que logran capturar la energía de las personas al caminar

### Fundación Social Q'omer (Valencia)

Ingredientes naturales para la elaboración de productos innovadores de alimentación y bienestar

### Inspira't (Valencia)

Educación ambiental y cuidado de espacios verdes y huertos

### De Piso en Piso (Cataluña)

Una vivienda digna a partir de la promoción de modelos de convivencia colaborativos

### Entrevecinos (Castilla y León)

Servicios integrales para mayores en zonas rurales

### Som Camp amb Cor (Valencia)

Productos agroecológicos de campos en desuso donde trabajan personas en riesgo de exclusión social

### Fontivent (Valencia)

Una máquina innovadora que condensa la humedad del ambiente para la prevención y extinción de incendios forestales

### Recogida de aceite vegetal doméstico en zonas rurales (Valencia)

Para su conversión en biodiésel, a través de contenedores inteligentes

### RECOX (Valencia)

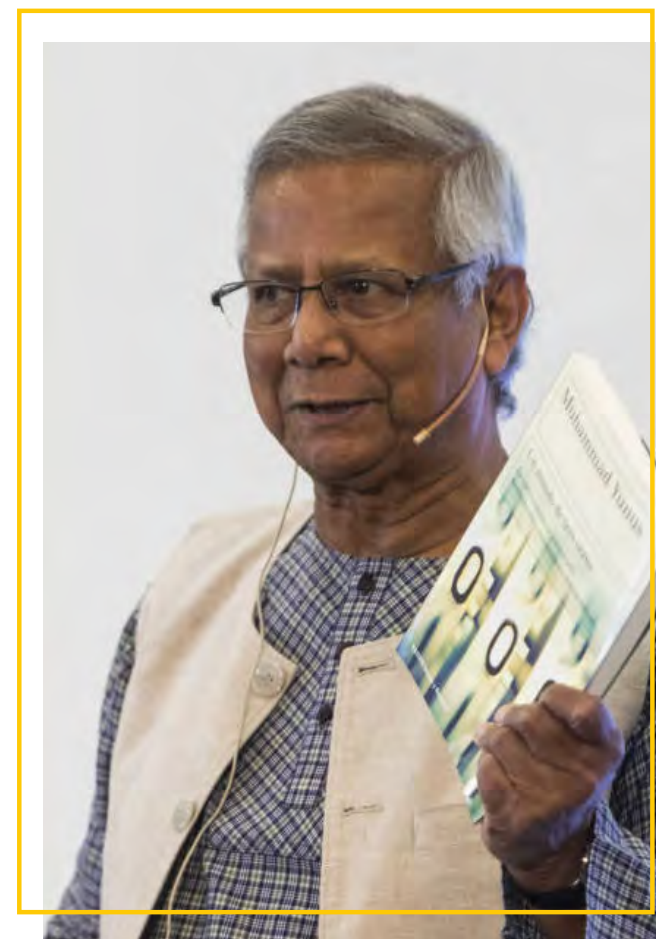
Mobiliario de diseño elaborado a partir de la recogida de residuos de empresas industriales

## Formación

A partir del mes de junio, los participantes de los proyectos seleccionados disfrutaron de una formación presencial centrada en el emprendimiento y la gestión empresarial. Esta formación y *coaching* especializado fue impartido por expertos en transformación económica, social y ambiental, junto con profesionales de Leroy Merlin que aportaron su conocimiento y experiencia. Al mismo tiempo, el programa fue difundido en diferentes medios de comunicación y redes sociales para dar a conocer a la sociedad las soluciones empresariales con impacto medioambiental y/o social que se están desarrollando, sensibilizando a la ciudadanía sobre la importancia de esta nueva tipología de empresas.

## Los premios

Los proyectos galardonados fueron De Piso en Piso y Fundación Q'omer, por generar innovaciones disruptivas con alto impacto positivo que redundan en mejoras de la sociedad. Los dos proyectos ganadores obtuvieron, además, un premio de 2.000 € para impulsar su proyecto, en cuya entrega estuvo presente el premio Nobel de la Paz, **Muhammad Yunus**, que impartió una conferencia a los asistentes sobre el método de desarrollo que se expone en su libro *Un mundo de tres ceros: la nueva economía de pobreza cero, desempleo cero y cero emisiones netas de carbono*.



## 6.3. Compromiso con la integración laboral

*"Siempre hemos llevado en nuestro ADN una cultura de integración de las personas con discapacidad y esto se refleja en nuestras tiendas mediante el compromiso y la sensibilización de todos. Nuestra apuesta es empoderar a todos los colaboradores, sean de la condición que sean, que vayan más allá de su misión. Cualquiera puede llegar lejos en Leroy Merlin, si se lo propone".*

Olivia Vila  
RR. HH. Leroy Merlin Burjassot

Uno de los ejes estratégicos de nuestro Marco RSE es el fomento de oportunidades profesionales en condiciones de igualdad. Así, promovemos la integración de personas con discapacidad, impulsando su inserción laboral directa y participando en programas de formación específicos para contribuir a su desarrollo profesional. También favorecemos la inserción laboral de personas en riesgo de exclusión social para conseguir que vivan y trabajen en una sociedad en la que se garantice la igualdad de oportunidades para todos.

Respetamos la diversidad cultural, demográfica y social de todas las personas bajo la premisa de que resulta beneficioso para la organización y para contribuir a una sociedad más igualitaria e inclusiva. Esto nos conecta con el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, especialmente el ODS 8, sobre trabajo decente, y el ODS 10, sobre reducción de las desigualdades.



**Trabajo decente  
y crecimiento económico**



**Reducción  
de las desigualdades**

## FUNDACIÓN A LA PAR



### Curso 17/18

- Alumnos de tercer curso que han realizado prácticas: **5 participantes**
- Alumnos en formación en LME (alumnos de 2º curso): **11**

### Curso 18/19

- Alumnos de tercer curso que han realizado prácticas: **9 participantes**
- Alumnos en formación en LME (alumnos de 2º curso): **8**

Colaboramos con la Fundación A LA PAR en el Programa de Formación Superior CAMPVS, para la formación teórico-práctica en comercio, de alumnos con discapacidad y su integración sociolaboral. El programa, con una duración de tres cursos escolares, se dirige a los jóvenes con discapacidad intelectual que acaban su formación reglada y que desean acceder a una formación superior con un mayor grado de competencia personal, social y profesional. Durante el primer año reciben formación en la Fundación, en el segundo curso la formación se imparte en Leroy Merlin y, finalmente, en el tercer año realizan prácticas en las tiendas de Leroy Merlin.

## COMPROMISO INTEGRA

Leroy Merlin forma parte del Compromiso Integra, una red de empresas y entidades comprometidas con la creación de valor social a través del apoyo al empleo socialmente responsable que combina criterios económicos y sociales. Con estos objetivos, en 2018 llevamos a cabo la contratación de 3 personas.

## PROYECTO CONFIANZA

Leroy Merlin ha firmado el convenio de colaboración "Proyecto Confianza", un plan de actuación en el marco del Convenio INSERTA de la Fundación ONCE para impulsar la inserción laboral de personas con discapacidad sobrevenida, que es aquella que surge en la juventud o en la madurez a consecuencia de situaciones externas e internas no congénitas. En el marco de este convenio, Leroy Merlin ofrece un contrato indefinido a aproximadamente 30 beneficiarios para formar parte del equipo de ventas. Para una adecuada integración, Leroy Merlin se compromete a llevar a cabo un programa de formación a los seleccionados con el objetivo de que adquieran los conocimientos y competencias necesarios para desempeñar su nuevo puesto y poder desarrollar su carrera profesional.



## PROGRAMA INCORPORA

Desde enero de 2017, formamos parte del Programa Incorpora de la Obra Social La Caixa, un programa de intermediación laboral que se dirige a personas con discapacidad, víctimas de violencia de género, desempleados de larga duración, inmigrantes, jóvenes en riesgo de exclusión social y exreclusos. Desde las delegaciones de Incorpora contactan directamente con nuestras tiendas para los procesos de selección, inscribiéndose los candidatos directamente en nuestro portal de empleo. En 2018 las actividades se han centrado en dos ámbitos: profundizar en la estrategia de colaboración tienda a tienda y avanzar en el proyecto "Especialistas-Asesores".

### Resultados 2018





En 2018, hemos renovado nuestro compromiso con el Convenio INSERTA de la Fundación ONCE para impulsar la inserción laboral de personas con discapacidad, del que formamos parte desde 2013. La compañía incorporará a 185 personas con discapacidad durante los próximos cuatro años, lo que supondrá un total de 392 contrataciones desde el inicio de la colaboración entre ambas entidades.

La firma de la renovación del Convenio INSERTA se efectuó por parte de Alberto Durán, Vicepresidente Ejecutivo de Fundación ONCE e Ignacio Sánchez, Director General de Leroy Merlin España. El acto se celebró en las instalaciones de Leroy Merlin Madrid-Barajas para que los asistentes conocieran las medidas de accesibilidad ya implantadas en tienda.



### Resultados 2018

75

ofertas publicadas en su portal de empleo

293

candidaturas recibidas

55

contrataciones de personas con discapacidad

En octubre de 2018 hemos firmado con el Ayuntamiento de Valencia un convenio de colaboración, de cuatro años, para impulsar la inserción laboral de personas desempleadas y en situación de vulnerabilidad de la ciudad de Valencia. Por una parte, Leroy Merlin Burjassot informará al Ayuntamiento de Valencia de las ofertas de trabajo que necesite cubrir en su tienda. Por otra, el Ayuntamiento, a través del proyecto "Valencia Inserta", se compromete a mejorar la orientación laboral y la formación, enfocándolas a los puestos de trabajo que la empresa esté interesada en cubrir.

### Contribuimos al desarrollo del talento joven

Al dar una oportunidad a jóvenes que no tienen una ocupación y apoyar su empleabilidad, contribuimos a que la sociedad española progrese en las metas recogidas en el ODS 8 sobre trabajo decente, y consolidamos nuestro compromiso con la igualdad de oportunidades, esta vez en el plano generacional.

8



Trabajo decente y crecimiento económico

*"El programa de prácticas y becas me ha permitido impulsar mi carrera profesional, aplicando los conocimientos adquiridos durante mi etapa formativa. Desde el primer momento he contado con el acompañamiento de mi mánager para seguir formándome y crecer profesionalmente hasta llegar a un puesto de responsabilidad dentro del equipo de una gran compañía como Leroy Merlin".*

Francisco José Clares

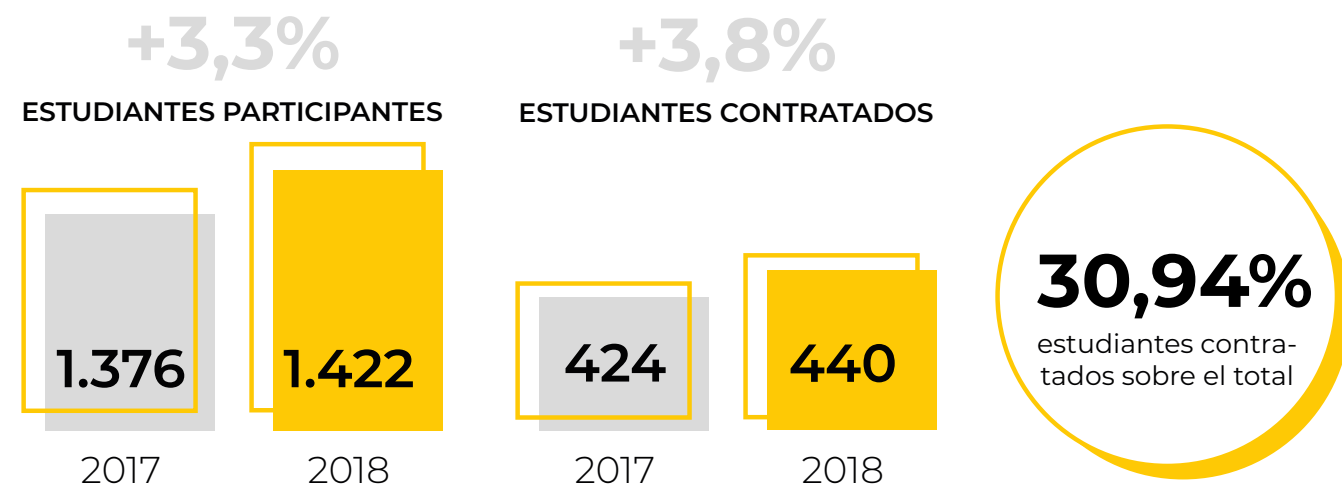
Jefe Sector Materiales Cerámica y Profesionales, Leroy Merlin Murcia

### PROGRAMA DE PRÁCTICAS Y BECAS

Una formación de calidad sumada a la experiencia laboral favorece las oportunidades de acceder al mercado laboral. Para facilitar que los estudiantes inicien su carrera profesional, Leroy Merlin cuenta con su "Programa de Prácticas y Becas", dirigido a universitarios y alumnos de formación profesional. Durante el programa, un tutor acompaña a los alumnos participantes, que combinan la formación teórica y la práctica. Al terminar el periodo de prácticas o la beca, los alumnos pueden desarrollar un proyecto

relacionado con su área de especialización que les permite poner en práctica los conocimientos adquiridos durante esta etapa. En 2018, se desarrollaron 25 proyectos.





#### MÁS INFORMACIÓN EN EL SITIO WEB

<http://graduadosybecas.leroymerlin.es/becas>

### FP DUAL

La apuesta de Leroy Merlin por una formación profesional de calidad se materializa en diferentes programas de Formación Profesional. La Formación Profesional Dual es una metodología formativa que combina los procesos de enseñanza y aprendizaje en la empresa y en el centro de estudios para mejorar la cualificación de los estudiantes.

En el sitio web <http://graduadosybecas.leroymerlin.es/fpdual> pueden visualizarse ofertas de nuevas prácticas, se puede insertar el CV y consultar en qué consiste el programa, los diferentes itinerarios formativos y qué tipo de titulaciones de FP Dual son compatibles con el programa de Leroy Merlin.

Este año, con el fin de dar un impulso renovado a este programa en colaboración con instituciones de prestigio, hemos llevado a cabo diferentes iniciativas:

#### ALUMNOS PARTICIPANTES



#### CENTROS CON LOS QUE TENEMOS ACUERDO



- Colaboración estudio Alianza para la FP Dual-Universidad Autónoma de Barcelona en enero de 2018
- Colaboración con Multinacionales por la Marca España en el documento "La formación Dual en España" en marzo de 2018
- AECOC: aportaciones al nuevo Real Decreto. Pros y contras de la normativa actual
- Colaboración con el Laboratorio de Empleo Juvenil
- Publicación de artículo en Fundación Sociedad y Empresa Responsable (Seres)

### PROGRAMA DE GRADUADOS

Mediante un plan específico de formación y desarrollo profesional, este programa tiene como objetivo principal atraer y fidelizar a graduados universitarios con alto potencial para ocupar puestos de dirección dentro de Leroy Merlin.

Los participantes en el programa cuentan desde el primer momento con un contrato indefinido y con la categoría salarial de mánager. El programa consta de tres fases (Vendedor, Jefe de Sección y finalmente Jefe de Sector o Controlador de Gestión) que se completan en un tiempo medio de dos años y medio. Además, para potenciar el desarrollo profesional de estas jóvenes promesas, cuentan con el apoyo de tutores internos, formados en habilidades y herramientas.

En 2018 participaron activamente en este programa 164 personas que van superando las distintas posiciones de tienda. De ellas, 56 estaban en fase de Vendedor, 51 en fase de Jefe de Sección, 51 en fase de Jefe

de Sector, 4 como Directores de Tienda y 2 en Servicios Internos. De estas dos últimas personas, una se ha incorporado en el puesto de Gestor de Grandes Cuentas y la otra en la posición de Reporting Control de Gestión.

Periódicamente, nos acercamos a las principales universidades de España para darnos a conocer a los futuros profesionales, explorar su interés y su talento y así identificar potenciales candidatos a dicho programa. En estas jornadas se realizan dinámicas de grupo y talleres informativos de la mano de directivos de la compañía. Este año, el 17 de octubre organizamos una jornada de selección simultánea en 6 ciudades de España para nuestro Programa de Graduados, donde participaron alrededor de 200 candidatos.

Con el objetivo de atraer al mejor talento, se llevó a cabo una campaña de comunicación en:



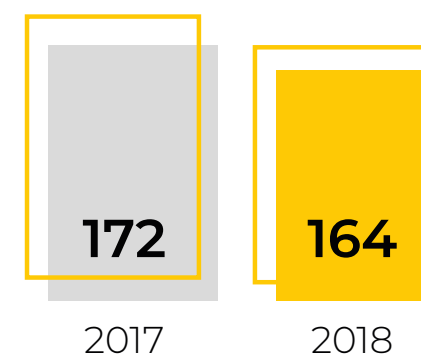
InfoJobs

primerempleo

La campaña logró que 10.677 usuarios accedieran a la sección del Programa de Graduados de nuestra web de empleo.

<http://graduadosybecas.leroymerlin.es/graduados>

#### GRADUADOS PARTICIPANTES



### PROGRESANDO EN LEROY MERLIN

Leroy Merlin, junto con la Fundación de la Universidad Autónoma de Madrid (FUAM), lleva a cabo anualmente el Plan Progresando. Desde su inicio en 2015, esta iniciativa se ha convertido en una de las principales fuentes de captación de talento en la región. El plan permite compaginar las prácticas con formación impartida y certificada por la Universidad Autónoma de Madrid (UAM), así como por Leroy Merlin.

El Plan Progresando ofrece a recién titulados universitarios la oportunidad de adquirir conocimientos relacionados con el ámbito profesional propio de sus estudios. En la última edición del Plan, 6 jóvenes universitarios han recibido su certificado por la universidad y han participado activamente durante un periodo de 6 meses en el día a día de la compañía y en las diferentes áreas de actividad de las tiendas.

Una vez finalizado el programa, el alumnado tiene la oportunidad de unirse al Programa de Graduados. A lo largo de las dos últimas ediciones del Plan Progresando, un total de 10 alumnos pasaron a formar parte

del Programa Graduados, incorporándose a la plantilla de la compañía.

#### Curso 2016-2017



#### Curso 2017-2018



Estudiantes que han participado en el programa

Estudiantes que han accedido al Programa Graduados de Leroy Merlin al finalizar Progresando

Desde 2012, participamos en la competición SpainSkills, una iniciativa impulsada por el Ministerio de Educación y Formación Profesional para promover una Formación Profesional de calidad. La competición tiene una primera fase regional. Los ganadores de cada comunidad autónoma compiten posteriormente en la fase nacional, que se celebra en el año siguiente. Con nuestra participación en la categoría de Jardinería Paisajística, divulgamos el conocimiento sobre este oficio relacionado con nuestra actividad, además de promover la empleabilidad entre los jóvenes.

En 2018 han tenido lugar ediciones regionales en Madrid, Galicia, Baleares, Cantabria, Valencia y Andalucía, en las que Leroy Merlin ha colaborado en el diseño de la prueba, ha formado parte del jurado y ha aportado todos los materiales necesarios para el desarrollo de la competición. Además, los estudiantes participantes han contado con el apoyo y el asesoramiento de colaboradores voluntarios de Leroy Merlin.



### Cercanía con nuestros colaboradores desde el primer momento

Nuestro proyecto de empresa se construye cada día con los mejores talentos. Nuestro objetivo es transmitir cercanía y apoyo a los actuales y futuros colaboradores.

Tras haber implantado la nueva herramienta de reclutamiento, Talent Clue, en diciembre de 2017, este año hemos trabajado en nuevas funcionalidades para consolidar la atracción del talento y la eficiencia a la hora de gestionar las candidaturas.

**Talent Clue** está adaptada a la nueva estructura de la compañía, teniendo en cuenta las nuevas regiones y todos los formatos de tienda, incluidas las tiendas que a lo largo de 2019 seguirán denominándose AKI.

Gracias a la funcionalidad de **trabajo colaborativo**, varios colaboradores pueden acceder a ofertas de diferentes tiendas, aunque no sean las suyas.

Desde octubre se automatizan las publicaciones de las ofertas con **Google Jobs** y todas las posiciones publicadas en algún portal están automáticamente disponibles en esta plataforma. Esta iniciativa facilita el acceso a más candidatos potenciales y la mejora de la experiencia del candidato.

La nueva función de **geolocalización** nos ayuda a normalizar la base de datos, a una creación de ofertas mucho más ágil y a la creación de posiciones con localizaciones más precisas, además de mejorar la búsqueda de candidatos en nuestra base de datos.

Desde diciembre de 2018 todas nuestras posiciones están disponibles en la App **b4work**. Esta App mejora la experiencia de los candidatos, que podrán inscribirse en todas nuestras ofertas con solo un clic y su perfil se cargará automáticamente en nuestra herramienta. Además, podrán hacer seguimiento de sus candidaturas.

Contamos con **informes automatizados**, donde podemos analizar datos como la gestión de candidaturas internas, portales donde se hacen las publicaciones de ofertas y fuentes de origen de los candidatos.

### MÁS OFERTAS, MÁS CANDIDATOS

	2017	2018
Ofertas activas	594	1.631
Candidatos inscritos	172.573	227.475
Inscripciones gestionadas	100.811	141.082
% inscripciones consultadas vs. inscritos	58%	62%



### Candidaturas internas

510

colaboradores  
internos interesados  
(357 en 2017)

75,5  
%

candidaturas gestionadas  
(58% en 2017)

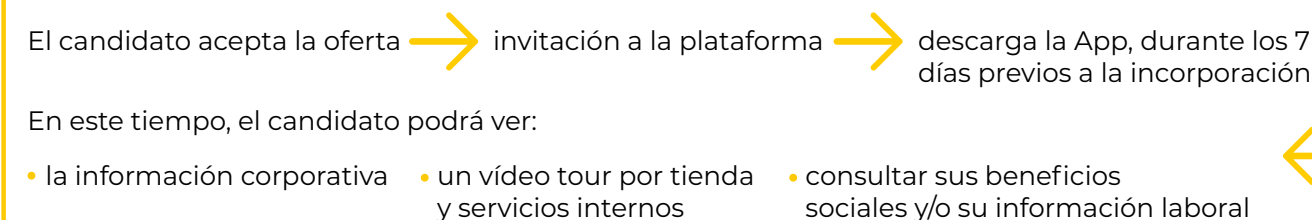
### PROGRAMA ESPECIALISTAS

Apostamos por la construcción de equipos de expertos que aporten confianza y seguridad al cliente y que lo asesoren en la búsqueda de soluciones y productos que respondan a todas sus necesidades.

En 2018 hemos lanzado "Especialistas", un programa de atracción de talento experto que busca incorporar a la compañía personas con un amplio conocimiento de su oficio y de nuestros productos, lo que les permite desarrollarse como profesionales en su sector mostrando pasión por lo que hacen. Desde el mes de julio, un espacio específico en la web de empleo muestra a los candidatos las oportunidades de empleo en cada tipo de especialidad: Obra y Construcción, Fontanería, Electricidad, Domótica, Pintura, Carpintería, Mantenimiento de Piscinas y Jardinería, etc.

### NUEVOS COLABORADORES

Este año hemos puesto en marcha Come In, una aplicación móvil que proporciona a los nuevos colaboradores la información necesaria antes y durante su incorporación a la compañía. Come In tiene dos propósitos: en primer lugar, facilitar y gestionar la incorporación a la compañía, así como los primeros días en la empresa y, en segundo lugar, facilitar la fluidez de la comunicación interna en función del rol o misión de cada colaborador.



Una vez finalizada la fase de incorporación, la aplicación se transforma en una herramienta más de comunicación interna en la que el colaborador encuentra un acceso directo a los distintos canales de comunicación de la compañía. La aplicación incorpora un calendario de actividades e información para asegurar la mejor experiencia del colaborador. Su gestión se realiza por el equipo de Selección, por personas de RR. HH. de las tiendas y por el equipo de Comunicación Interna.



Con el fin de que todos los colaboradores puedan acceder a la información, a finales de 2018 se han habilitado apartados que solo eran visibles para las nuevas incorporaciones.

Además de seleccionar a un candidato, se trata de acompañarlo a lo largo de toda su trayectoria en la compañía, ofreciéndole nuevas oportunidades y retos en su carrera. También se le aporta valor añadido con un acompañamiento personalizado que haga despertar su interés y conocimiento sobre la marca, incluso antes de que comience su relación laboral con la compañía.

## EMBAJADORES DE MARCA

En Leroy Merlin llevamos años trabajando en una comunicación que nos acerque a nuestros clientes, proveedores y colaboradores. Estos embajadores de nuestra marca dan voz a los colaboradores de la empresa, a la vez que contribuyen a mejorar la reputación de nuestra marca, posicionándonos como referentes en los asuntos que lideramos y difundiendo la ilusión de trabajar en Leroy Merlin.

El programa comenzó en 2017 con 25 embajadores pioneros participantes en el programa. Durante el año 2018 el programa ha ido evolucionando incorporando a más embajadores en el equipo, hasta llegar a 50. Las publicaciones destacadas de los embajadores se comparten el perfil corporativo de LinkedIn. Otros hitos destacables este año han sido:

**Primer Encuentro Anual de Embajadores**

Un *hashtag* que acompaña a las publicaciones **#somosleroymerlin**

**Dinámicas colaborativas:**  
*influencers, creativos y head hunters*

**Imagen atractiva y profesional:**  
7 nuevas cabeceras de perfil

**Libro Blanco del Embajador**

**34 contenidos en formato de blog**

**4,5 M de impresiones**

Este programa ha recibido en 2018 el Premio Cegos a las Mejores Prácticas en la categoría Selección e Integración, donde el jurado ha valorado especialmente la manera de potenciar la estrategia de *employer branding*.

## 6.4. Desarrollo profesional y personal de nuestros colaboradores

### Colaboradores comprometidos

Nuestros colaboradores son verdaderos agentes de cambio de una empresa que apuesta de forma decidida por un negocio responsable arraigado en las comunidades locales.



*Come In ha sido galardonada en la quinta edición de los Premios Talent Mobility, cuyo objetivo principal es reconocer las mejores prácticas en la gestión del talento en las compañías, en la categoría de Engage Your People - Fidelización y Compromiso.*



# 25,7 M€

POLÍTICAS DE PARTICIPACIÓN EN 2018 (\*)

# 70%

DE LOS COLABORADORES MUESTRA UN SENTIMIENTO POSITIVO HACIA LA COMPAÑÍA (\*\*)

# 75,06%

COLABORADORES CON CONTRATO INDEFINIDO

# 100%

DIRECTORES DE TIENDA PROVIENEN DE PROMOCIÓN INTERNA

# 97,73%

COLABORADORES ACCIONISTAS 2018 (\*\*\*)

(\*) Incluye cargas sociales.

(\*\*) Resultados del Informe BEX 2018: % de colaboradores que se sienten satisfechos, motivados, felices y comprometidos.

(\*\*\*) Porcentaje sobre el número de contratos indefinidos a diciembre 2018.

Todos ellos cuentan con un esquema de retribución flexible y la opción de tener otros beneficios, como tarjeta de transporte, seguro de salud y cheques para restaurantes, guarderías y formación en idiomas. Además, todos los colaboradores pueden obtener un 10% de descuento en sus compras de productos en Leroy Merlin y, para aquellos que prestan sus servicios en Sede, los días escolares no lectivos se organizan los "Días sin cole", en los que la empresa subvenciona el 50% del coste de las actividades.

### POR SER LEROY MERLIN

Contamos con el espacio web "porserleroymerlin", una plataforma *online* de beneficios para nuestros colaboradores, con la que pueden acceder a ofertas y descuentos de consumo, ocio, bienestar, servicios o tecnología. Se encuentra a disposición de todos los colaboradores. Actualmente, hay 7.870 registrados.

También debemos destacar, como novedad este año, la incorporación de la compra de acciones de ADEO como parte del plan de retribución flexible de nuestros colaboradores.

*"Los 'Días sin cole' son una experiencia de doble éxito: permiten a los niños divertirse en una jornada diferente con otros niños, hijos de compañeros, que podrán coincidir en otras ocasiones, y a los padres nos ayuda a conciliar con la tranquilidad de dejar a nuestros hijos en buenas manos".*

**José Alberto Pérez**

**Jefe de Producto Pintura-Droguería, Leroy Merlin España**



NUESTRA PROPUESTA DE VALOR AL EMPLEADO

Este año hemos actualizado nuestra Propuesta de Valor al Empleado (EVP), a la vez que hemos definido una estrategia de despliegue para trasladarla a los diferentes grupos de interés, internos y externos. El objetivo de este proyecto es reforzar la capacidad de atracción de talento de Leroy Merlin y el sentido de pertenencia de nuestros colaboradores, trabajando en tres ejes:

NUESTRA PROPUESTA DE VALOR

1

Gran ambiente de trabajo gracias a sus personas. Somos accesibles, somos cercanos, somos generosos.

2

Juntos contribuimos a hacernos mejores, a dar siempre más, a llegar más lejos. Juntos construimos el futuro.

3

LME es evolución, adaptación y cambio, gracias a sus personas se transforma continuamente para ofrecer una experiencia única al cliente.

El compañerismo en LME va mucho más allá de lo profesional. Somos equipo, somos amigos, somos como una familia y juntos hacemos grandes cosas.

Tenemos la confianza para decidir y hacer, porque en LME creemos que la proactividad y la responsabilidad son las mejores herramientas para dar lo mejor de nosotros mismos.

Nos gustan los retos, por eso gran parte de nuestro trabajo se basa en proyectos desafiantes, en un día a día dinámico, siempre diferente, donde tenemos mucho por imaginar y mucho por hacer y nunca dejamos de formarnos.

La cercanía y el reconocimiento del trabajo bien hecho definen la forma de relacionarnos entre nosotros.

Trabajamos por cumplir nuestro Propósito.

Durante la siguiente fase del proyecto, en 2019, se adaptará el contenido de cada uno de los atributos identificados a las diferentes realidades de cada perfil, poniendo de relieve lo que Leroy Merlin aporta a cada uno de ellos como lugar para trabajar y definiendo mensajes específicos, tanto para captación como retención de talento.

ENCUESTA DE CLIMA

La opinión de nuestros colaboradores es esencial para Leroy Merlin. Son quienes mejor nos conocen, quienes verdaderamente quieren mejorar y saben cómo hacerlo.

En 2018 hemos realizado **Encuestas de Clima Interno** a las tres tiendas piloto de la convergencia con AKI una vez han sido transformadas en Leroy Merlin con el objetivo de analizar cómo perciben los colaboradores el cambio. En dos de ellas se han obtenido resultados muy positivos respecto al índice de recomendación de los empleados como lugar para trabajar (índice eNPS que mide la satisfacción y compromiso de los colaboradores con una puntuación entre 0 y 100).

Tienda	eNPS
Colmenar	51
Figueroles	10
Talavera	62
Total LME (*)	20

(\*) FUENTE: BEX, Barómetro Experiencia Empleado

Este año también lanzamos la encuesta **“Pulsómetro de visión y valores”** en los canales digitales internos Younity y LME.net en la que participaron 2.660 personas. El objetivo de la encuesta era obtener información para la fase de definición de nuestro Propósito, lo que hacía necesario conocer cuáles eran las características de Leroy Merlin que hacen que nuestros colaboradores se sientan bien, cuáles eran los valores que nos definen mejor como compañía y cómo estamos contribuyendo a mejorar el mundo. De cara a 2019, se trabajará en la comunicación a todos los colaboradores del nuevo Propósito y los nuevos valores.

GRAN FIESTA DE LA CASA

Dentro de las diferentes iniciativas que llevamos a cabo para reconocer el esfuerzo de nuestros colaboradores, queremos destacar la “Gran fiesta de la casa”: es nuestra acción comercial más emblemática, que celebramos en todas nuestras tiendas en el último trimestre del año. Para dinamizar las tiendas, cada sección tiene que llegar a unos objetivos y realizar distintas actividades, que además fomentan la colaboración y el espíritu de equipo. En la edición 2018 contamos con catorce equipos ganadores, uno de cada sección, a los que se suma el ganador de los grupos de animación en tienda (GAT). Todos ellos disfrutarán de su premio, un viaje a Sevilla en 2019 lleno de actividades y diversión.



Los equipos ganadores de la edición 2017 disfrutaron de un viaje muy especial a Málaga, celebrado en febrero de 2018.

UN ECOSISTEMA DE COMUNICACIÓN

Contamos con un ecosistema digital formado por herramientas específicas para comunicarnos y para potenciar el desarrollo profesional fundamentadas en la colaboración. Nuestro portal del empleado, nuestra App Come In, nuestra red social interna o la herramienta de evaluación del desempeño son algunos ejemplos de esta transformación digital hacia entornos colaborativos, que se explican a continuación.

2018  
YOUNITY

11.089  
usuarios registrados

5.555  
participantes

9.495  
activos

2.145  
contribuyentes

El portal LME.net es el entorno natural de trabajo de nuestros colaboradores. En él se pueden visitar todas estas herramientas, además de ofertas de empleo internas, cursos de formación o actualidad del día a día de la empresa. Contamos también con acceso directo a las redes sociales colaborativas, internas y externas, para compartir experiencias

## EVALUACIÓN MOTIVADORA DEL DESEMPEÑO



Ser+365 es una aplicación web y móvil de reconocimiento y cultura corporativa, una manera de poner en valor los hechos excepcionales de cualquier colaborador de Leroy Merlin de forma pública los 365 días del año, porque contribuir en positivo favorece el rendimiento, mejora las competencias y fomenta el aprendizaje. Porque una cultura innovadora se construye con valores, habilidades, comportamiento y clima laboral.

Se trata de una herramienta de evaluación que ayuda a identificar las fortalezas para lograr una cultura corporativa exitosa y a evaluar en cualquier momento las funciones desarrolladas, las competencias, los objetivos asignados y el potencial de cada colaborador.

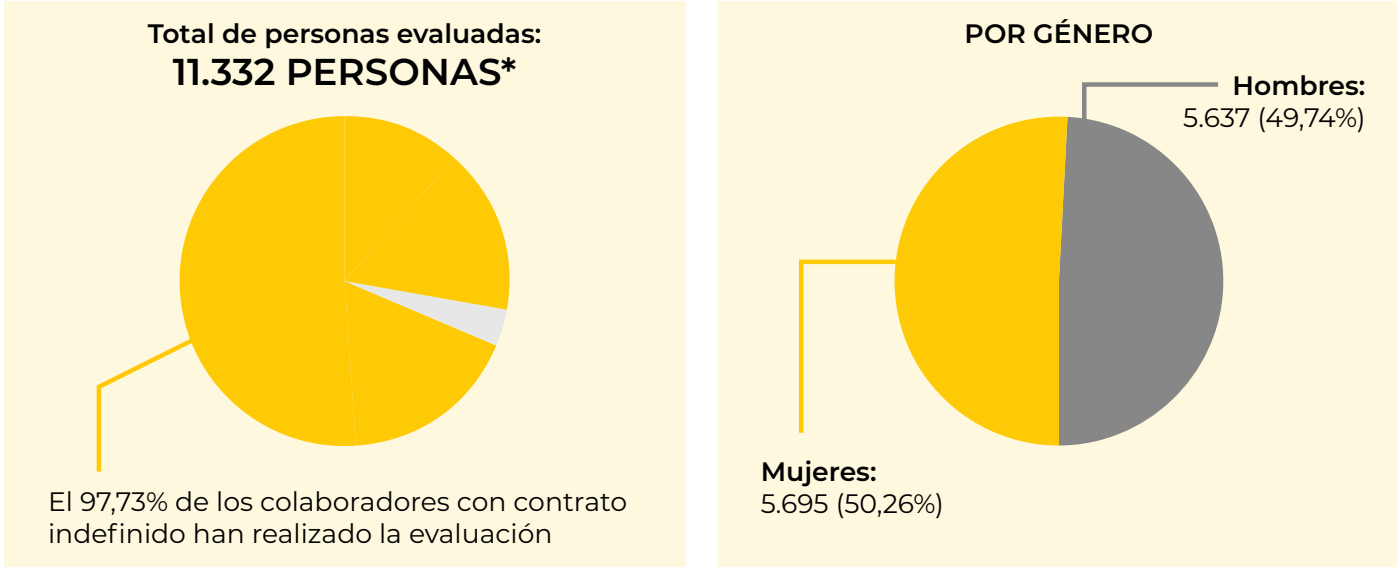
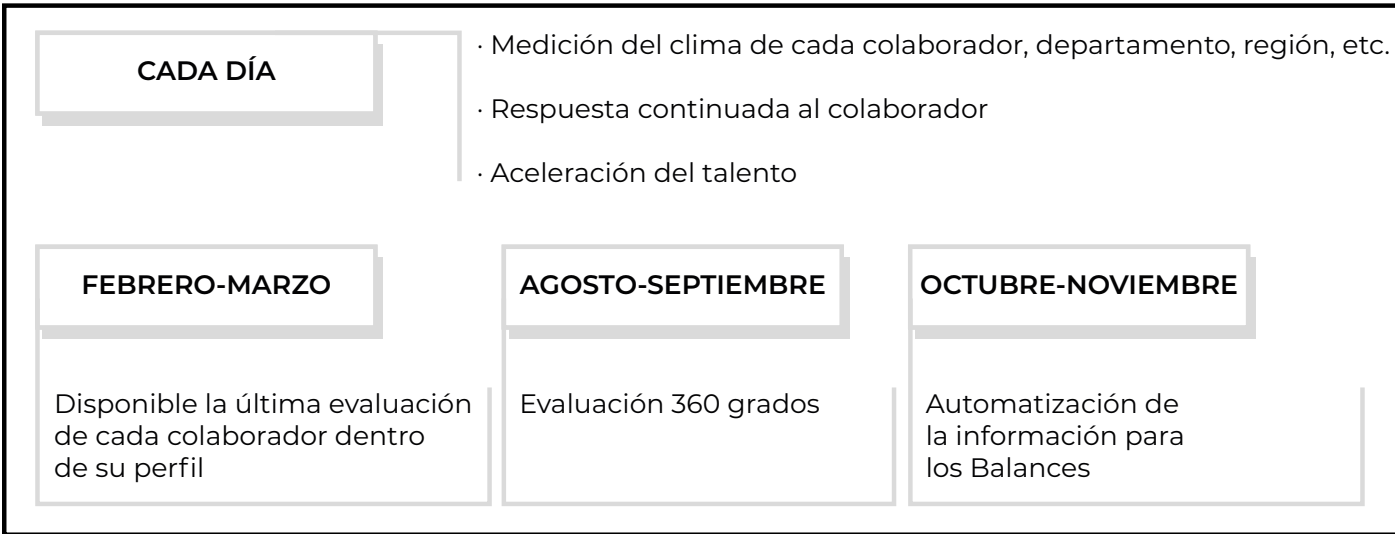
En la pantalla principal de Ser+365, los colaboradores pueden indicar su estado de ánimo cada día y también aprender de los reconocimientos de los demás e interactuar con todos:

- Medallas:**  
 Para reconocer el trabajo bien hecho de los demás. Pueden entregarse 4 cada semana, correspondientes a cada uno de los valores del Propósito. Son reconocimientos públicos, personalizados, concretos y detallados, para el departamento propio o para otros departamentos.
- Evaluar el desarrollo:**  
 Un espacio dentro de Ser+365 donde cada colaborador puede hacer su propia evaluación de desarrollo o la de sus máangers, realizar planes de acción, o analizar cómo se percibe su desempeño. Debe hacerse 3 veces al año.

A finales de 2017 se lanzó el proceso de evaluación, que se cerró en junio de 2018 y consta de las siguientes fases:



Ser+365 se plantea como un proceso continuo, con actividades que se pueden llevar a cabo cotidianamente y otras realizables en momentos concretos del año:



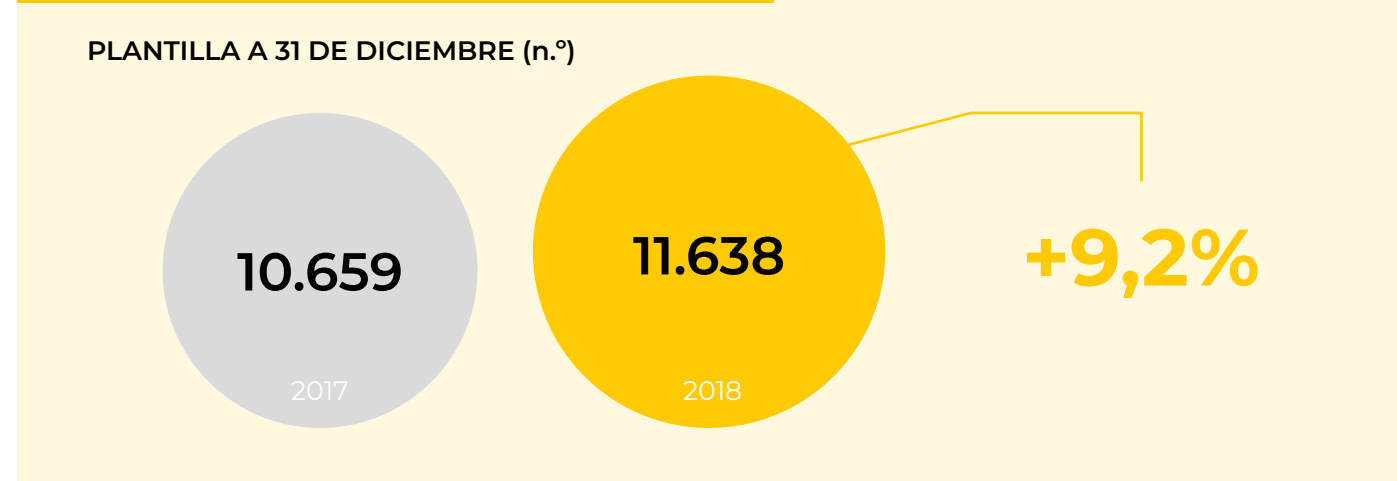
*\*Datos estimados tomando como base la plantilla de Leroy Merlin a 31 de diciembre de 2018.*

Por colectivo:	N.º personas	Porcentaje
Directores	138	1,22%
Ventas	5.267	46,48%
Técnicos	171	1,51%
Jefes	1.378	12,16%
Responsables	168	1,48%
Administración	93	0,82%
Resto de puestos	4.117	36,33%
<b>Total</b>	<b>11.332</b>	<b>100%</b>

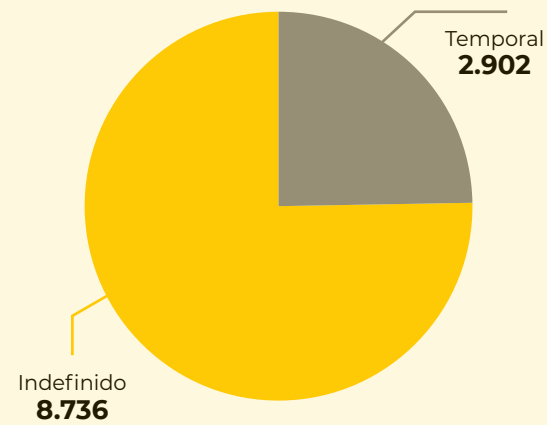
### Compromiso con la igualdad y el empleo estable

Todos nuestros colaboradores trabajan en un marco que promueve la igualdad de oportunidades y la diversidad en el seno de los equipos, donde el mérito profesional es el criterio básico de desarrollo.

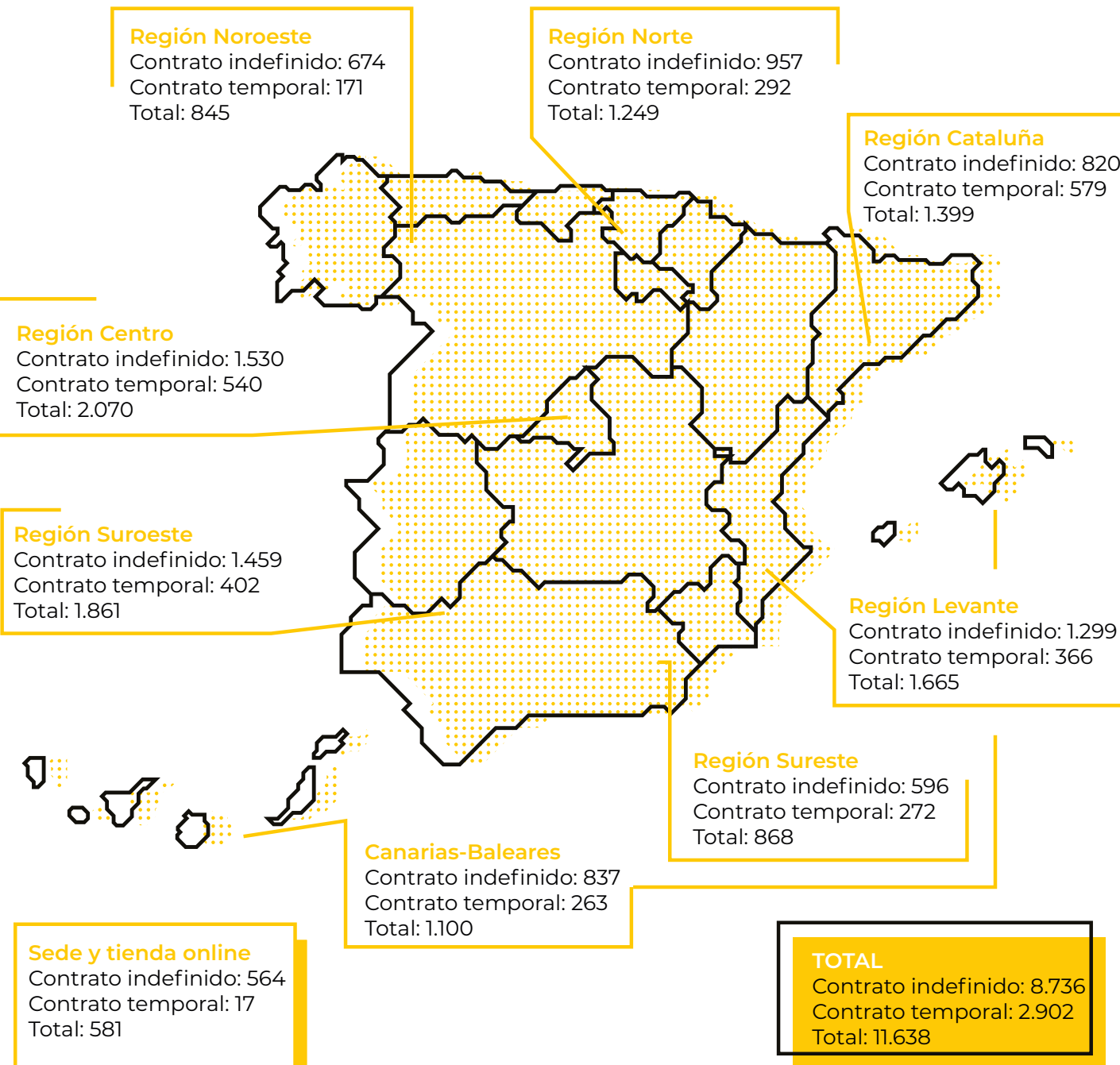
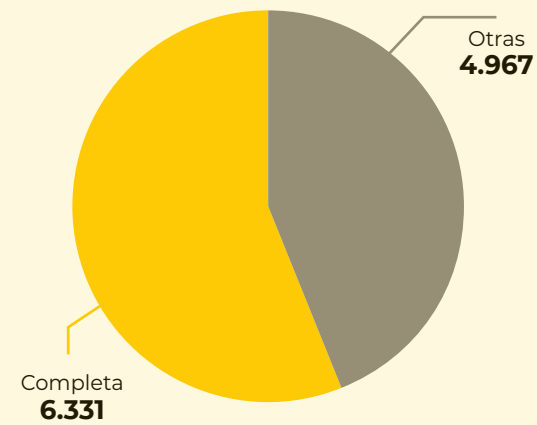
### APUESTA POR EL EMPLEO ESTABLE



## POR TIPO DE CONTRATO



## POR TIPO DE JORNADA



La tasa de rotación de colaboradores en 2018 se ha situado en el 5,69%, con la siguiente estructura de altas y bajas:

## NUEVA TABLA ALTAS Y BAJAS

## POR EDAD

ALTAS	18 - 30 AÑOS	30 - 50 AÑOS	+ 50 AÑOS	TOTAL GENERAL
Región Suroeste	694	1.011	28	1.733
Región Sureste	536	471	12	1.019
Región Canarias Baleares	473	324	19	816
Región Cataluña	889	451	34	1.374
Región Centro	772	594	65	1.431
Región Levante	696	787	30	1.513
Región Noroeste	178	244	15	437
Región Norte	332	324	32	688
Servicios centrales y tienda online	22	97	3	122
<b>TOTAL</b>	<b>4.592</b>	<b>4.303</b>	<b>238</b>	<b>9.133</b>
BAJAS	18 - 30 AÑOS	30 - 50 AÑOS	+ 50 AÑOS	TOTAL GENERAL
Región Suroeste	609	982	22	1.613
Región Sureste	469	448	11	928
Región Canarias Baleares	457	357	21	835
Región Cataluña	661	336	28	1.025
Región Centro	661	536	65	1.262
Región Levante	631	752	31	1.414
Región Noroeste	156	231	14	401
Región Norte	270	338	29	637
Servicios centrales y tienda online	5	56	4	65
<b>TOTAL</b>	<b>3.919</b>	<b>4.036</b>	<b>225</b>	<b>8.180</b>

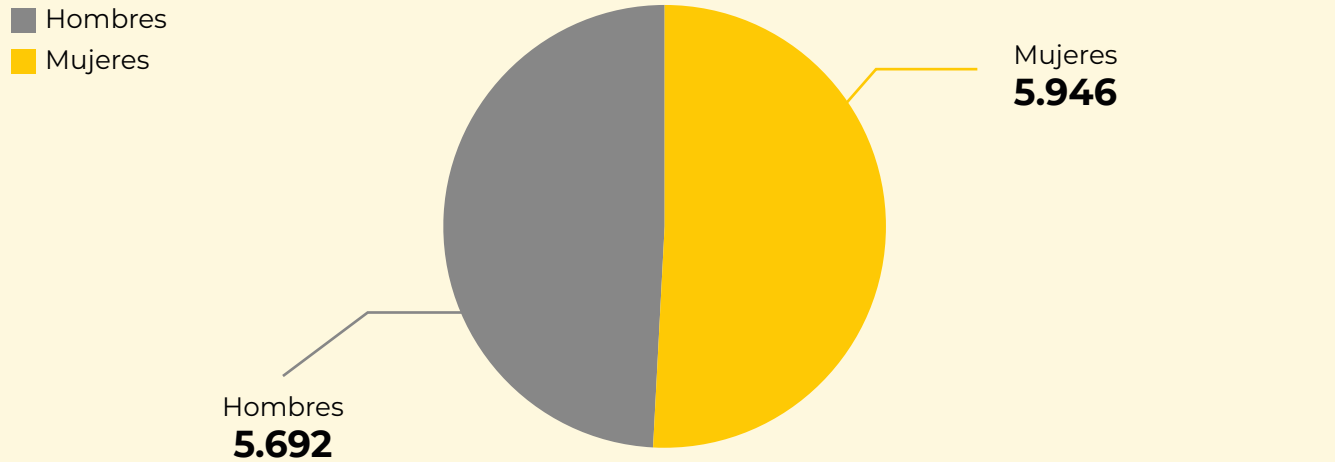


POR GÉNERO

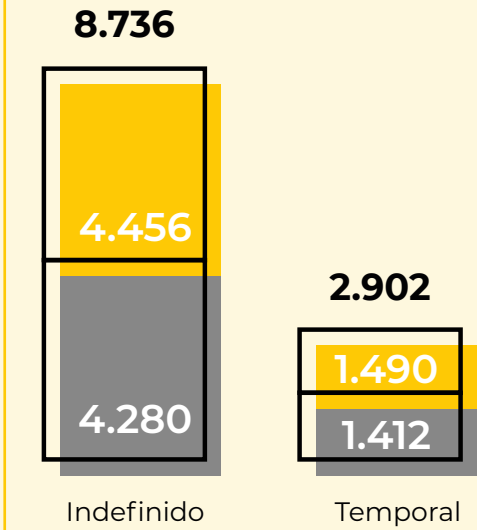
ALTAS	HOMBRE	MUJER	TOTAL GENERAL
Región Suroeste	886	847	1.733
Región Sureste	549	470	1.019
Región Canarias Baleares	418	398	816
Región Cataluña	692	682	1.374
Región Centro	697	734	1.431
Región Levante	801	712	1.513
Región Noroeste	198	239	437
Región Norte	334	354	688
Servicios centrales y tienda online	60	62	122
TOTAL	4.635	4.498	9.133

BAJAS	HOMBRE	MUJER	TOTAL GENERAL
Región Suroeste	797	816	1.613
Región Sureste	504	424	928
Región Canarias Baleares	427	408	835
Región Cataluña	504	521	1.025
Región Centro	623	639	1.262
Región Levante	724	690	1.414
Región Noroeste	166	235	401
Región Norte	304	333	637
Servicios centrales y tienda online	29	36	65
TOTAL	4.078	4.102	8.180

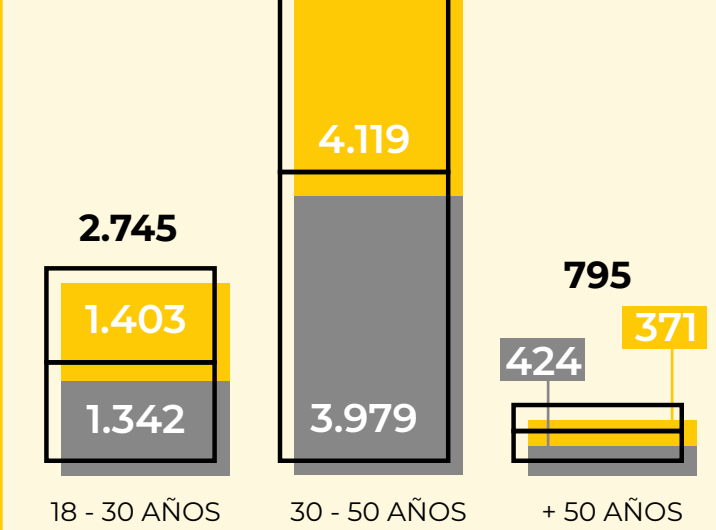
HOMBRES Y MUJERES CONSTRUIMOS EL FUTURO



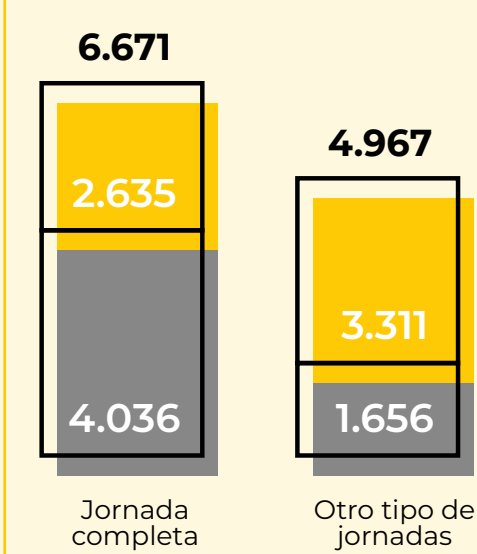
TIPO DE CONTRATO



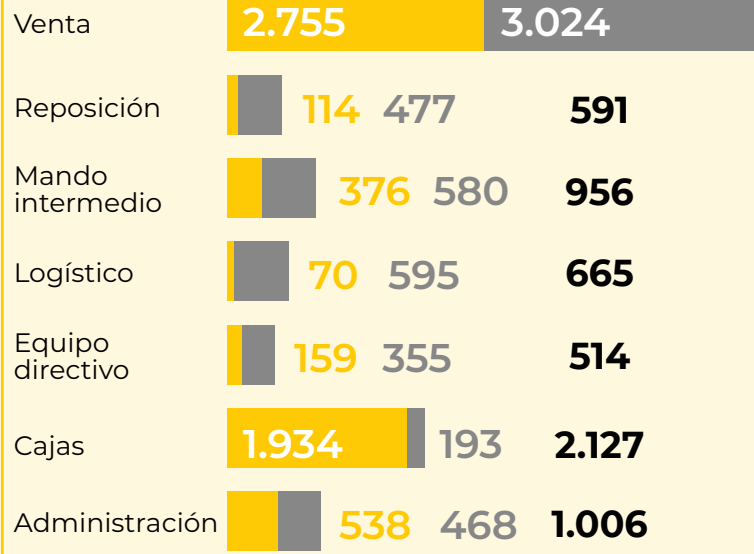
EDAD



TIPO DE JORNADA



COLECTIVOS

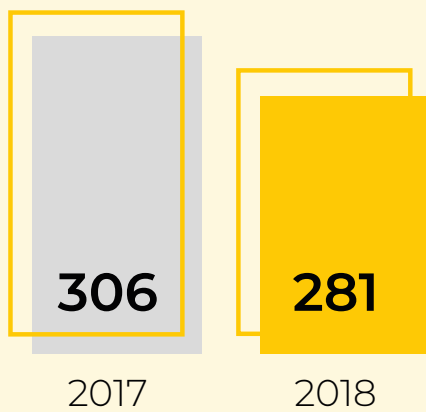


REPARTO PORCENTUAL POR EDADES, GÉNERO Y COLECTIVO

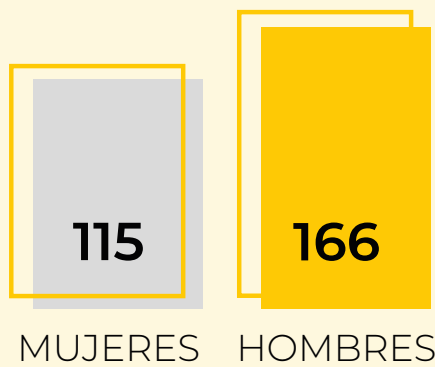
	18 - 30 AÑOS		30 - 50 AÑOS		+ 50 AÑOS	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Administración	7%	14%	79%	80%	14%	6%
Cajas	69%	32%	30%	62%	1%	6%
Equipo directivo	9%	13%	85%	84%	6%	4%
Logístico	25%	10%	70%	81%	5%	9%
Mando intermedio	18%	18%	77%	77%	5%	5%
Reposición	43%	11%	53%	71%	4%	18%
Venta	23%	22%	70%	70%	7%	8%
TOTAL	24%	24%	70%	69%	7%	7%

LA DISCAPACIDAD TAMBIÉN CUENTA

NÚMERO DE COLABORADORES CON DISCAPACIDAD EN PLANTILLA



COLABORADORES CON DISCAPACIDAD, POR GÉNERO



PLAN DE IGUALDAD

El Plan de Igualdad de Trato y Oportunidades 2012-2017, prorrogado para el año 2018, cuyo objetivo es alcanzar la igualdad mediante la promoción, el fortalecimiento y el desarrollo de la plena igualdad de trato y oportunidades de hombres y mujeres, así como integrar la perspectiva de género transversalmente en la empresa y especialmente en la gestión de RR. HH. (políticas de aprendizaje, desarrollo, selección, retribución y conciliación). Nuestro Propósito es avanzar en 2019 para lanzar el II Plan de Igualdad de Trato y Oportunidades.

**91%** Grado de implantación a cierre de 2018

(Tanto en 2017 como en 2018, se han implantado 98 de 108 medidas incluidas en el plan).

**29,4%** Mujeres directivas en 2018

EDAD	MUJER	HOMBRE	TOTAL GENERAL
DE 18 A 30	44,83%	55,17%	3,81%
DE 30 A 50	30,31%	69,69%	85,30%
MAS DE 50	16,87%	83,13%	10,89%
TOTAL GENERAL	29,40%	70,60%	100%

El plan actual cuenta con mecanismos para garantizar la igualdad de oportunidades en los procesos de selección, sesiones formativas y una guía de estilo para la comunicación inclusiva, así como medidas que ayudan a fomentar la conciliación.

RELACIONES LABORALES

Se trabaja un modelo de relaciones laborales basado en el permanente diálogo y la transparencia, que se articula a nivel nacional a través de las reuniones programadas con el Comité Intercentros cada 3 meses, así como a nivel local, a través de los Comités de Empresa y/o Delegados de Personal en cada tienda. En dichos foros se comparten datos sobre la evolución de la empresa a través del Balance Anual, la Cuenta de Resultados y la Memoria, así como los avances en nuestro modelo comercial y organizativo, la estrategia de aprendizaje y el plan de formación anual.

Este año se han suscrito 5 acuerdos que son la prueba del modelo de diálogo y consenso. Un acuerdo firmado con todos los sindicatos que ha permitido adaptarnos a evoluciones de la empresa, con la regulación de figuras estratégicas como el asesor PRO y el coordinador proyectos clientes, y cuatro acuer-

Desde diciembre de 2009 contamos con un Protocolo contra el acoso sexual y por razón de género.

dos, también firmados con la totalidad de los sindicatos, para dar soporte al proceso de convergencia de Leroy Merlin y AKI: el Protocolo Social de convergencia de los empleados de las tiendas de AKI integrados en Leroy Merlin; la prórroga de un año de las condiciones de trabajo para las Tiendas de Barrio, acuerdo sobre las condiciones de convergencia y extensión del Protocolo social para los trabajadores de la sede de AKI en Madrid, y finalmente, un acuerdo que regula el proceso de transición de la sede de Barcelona.

Asimismo, se han llevado a cabo 10 procesos electorales y en las plantillas de 8 tiendas se han realizado las adaptaciones necesarias para la aplicación de los cambios en el modelo logístico para garantizar la satisfacción cliente.

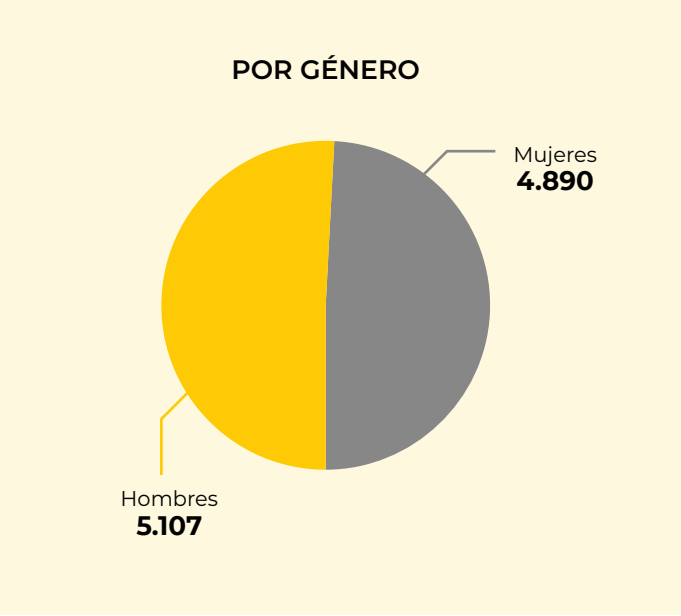
Nunca dejamos de formarnos

Nuestra compañía es evolución, adaptación y cambio. Su continua transformación para ofrecer una experiencia única al cliente, requiere de un esfuerzo sustancial en formación que se dirige a todos los colaboradores.



“Hablamos más de aprendizaje que de formación porque implica un papel más activo en la persona que recibe la formación. Implica calidad, saber qué ha cambiado en la persona una vez que la formación ha pasado por su vida. Para nosotros el aprendizaje es una pieza estratégica en la evolución hacia nuestros objetivos como compañía”.

Celia Cisneros  
Directora de Aprendizaje y Desarrollo del Talento Leroy Merlin España



Además de materias específicas relacionadas con sus áreas de trabajo, todos los colaboradores reciben formación en materia de igualdad, ética, prevención de riesgos y de responsabilidad penal de las personas jurídicas y modelos de cumplimiento.

**Responsabilidad penal:**  
1.648 participantes  
4.994 horas

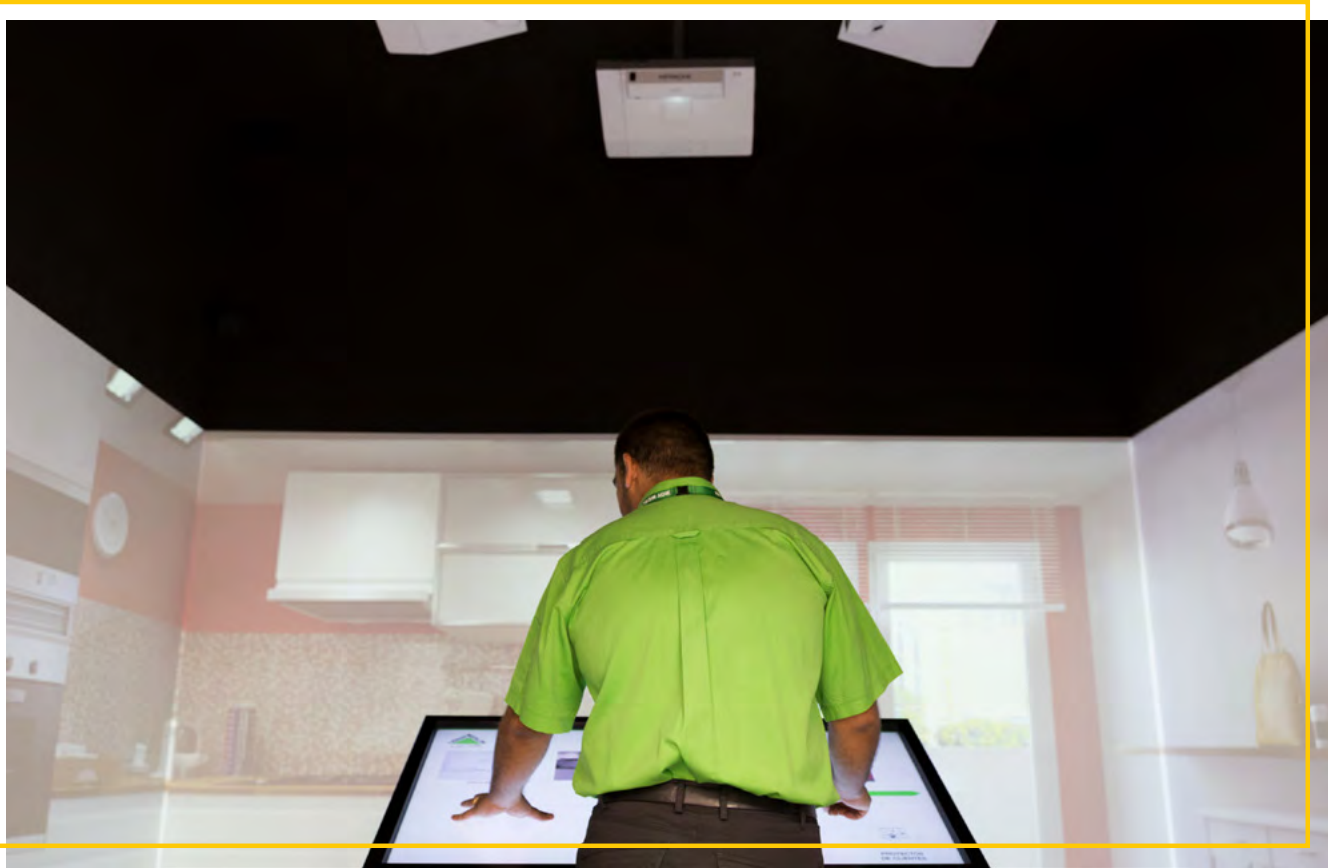
**Código ético:**  
4.887 participantes  
9.774 horas

**Plan de igualdad:**  
4.192 participantes  
404 horas

	PARTICIPANTES			HORAS		
	MUJER	HOMBRE	TOTAL	MUJER	HOMBRE	TOTAL
Mánagers	4.426	8.329	12.755	22.633	44.363	66.996
Venta	13.599	16.817	30.416	40.733	54.395	95.128
Cajas	6.121	639	6.760	14.098	1.640	15.738
Logística	510	3.687	4.197	1.313	10.233	11.546
Otros puestos	1.912	993	2.905	6.547	3.385	9.932
TOTAL	26.568	30.465	57.033	85.324	114.016	199.340

**CAPACITACIÓN DIGITAL:**  
En 2018 hemos desarrollado los “Talleres Prácticos Digital Talent”, cocreados y contruidos a medida por expertos internos que los han desplegado en las tiendas, a todos los equipos, en talleres de una hora. Se han realizado un total de 5.660 horas y han asistido 5.660 participantes.

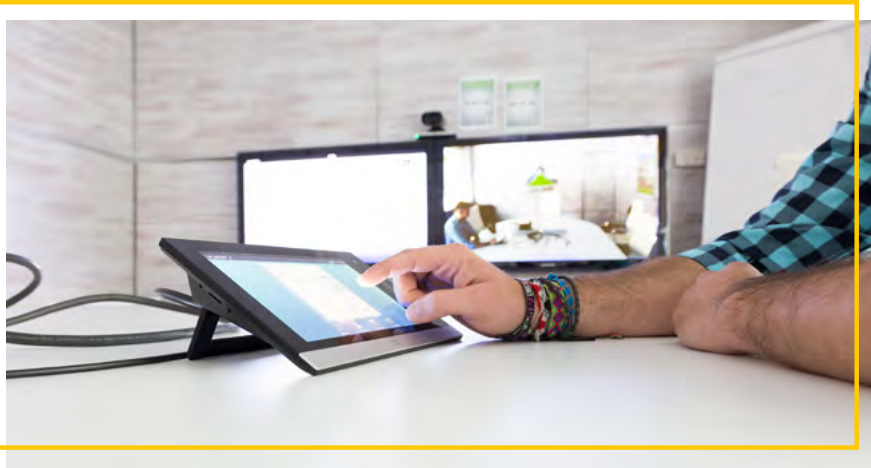
ACELERACIÓN DIGITAL



Queremos que cada uno de nuestros colaboradores sea actor y acelerador del entorno omnicanal, tanto para las relaciones internas como en la relación con el cliente. El programa “Conectados con 2020”, lanzado en 2017, proporciona a los colaboradores herramientas y rutinas para redibujar sus relaciones en este nuevo entorno, con contenidos de actualidad en LME.net y Younity sobre los proyectos de transformación y el día a día de la compañía.

De este modo, cada colaborador puede conocer lo que está pasando y lo que va a pasar y entender cómo afecta a los elementos y grupos de su entorno. El modelo de relaciones se vuelve también omnicanal y promueve la cultura de cocreación, colaboración y conversación.

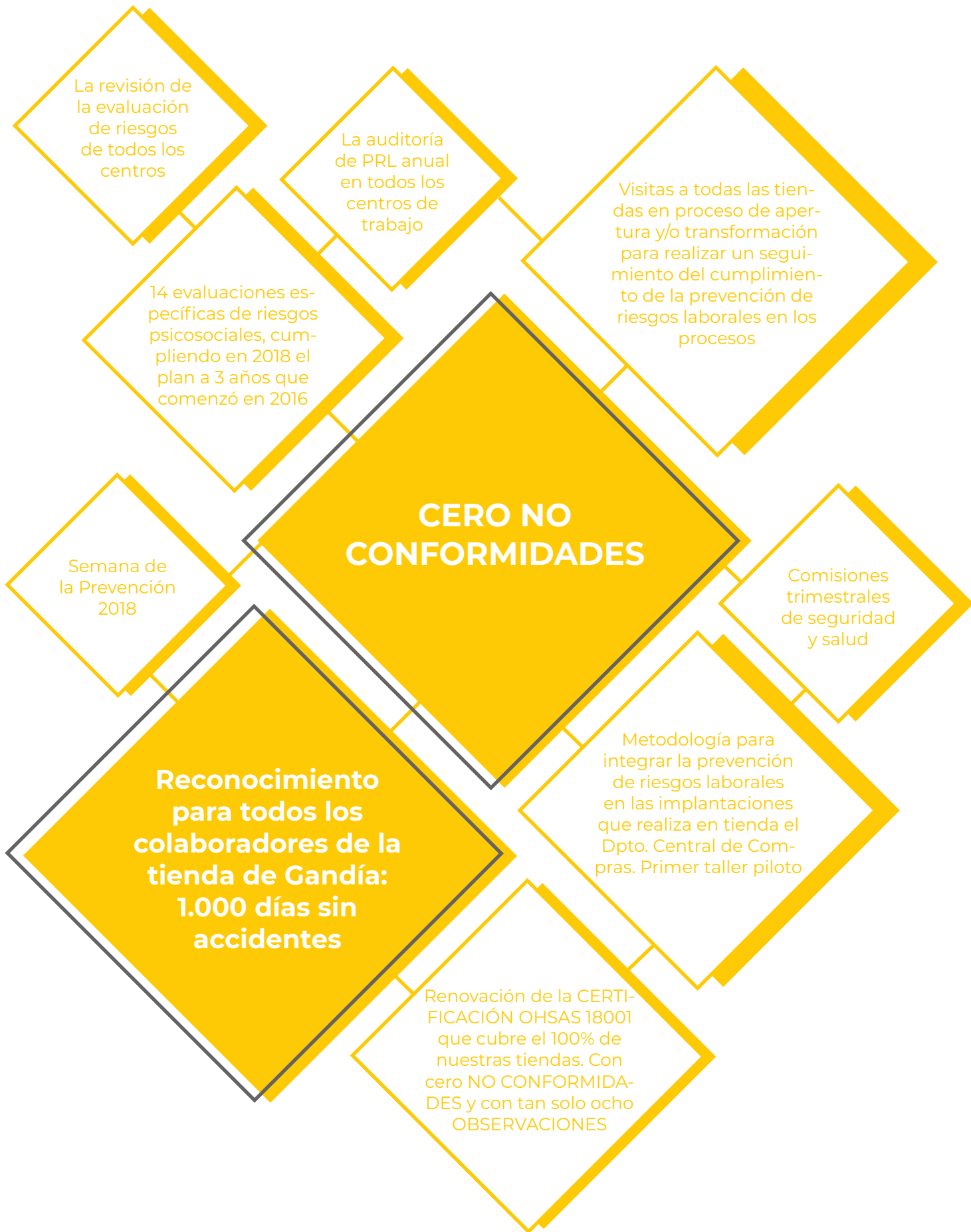
Tras documentar y ordenar los principales proyectos de transformación digital de la compañía y comunicarlos vía informativo mensual en 2017, en 2018 aceleramos la adopción de la transformación digital evolucionando a Aceleración Digital: Conectados 2020. Unos programas informativos que buscan la interiorización de los principales temas transversales que tienen relación con la transformación digital de la compañía: la comunicación interna con el ecosistema de comunicación interno y el dato. Así, surgen dos bloques de contenidos informativos que incluyen formación en cada temática y que tienen por objetivo alinear al 100% de los colaboradores en torno al uso de las herramientas de comunicación interna como forma de alineamiento y la evolución del dato, el *business intelligence* y la inteligencia artificial.



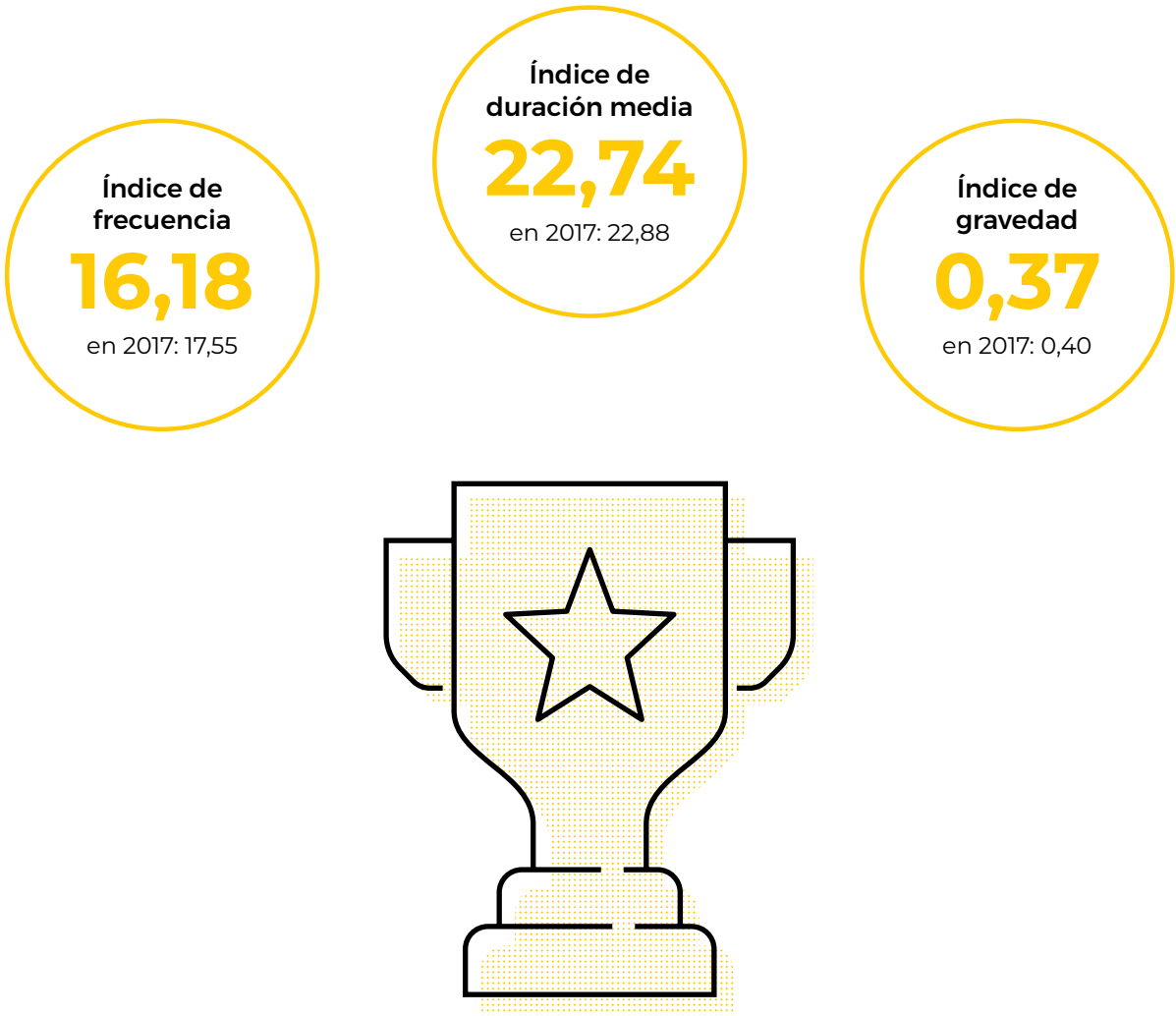


EMPRESA SALUDABLE

Para Leroy Merlin, un entorno de trabajo seguro y saludable tiene una importancia estratégica. El esfuerzo realizado pone de manifiesto que contamos con un sistema integral de gestión de la prevención de riesgos laborales, correctamente implantado y conforme a los más exigentes estándares internacionales. Conscientes de la necesidad de seguir mejorando, en 2018 hemos llevado a cabo:



Principales indicadores de seguridad y salud 2018\*



LOS MEJORES RESULTADOS DE ACCIDENTABILIDAD DE NUESTRA HISTORIA

	2018	2017
Índice de siniestralidad laboral (sin itínere) (*)	2,3	2,51
Absentismo	5,48%	5,09%
Días de absentismo por accidente de trabajo (n.º)	6.415	6.063
Número de accidentes de trabajo	266	263

(\*) Utilizamos como referencia el Índice de Incidencia exigido por la autoridad laboral según el CNAE de la empresa: 2,42.  
ÍNDICE DE FRECUENCIA: número de accidentes con baja (sin incluir in itínere) por millón de horas trabajadas.  
ÍNDICE DE DURACIÓN MEDIA: división de las jornadas perdidas por el número de accidentes ocurridos.  
ÍNDICE DE GRAVEDAD: representa el número de jornadas perdidas por accidentes con baja (sin incluir in itínere) por cada mil horas trabajadas.

Hay muchos factores que nos motivan en el trabajo, que nos ayudan a sentirnos mejor y ser más productivos. Beneficios como salud, solidaridad o sentir que formamos parte de una organización excelente son aspectos clave.

## SEMANA NACIONAL DE LA PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

Cada año celebramos la Semana Nacional de la Prevención de Riesgos Laborales (PRL), con motivo del Día Mundial de la Seguridad y la Salud en el Trabajo. Todos los colaboradores han participado en formaciones, talleres y concursos relacionados con las líneas que trabajamos para impulsar la cultura preventiva: bienestar físico y emocional; promoción de la salud a través del fomento de la actividad física y alimentación saludable.



## E-HEALTH CHALLENGE

Deporte, salud, sostenibilidad, solidaridad y orgullo de pertenencia se unen en un nuevo concepto de competición dirigido a toda la plantilla. Sin importar el lugar donde se encuentren, todos pueden participar. E-Health Challenge es una olimpiada *online* interempresas donde se mide la energía (distancia acumulada en actividad física por los empleados) que genera cada empresa. Busca fomentar la actividad física en las organizaciones y contribuir a un beneficio social, solidario y sostenible con el medio ambiente.



Participamos en  
**3 modalidades**  
diferentes: *walking*,  
*running* y *cycling*

En 2018 participaron  
**77 empresas**  
de 32 países, 1.088 equipos y  
13.146 personas

Los participantes de Leroy Merlin  
quedamos clasificados en el  
tercer puesto, con  
**8.600 km**  
recorridos

En los próximos años nos planteamos dos retos ambiciosos, que buscan la mejora continua para conseguir que Leroy Merlin cumpla con los mejores estándares de bienestar, salud y prevención: adaptar nuestro sistema de gestión de la prevención de riesgos laborales a los nuevos conceptos de tienda tras la convergencia y migrar la certificación OHSAS 18001 a la nueva ISO 45001, antes de 2021.

7

# HOGAR SOSTENIBLE HOY Y EN EL FUTURO

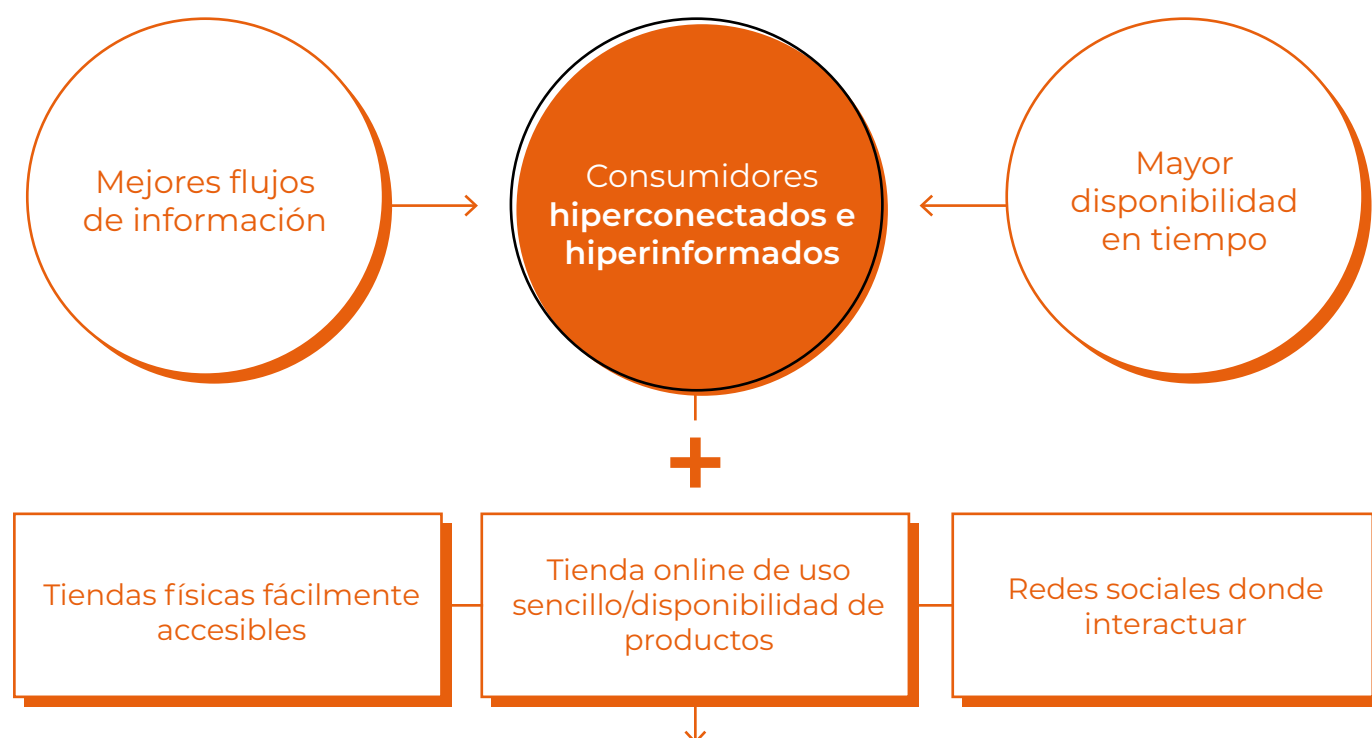




## 7.1. Productos, servicios y proyectos

### Integrar el cambio para centrarnos aún más en el cliente

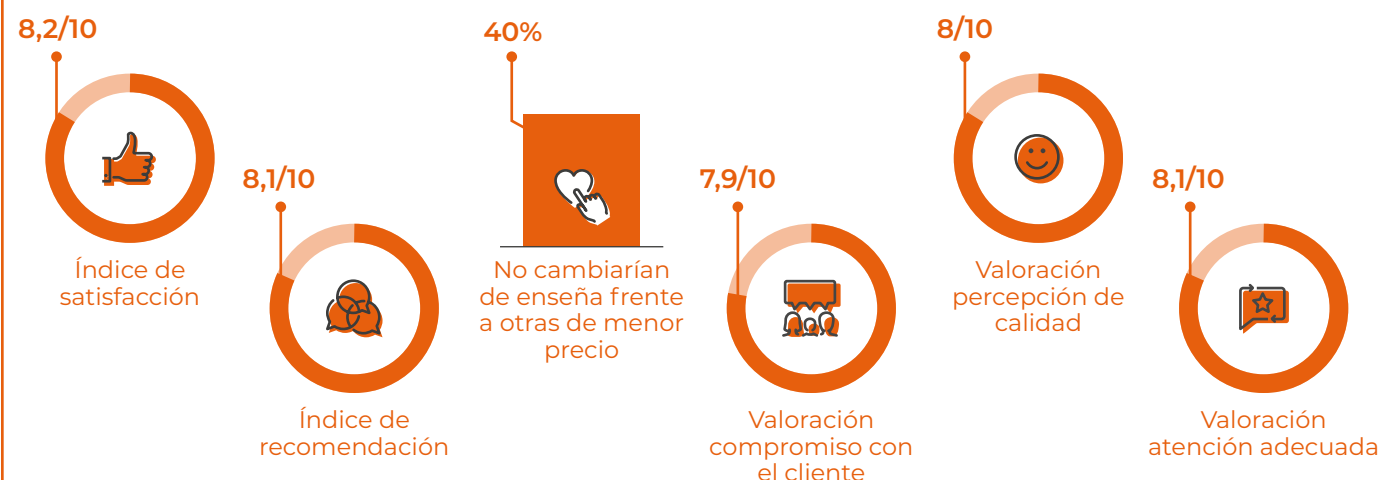
Ponemos al cliente en el centro de todas nuestras decisiones impulsando respuestas inmediatas y una disponibilidad total a través de cualquier canal, tanto físico como digital, para adaptarnos a sus necesidades.



### CONSUMIDORES SATISFECHOS

#### NUESTRAS BUENAS NOTAS\*

¿Qué opinan los consumidores de Leroy Merlin?



(\*) Fuente: Estudio Nielsen 2018. Base muestral 15.665 encuestados en tiendas.

Respecto a nuestro servicio de Relación Cliente Omnicanal, hemos realizado más de 24.500 encuestas a clientes con una valoración al asesor de un 8,2/10 y un índice de satisfacción del 19,38 (Índice Net Promoter Score).

Además, en 2018, hemos preparado el lanzamiento del proyecto de valoración de NPS que nos permitirá conocer la satisfacción cliente en torno a las tiendas físicas, permitiendo la toma de decisiones de forma autónoma y objetiva sobre áreas de mejora en la experiencia del usuario.



*“La Comunidad es un nexo más de unión con el cliente, nos permite llegar a un mayor número de personas, no limitándonos al trato con el habitante cercano, sino abriéndonos a un ámbito global. Además, nos permite recibir feedback mediante el cual compartimos nuestros conocimientos y aprendemos de las experiencias de los demás”.*

**Jorge González**

Asesor de Venta Herramientas y Animador Comunidad Leroy Merlin La Laguna



Hemos alcanzado los **128 millones** de visitas.



Nuestra venta *online* ha alcanzado los **47 millones de euros**, con una progresión del 21%, y un resultado de **1,3 millones de euros**.



Superamos las **110.000 referencias** publicadas en el sitio web, con 113.036 (+8%) en 2018.



El carrito medio ha visto aumentar su importe un **1,7%** a número de tiendas equivalente, llegando a un total de **60€**.



Hemos batido el récord de visitas a [leroymerlin.es](http://leroymerlin.es) en 6 ocasiones durante 2018. Los *smartphones*, con un **56%** del total de visitas, han sido los dispositivos más utilizados para navegar por nuestra web.



**5.500.539 miembros** del Club Leroy Merlin.

2017	3.824.000
2018	5.500.539

Respecto a Club Empresas, hemos incrementado la captación, multiplicando los volúmenes de años anteriores, superando las 80.000 cuentas, alcanzando los **23,9 millones** de euros de cifra de ventas y una progresión de **+77,35%**.



Las **secciones** que reciben más visitas son Jardín – Decoración – Baños, principalmente muebles de lavabo y lámparas de techo. Dentro de la web, la parte de Productos es la que tiene más visitas, seguida del buscador y del acceso a la Comunidad.

De cara a los próximos años, continuaremos reforzando la transformación digital y afianzando el canal digital dentro de la compañía, con una cuota de mercado del 2,2% y con la ambición de llegar al 5%.



Se publicaron **17** campañas comerciales y **136** colecciones nuevas.



Nuestra venta *online* ha alcanzado los **47 millones de euros**, con una progresión del 21%, y un resultado de **1,3 millones de euros**.



Superamos las **110.000 referencias** publicadas en el sitio web, con 113.036 (+8%) en 2018.

## Cuidar los recursos naturales y fomentar el consumo responsable

En Leroy Merlin España trabajamos con el objetivo de impulsar la preservación del medio ambiente y, por eso, ofrecemos a nuestros consumidores soluciones sostenibles que les ayudan a dar vida a un hábitat mejor.

*“Las Eco Opciones nos ayudan a incorporar en nuestro día a día los principios éticos de sostenibilidad en los que creemos. Nos permiten pasar de las ideas a la acción”.*

**Cristina Monge**

Asesora ejecutiva de la Fundación ECODES

## NUESTRA GAMA DE ECO OPCIONES

Se trata de una gama de productos respetuosos con el medio ambiente, eficientes y saludables, validados por la Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES). Esta gama cuenta con certificaciones como FSC, PEFC o Madera Justa para los productos de madera, así como Ecolabel y Made In Green para otro tipo de productos.

En 2018 han supuesto el 19,11% de la cifra de ventas, alcanzando un importe de 415,6 millones de euros.

### Ofrecemos soluciones sostenibles



#### AHORRO DE AGUA

El agua es un bien escaso que hay que preservar. Al consumirla de manera responsable, además se reduce la factura.



#### AHORRO DE ENERGÍA

El consumo de energía produce emisiones contaminantes. Eligiendo aparatos eficientes, se contribuye a mantener un aire más limpio y se puede reducir la factura.



#### HOGAR SANO

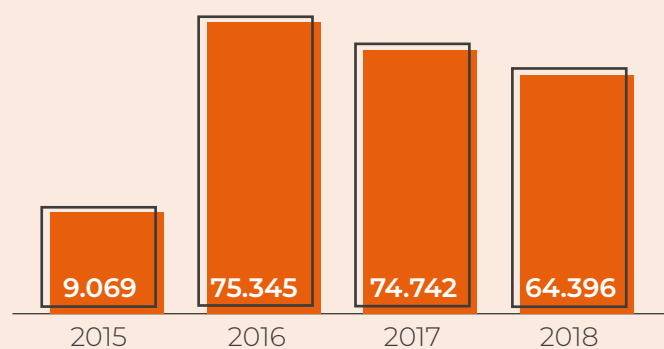
Hacer de tu casa un lugar más saludable, eligiendo productos que cuidan el aire, el agua y el jardín.



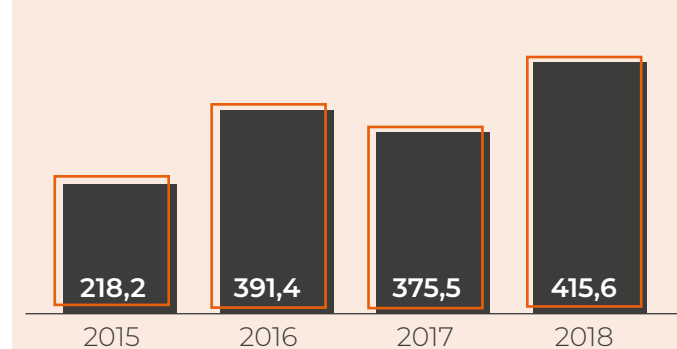
#### BOSQUE SOSTENIBLE

Los bosques son los pulmones del planeta y es importante cuidarlos. Eligiendo madera procedente de bosques gestionados de manera responsable, se ayuda a su conservación.

#### TOTAL REFERENCIAS



#### TOTAL VENTAS ECO OPCIONES (M€)



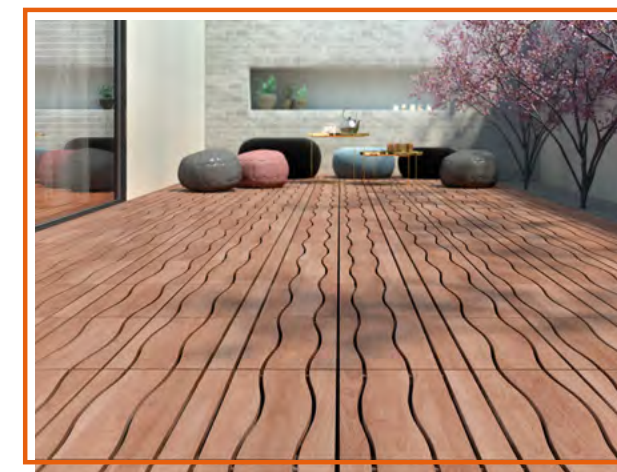
### CASA SOSTENIBLE:

El *microsite* "Casa sostenible" (<http://www.leroymerlin.es/ideas-y-consejos/eco-opciones/ecoopciones-home.html>) ofrece información adicional sobre la gama Eco Opciones (características, ventajas y consejos de uso). También pueden consultarse diferentes guías temáticas sobre ahorro de agua, ahorro de energía, hogar sano y bosque sostenible que buscan ayudar a todos los interesados a construir entornos donde vivir mejor.

## MADERA CERTIFICADA



Apostar por el desarrollo de productos cada vez más sostenibles implica también fomentar formas de producción más responsables con el medio ambiente y la sociedad.



En particular, tenemos el compromiso de que en 2020 el 100% de la madera de nuestros productos provenga de bosques certificados. Para lograrlo, estamos trabajando con nuestros proveedores y, en el año 2019, vamos a definir una nueva Política de Compras Responsable de Productos de Madera en colaboración con nuestros grupos de interés.

Un bosque certificado es aquel cuya gestión asegura la salud y productividad a largo plazo del ecosistema para la producción de madera, resina, corteza, corcho, esencias y otros productos forestales. También es el hábitat para la biodiversidad que ofrece valores ambientales, como son la conservación de los suelos, la regulación de los ciclos hidrológicos, la riqueza paisajística, la estabilización climática y fijación de CO<sub>2</sub>. Además, promueve la conservación y mejora de las condiciones socioeconómicas y culturales del entorno rural y contribuye a la lucha contra el cambio climático debido a su capacidad para absorber y fijar CO<sub>2</sub>.

**La madera certificada se puede identificar en nuestras tiendas mediante las siguientes etiquetas:**



El 68% de nuestros productos que contienen madera cuenta con alguna de estas certificaciones. Nuestros equipos de ventas reciben formación específica sobre madera certificada.

En concreto, en Leroy Merlin contamos con una gama de productos de acondicionamiento de jardín que busca ayudar a las comunidades forestales de Guatemala a salir de la pobreza mediante un modelo basado en la explotación sostenible de sus bosques y los principios del Comercio Justo. El proyecto

se desarrolla con la ONG COPADE y se inició con la colaboración de la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECID) y el Instituto Europeo de Design de Madrid (IED). Esta gama está fabricada por comunidades forestales ubicadas en la Reserva de la Biosfera Maya de Petén (Guatemala) y fue diseñada por los alumnos del IED.

*“El cliente cada vez valora más que los productos sean sostenibles. La gama de Madera Justa impulsa los valores del consumo responsable: calidad, protección del medio ambiente y comercio justo, con los que me siento totalmente identificada. Cuando explico a los clientes todo el proyecto Madera Justa, se implican y se quedan muy satisfechos de poder participar con su compra en estas iniciativas”.*

**Yurena Ramos**

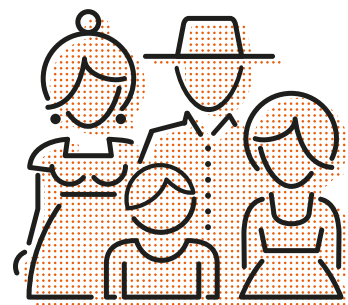
Asesora de Venta Jardín, Leroy Merlin Telde





Leroy Merlin comercializa estos productos de acondicionamiento de jardín fabricados en condiciones de comercio justo y que cuentan con las certificaciones forestales FSC y Madera Justa.

**Este proyecto permite generar valor para todos:**



# 1.244 FAMILIAS

pertenecientes a 9 comunidades forestales son beneficiarias directas de este proyecto

## Comunidades forestales de Petén

Mejoran sus ingresos.

Reciben formación, asesoramiento, equipamiento y acceso al mercado.

## Sociedad

Apuesta por un consumo responsable y consciente.

## Medio ambiente

Conservación de la Reserva de la Biosfera Maya: 450.000 hectáreas de bosque tropical primario de especial interés biológico y para la diversidad de especies que en ella habitan.

## Leroy Merlin

Ofrece a los consumidores productos exclusivos con condiciones ambientales y sociales determinadas, reforzando el compromiso de la compañía con el consumo responsable.

**Nuestro objetivo es que estos productos alcancen 1 millón de euros de ventas en 2021**

## COLABORAMOS PARA RECUPERAR NUESTROS BOSQUES:

En 2018, Leroy Merlin, junto con otras 51 entidades, firmó un acuerdo para promover la recuperación del pino en Galicia. El “Plan integral de dinamización y recuperación de montes de coníferas y de promoción del consumo de la madera de Galicia” tiene como objetivo promover la producción de madera de calidad, fijar unos precios mínimos de referencia e impulsar la mejora genética de las coníferas. El objetivo es conseguir un monte multifuncional, con biodiversidad y equilibrio, en el que convivan las distintas especies, alcanzando un desarrollo sostenible.

## HOGARES MÁS SANOS, PINTURAS MÁS ECOLÓGICAS

Uno de los principales factores de contaminación dentro de los hogares son los compuestos orgánicos volátiles (COV), sustancias químicas nocivas que pueden ser liberadas por distintos productos domésticos como la pintura o los artículos de limpieza.

Desde Leroy Merlin buscamos mejorar las condiciones del aire de los hogares y, por eso, trabajamos para ofrecer pinturas más sostenibles. Esto se puede observar por ejemplo en nuestras pinturas con etiqueta EcoLabel, que garantiza, entre otros, un porcentaje de COV inferior al 2%.

Además, buscamos reducir el empleo de disolventes, sustituyéndolos por productos menos contaminantes, pero con la misma calidad y vida útil. En esta línea contamos con soluciones de pintura con base agua para cualquier tipo de soporte (desde paredes hasta metal), que son más respetuosas con el medio ambiente y no emiten olor.

Todos estos aspectos, que contribuyen a un hogar más sano y sostenible, se recogen bajo la categoría de Eco Opciones. En España, en 2018, el 22% de nuestras soluciones de pintura son Eco Opciones, de las que hemos vendido más de 3 millones de unidades.



*“Queremos cambiar y mejorar los entornos de nuestros clientes. Lideramos con nuestros proveedores el uso de plásticos reciclados en nuestros envases de pintura y desarrollamos con nuestros fabricantes soluciones de pintura que reduzcan la emisión de partículas a la atmósfera y mejoren la calidad del aire”.*

**Eduardo Nussio**

Director de Mercado Materiales y Pintura, Leroy Merlin España

## ESCAPARATE #PORELCLIMA

Sabemos que los españoles, cada vez más, se interesan por consumir productos y servicios sostenibles. Aunque no siempre es fácil para los consumidores identificar qué productos se adaptan a sus demandas responsables.

Leroy Merlin ha sido una de las principales empresas impulsoras del escaparate [www.porelclima.com](http://www.porelclima.com), liderado por la fundación ECODES. Se presentó en el mes de abril y reúne productos y servicios responsables para facilitar su localización a quienes se interesen por ellos. La iniciativa se ha desarrollado

en el marco de la Comunidad #PorElClima, un conjunto de empresas que nos hemos movilizado para promover hábitos sostenibles entre los ciudadanos. En el Escaparate #PorElClima se recogen bienes de gran consumo y servicios cuya utilización puede suponer un cambio sustancial en nuestro impacto sobre el planeta; se presentan divididos en trece sectores, con criterios de comparación para ayudar a los visitantes del escaparate a tomar su decisión. La propia web los redirige, si lo desean, a los espacios de comercio electrónico de las compañías correspondientes.





## 7.2. Cada vez más cerca del consumidor

*“El año 2018 ha supuesto un gran avance para mejorar la cercanía de nuestra marca a un mayor número de habitantes. Hemos desarrollado con éxito dos nuevos e innovadores formatos de tienda (URBAN y COMPACT) y hemos seguido mejorando la experiencia en nuestras tiendas habituales. Nuestra ambición es seguir garantizando la hiperdisponibilidad de productos y servicios para la mejora del hábitat, así como conectar a personas apasionadas por su hogar, bien con nuestros expertos asesores o entre ellos, con las comunidades físicas y digitales. Todo ello con el objetivo de mejorar la experiencia y la satisfacción, generando nuevos entornos de relación y contacto para estar más cerca cada día cuando nos necesitan, aportando valor de manera genuina”.*

**Miguel Madrigal**

Director de Marketing Leroy Merlin España

### Un nuevo modelo multiformato que nos consolida como cómplices del cliente

En 2018, Leroy Merlin y AKI anunciaron su unión bajo una única estructura empresarial, posibilitando un modelo multiformato enfocado al cliente. Las nuevas denominaciones Leroy Merlin URBAN, Leroy Merlin COMPACT y Leroy Merlin PROJECT extrapolan la identidad de la gran superficie de Leroy Merlin a tiendas de menor extensión, complementando nuestro formato característico de gran superficie.



#### LEROY MERLIN

Tiendas de grandes dimensiones, de aproximadamente 11.000 m<sup>2</sup> en función de cada emplazamiento. Siguen siendo el referente y la esencia de la marca, donde residen sus valores de amplia oferta, asesoramiento personalizado e inspiración para el hogar.



#### LEROY MERLIN COMPACT

Tiendas de entre 2.000 y 4.000 m<sup>2</sup>, con una selección de productos que hacen la compra más cómoda, así como un servicio personalizado para concretar ideas y proyectos sobre el hogar.



#### LEROY MERLIN URBAN

Tiendas en torno a los 2.000 m<sup>2</sup> para primar la cercanía que aporta ubicarse en pleno centro de la ciudad. URBAN es un concepto muy enfocado en la experiencia de cliente, con zonas de exposición e interacción con herramientas digitales que convierten la tienda en un espacio de inspiración sobre el hogar, donde también poder adquirir productos de las habituales secciones de Leroy Merlin.



#### LEROY MERLIN PROJECT

Tiendas especializadas en los principales proyectos de acondicionamiento que se pueden desarrollar en cualquier hogar, con una superficie inferior a los 2.000 m<sup>2</sup>.

Comenzamos esta convergencia con la transformación de las tres tiendas AKI de Colmenar Viejo, Talavera de la Reina y Figueras en Leroy Merlin COMPACT, para abrir posteriormente la nueva tienda en Aranjuez también bajo este concepto. La progresión de la cifra de ventas de nuestras tres primeras tiendas COMPACT transformadas, Colmenar, Talavera y Figueras, ha sido del +44,8% al finalizar 2018.

Asimismo, en 2018 se hizo realidad la filosofía URBAN con la inauguración de dos nuevas tiendas en el centro de Madrid y de Barcelona. Este nuevo concepto crea espacios modernos y confortables, con zonas de experiencia para el cliente y en los que destacan la personalización y el asesoramiento en proyectos a medida, contando también con colecciones exclusivas.

### FILOSOFÍA LEROY MERLIN URBAN

Talleres y demostraciones

Pantallas táctiles y monitores para la consulta de la gama de productos

Personalización y asesoramiento en proyectos a medida

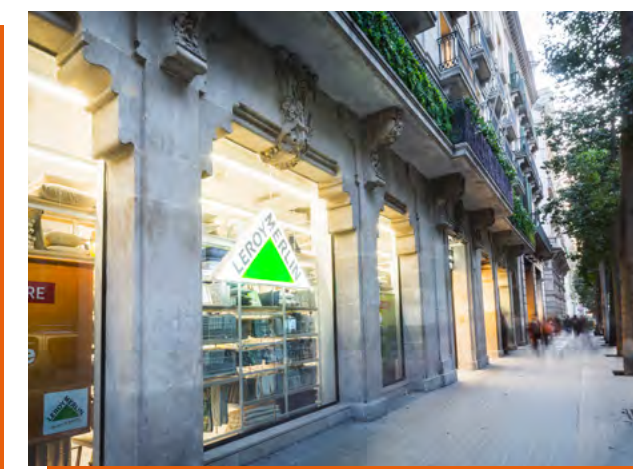
Punto de recogida de productos adquiridos a través de la tienda online

En pleno centro de la ciudad

Una amplia gama disponible

Un espacio moderno y confortable

Zonas de experiencia para el cliente



En 2018, fruto de nuestra apuesta por ser cada vez más útiles a los clientes, hemos ampliado nuestro departamento de servicios. Esto nos permite especializarnos y trabajar las diferentes tipologías de clientes, centrándonos en sus necesidades y particularidades. Este contacto más personalizado nos abre la opción de proponer más servicios centrados en la aportación de valor para cada colectivo.



En todas las tiendas, los clientes de Leroy Merlin pueden encontrar nuestros servicios especializados de instalación llave en mano:

#### SERVICIOS B2B

Organización especializada  
Acondicionamiento de hoteles  
Edificios comerciales

#### SERVICIOS PRO

Atención profesional a clientes del sector interiorismo y reforma  
Servicio global de asesoramiento y acompañamiento al cliente en todas las fases de las obras

#### SERVICIOS CLIENTE

Instaladores homologados  
Coordinador de proyecto en tienda

### RESULTADOS 2018

**385M€**

PEDIDO CLIENTE  
**+14%** vs. 2017

**73M€**

FINANCIACIÓN  
**+6%** vs. 2017

**272M€**

TRANSPORTE  
**+36%** vs. 2017

**224M€**

INSTALACIONES  
**+15%** vs. 2017

Además, independientemente del formato de tienda, en todas ellas se dispone de acceso bajo pedido al catálogo completo de Leroy Merlin, acompañando a los consumidores a través de una experiencia omnicanal única con más de **333.750** referencias disponibles.

#### Acompañando al consumidor en momentos especiales

Mediante fórmulas innovadoras que nos permiten estar junto a nuestros consumidores, les ofrecemos ideas para seguir aprendiendo y hacer aún más especiales los momentos importantes del año.

#### TIENDAS EFÍMERAS

En la época navideña pusimos en marcha el concepto de tiendas temporales o efímeras, que acercan nuestros productos a lugares concurridos donde no contamos con una tienda permanente. Abrimos un espacio de 250m<sup>2</sup> en el centro comercial El Saler, frente a la Ciudad de las Artes y las Ciencias de Valencia. Además de estar representadas las tres tendencias decorativas propuestas por Leroy Merlin para las fiestas de este año (Nature, Xmas y Winter), el espacio contó con productos para decorar e iluminar toda la casa. Asimismo, se organizaron algunos talleres de temática navideña abiertos a todo el público y asesorados por profesionales de la compañía.



## LA NOCHE DE LOS TALLERES

En 2018, Leroy Merlin reeditó “La noche de los talleres”, una noche de verano con divertidos talleres realizados desde las tiendas de forma simultánea. Más de 8.000 personas pasaron un buen rato en familia aprendiendo y haciendo proyectos DIY. Una noche de verano especial en la que la imaginación y el ingenio combatieron el calor gracias a las manualidades y la satisfacción de hacer las cosas por uno mismo con el impulso de Leroy Merlin.



554 TALLERES EN TODA ESPAÑA



7.912 INSCRITOS

54 TIENDAS

## CASATERAPIA



*Casaterapia* es el nombre de nuestro programa de reformas, que se emitió en verano de 2018 en el canal de televisión DKiss, basado en casos reales de personas que han transformado sus hogares con el fin de superar sus problemas, mejorar su vida y ser más felices. Todos los capítulos están disponibles en nuestro canal de YouTube.

El programa pretende demostrar que uno puede realmente mejorar su vida cambiando su hogar y que, gracias a la colaboración, se puede construir un entorno mucho mejor para todos, potenciando la creatividad, venciendo los miedos y mejorando la autoestima.

Para poner en práctica esta nueva filosofía, los participantes del programa contaron con la ayuda de la coach experta Yohana Alonso y de la presentadora y colaboradora de LME Rocío Puertas.

*“Participar en Casaterapia fue una gran satisfacción profesional, pero sobre todo personal. Poder ayudar junto con mis compañeros a cambiar la visión de la vida de otras personas, y contribuir a poder dejar una 'pequeña huella' de motivación en el día a día de nuestro protagonista con el cambio que hicimos, es la mayor recompensa que se puede obtener en un trabajo, en la vida y en la relación con las personas. Por ello, al final siento que al volver del trabajo debes sentir satisfacción y también debes tener la convicción de que el mundo necesita del trabajo que realizas. Pues ese es exactamente el sentimiento que tengo desde entonces. Esta tipología de vivencias es lo que impulsa que desees volver a crear cada día una emoción y una experiencia especial y estimulante, para compartir con nuestros habitantes”.*

Mónica Díaz

Controladora de Gestión Leroy Merlin Leganés



## NUESTRO LIBRO DEL BRICOLAJE



Con la publicación en noviembre del libro *Bricolaje en casa, paso a paso* hemos querido acercarnos a todos aquellos que no se atreven a intentar su propia reforma y también a los que siempre tienen ganas de aprender. Las 340 páginas del libro, acompañadas de 5.675 fotografías, incluyen 123 proyectos donde se pueden encontrar consejos paso a paso y trucos sobre pintura, albañilería, fontanería, electricidad, climatización, domótica y trabajos de exterior. Además, cada capítulo incluye todos los materiales y herramientas necesarios para llevarlos a cabo con éxito. En la elaboración del contenido han participado colaboradores de todas las secciones, aportando su experiencia y conocimiento. Además, hemos contado con el apoyo de los proveedores, que han aportado su experiencia de producto en temas puntuales.

Además, por cada libro vendido donamos 1 euro a la Fundación RAIS, que trabaja desde 1998 para que ninguna persona viva en la calle. A 31 de diciembre se habían vendido 1.048 ejemplares.

### Tiendas accesibles para todos

Trabajamos de la mano de ILUNION Tecnología y Accesibilidad, una entidad perteneciente al grupo social ONCE, para que nuestras tiendas sean más inclusivas y así poder facilitar y mejorar la experiencia cliente de todas las personas. Iniciamos la colaboración elaborando una *Guía de accesibilidad* en la que se recogen todos los criterios de accesibilidad necesarios para servir de herramienta de consulta, orientación y apoyo a los equipos técnicos encargados del proyecto de construcción y diseño de las nuevas tiendas Leroy Merlin. Además de parámetros de obligado cumplimiento, el documento incluye una serie de especificaciones técnicas, pautas y recomendaciones basadas en criterios de buenas prácticas de accesibilidad universal. La integración de elementos de accesibilidad comenzó en 2016 en la tienda Leroy Merlin Barajas. En 2018, 4 tiendas han incorporado estos principios: Sagunto, Lliça d'Amunt, Castellón y Almería. Los colaboradores de estas tiendas han recibido formación especializada en atención a clientes con discapacidad.



## ¿En qué consiste la accesibilidad?

### ENTORNO COMERCIAL

Anchura suficiente



Exterior de la tienda (parking y accesos)

Dispositivos seguros y homologados



Accesos a la instalación

Elementos arquitectónicos adecuados



Circulación interior

Planificación y seguridad apta para todos



Escaleras



Rampas



Ascensores



Elementos de compra



Zona de cajas



Zonas de atención al público



Aseos



Gestión de emergencias

### ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN Y SEÑALIZACIÓN



Señalización sobre accesibilidad



Información y comunicación visual accesible



Información y comunicación auditiva



Información y comunicación táctil





# MEDIO AMBIENTE



## 8.1. Política de medio ambiente

En el mes de diciembre iniciamos el proceso participativo para crear nuestra política de medio ambiente, que entrará en vigor en 2019. Su objetivo es reflejar nuestros principios de actuación para el fomento de la protección y respeto del medio ambiente, así como la minimización de nuestro impacto sobre el entorno.

Para su elaboración estamos llevando a cabo un análisis detallado en el que participan diferentes áreas de la compañía, en un proceso colaborativo y transversal que nos permitirá identificar los impactos, los objetivos establecidos, las acciones en marcha, las oportunidades y las percepciones existentes sobre cada aspecto ambiental vinculado a nuestra actividad. La primera etapa de este proceso nos ha permitido identificar como relevantes los siguientes aspectos:



### EJES ESTRATÉGICOS DE LA POLÍTICA AMBIENTAL DE LEROY MERLIN

- Cumplimiento riguroso de la legislación ambiental
- Impulso de nuestro compromiso ambiental desde nuestros centros
- Lucha contra el cambio climático
- Promoción de hábitos de economía circular
- Fomento de una logística sostenible
- Protección de la biodiversidad y los ecosistemas
- Reducción del impacto sobre los recursos hídricos
- Cadena de suministro responsable
- Compromiso con nuestros clientes
- Involucración de nuestros colaboradores
- Comunicación y transparencia de nuestro desempeño

## 8.2. Sensibilización y consumo responsable



En Leroy Merlin queremos liderar la apuesta por la sostenibilidad desde sus raíces, la educación de los más jóvenes. Empezar por ahí nos ayuda a construir un futuro para todos. Nuestras actuaciones de sensibilización ambiental e impulso del consumo responsable tratan de llegar a todos los públicos para favorecer hábitos más sostenibles. Con una sociedad más informada y concienciada, promovemos una toma de decisiones responsable respecto al uso de los recursos. Con esto contribuimos al Objetivo de Desarrollo Sostenible 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

### 8.2.1. Programa de educación ambiental "Hazlo Verde"

"Hazlo Verde" es nuestro programa de educación ambiental dirigido a alumnos de 2º y 3º ciclo de primaria, con el que compartimos e impulsamos nuestro compromiso con el cuidado del medio ambiente con los más pequeños y sus familias.

**El proyecto se basa en dos grandes ejes:**

#### Talleres de sostenibilidad impartidos en colegios por colaboradores voluntarios

Los talleres "Hazlo Verde" proporcionan a los niños conocimientos que les permiten convertirse en embajadores ambientales en el ámbito de su familia, amigos, etc. Para este fin, contamos con 898 colaboradores formados en habilidades de comunicación que comparten con los alumnos nuestros valores y hábitos en el ahorro de agua y energía y el reciclaje.

#### Concurso escolar "Hazlo Verde"

Permite a los alumnos aprender, actuar y disfrutar convirtiéndose en los verdaderos protagonistas de la mejora ambiental de su entorno. El concurso pretende potenciar el desarrollo de la reflexión y los procesos de interiorización de valores, de acuerdo con la mecánica siguiente: cada grupo-aula presenta un trabajo con propuestas para crear un hábitat mejor. Se trata de una actividad que se desarrolla dentro y fuera del aula, donde se combina el servicio a la comunidad con el aprendizaje curricular: frente a una necesidad social y local que han detectado, los alumnos emprenden un servicio a su comunidad consolidando en la práctica los conocimientos, las actitudes y las habilidades desarrolladas en el aula y focalizando el aprendizaje hacia el bien común.

### Resultados 2ª edición 74 tiendas participantes

#### TALLERES DE SOSTENIBILIDAD

N.º de alumnos **10.209**  
 N.º de aulas **640**  
 N.º de colegios **164**  
 N.º de colaboradores voluntarios **898**

#### CONCURSO "HAZLO VERDE"

N.º de alumnos **129.984**  
 Alcance indirecto de personas **389.952**  
 N.º de centros educativos **963**  
 N.º de profesores **1.076**  
 Proyectos presentados **257**



En la web [www.hazloverde.es](http://www.hazloverde.es), profesores, alumnos y cualquier persona interesada puede acceder libremente a todos los materiales –unidades didácticas desarrolladas por pedagogos– con los que aprender en el aula y en casa.

Este programa tiene un marcado carácter innovador al dar a los niños el poder de convertirse en prescriptores de comportamientos ambientales responsables que pueden extenderse al resto de la sociedad. Asimismo, emplea novedosas técnicas educativas (inteligencias múltiples, gamificación y trabajo en equipo) y un enfoque a la vez práctico, didáctico y lúdico.

"Hazlo Verde" se inicia con el curso escolar, por lo que en 2018 hemos cerrado su segunda edición y hemos iniciado la tercera.

### Concurso escolar Hazlo Verde. Ganadores 2ª edición – Curso escolar 2017-2018:



Con **257 proyectos participantes**, los dos ganadores de esta edición fueron los alumnos de 3º de Primaria del colegio de Ntra. Sra. de la Concepción de Navalcarnero (Madrid), quienes desarrollaron recursos escolares con materiales reciclados, y los alumnos de 6º de Primaria del colegio Buen Pastor de Sevilla, que impulsaron la concienciación sobre el reciclaje y crearon la aplicación móvil ReciclApp.

*"A nivel educativo, es fantástico que existan concursos como este, que permite a los alumnos trabajar de manera innovadora y diferente por completo, pudiendo salir de las aulas y documentándose de cosas que desconocían hasta el momento o que no llegaban a imaginar que podrían cambiar. Muchísimas gracias por hacernos a los profesores enseñar de manera diferente a los niños".*

**Mercedes Galán Astorga**

Profesora del Colegio Buen Pastor (Sevilla), ganador de la 2ª edición del concurso escolar Hazlo Verde en la categoría B

En el proceso de selección de los proyectos finalistas, participaron los Comités de Dirección de nuestras tiendas y, en la final nacional, un jurado formado por colaboradores de Leroy Merlin y entidades referentes de la sostenibilidad (COPADE, ECOEMBES, Forética, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y WWF). Los proyectos se valoraron en base a los siguientes criterios:

Hazlo sostenible	Hazlo con tus manos	Hazlo social	Hazlo creativo
donde se valoraron las soluciones realmente sostenibles.	que evaluó la capacidad de los alumnos de crear y trabajar con sus propias manos.	reconociendo aquellos proyectos que trascienden los límites del aula y busquen ayudar y/o involucrar a otras personas de su entorno.	donde se valoró la originalidad y creatividad a la hora de buscar soluciones sostenibles.

Como premio, los ganadores del concurso asistieron al Campus "Hazlo Verde" en la localidad de Rascafría (Madrid). Este campamento tiene como objetivo fomentar la realización personal de los más pequeños y promover la sostenibilidad desarrollando actividades *Do It Yourself* en plena naturaleza.

### Novedades 3ª edición – Curso escolar 2018-2019:

En la edición del curso 2018-2019 **hemos presentado una nueva página web**, nueva oferta de talleres, la creación de un blog y nuevos juegos y recursos didácticos y una nueva categoría en el concurso para proyectos internivel. Como novedad, en los trabajos propuestos, los alumnos deben presentar un proyecto de aprendizaje-servicio para crear un hábitat mejor en base a uno de los siete ODS relacionados con el medio ambiente.

## 8.2.2. Movimiento "Somos la Raíz"

El presente es de todos, pero el futuro es de los niños. Ellos son la raíz, el motor de cambio de la sociedad. De esta convicción y del programa Hazlo Verde, surge el movimiento "Somos la Raíz". Un movimiento impulsado por más de 200.000 niños y niñas de toda España con el objetivo de lograr que la sociedad adulta desarrolle actitudes sostenibles para la protección del medio ambiente.

Para lograrlo se creó el Manifiesto "Somos la Raíz" que recoge las propuestas del cuestionario lanzado a colegios de todo el país y a hijos de nuestros colaboradores para alcanzar el cumplimiento de cada uno de los ODS ambientales relacionados con: bosques, mares, cambio climático, consumo, ciudades, energía y agua.

*"Escuchar a los niños y niñas es una asignatura pendiente en nuestra sociedad; por eso, iniciativas como Somos la Raíz son tan importantes para visibilizar a la infancia y adolescencia como sujetos de derechos y activos de transformación social".*

**Lucía Losoviz Adani**

Responsable de Políticas Locales de Infancia y Participación en UNICEF Comité Español



[Accede al video "Somos la Raíz"](#)

Este movimiento cuenta con los Javis, reconocidos actores y directores de cine, como embajadores, y con las siguientes ONG y fundaciones como colaboradores: Aldeas Infantiles, Companies4Good, COPADE, Ecoembes, Fundación ECODES, Fundación Empresa y Clima, Fundación Global Nature, FSC, Fundación Vida Sostenible, Fundación Voluntariado y Estrategia, UNICEF y WWF.

El Manifiesto 'Somos la Raíz' fue presentado el 26 de abril de 2018 en el Real Jardín Botánico de Madrid por alumnos del colegio Nuestra Señora de la Concepción de Navalcarnero, en representación de todos los niños participantes.



El Manifiesto está disponible en la plataforma [Change.org](https://change.org) para que toda la sociedad pueda apoyarlo y conocerlo. En el mismo, se pide apoyo para que los niños puedan presentar su Manifiesto al Ministerio de Transición Ecológica. Ya se han alcanzado más de 28.000 firmas de apoyo al Manifiesto.

La web [www.somoslaraiz.es](http://www.somoslaraiz.es) recoge toda la información del Movimiento y el Manifiesto para darlo a conocer y llamar a la acción en favor del medio ambiente.



## 8.3. Economía circular

El modelo productivo dominante hoy en día es un modelo lineal, basado en procesar materias primas para fabricar productos que luego se desechan. Como respuesta ante este modelo insostenible aparece otra forma de hacer las cosas: la economía circular, que busca que los recursos y productos utilizados no acaben en el vertedero, sino que se puedan reparar, reutilizar o reaprovechar como materiales para fabricar otros nuevos... una filosofía cotidiana para los amantes del *Do It Yourself*.

Utilizando las herramientas y materiales de nuestras tiendas se puede dar una nueva vida a muchos objetos en desuso, además de hacer realidad las ideas más creativas. En nuestras tiendas, los consumidores encuentran soluciones para hacer más circulares sus hábitos de vida, para reparar, para crear, para alargar el uso de aparatos o enseres. Somos conscientes de la importancia de nuestra aportación para conformar este nuevo modelo de consumo responsable y estamos orgullosos de seguir desarrollando propuestas y consejos para un hábitat sostenible donde poder aprovechar todo lo bueno que ya tenemos.

Un modelo lineal de desarrollo económico y consumo de materias primas es insostenible para la economía, la sociedad y el medio ambiente. Los riesgos de una economía lineal no solo están asociados a una escasez de recursos, sino también a una generación de residuos creciente que contaminan ecosistemas terrestres y marinos. Con este punto de partida, la economía circular es una oportunidad sin precedentes para cambiar nuestro modelo de consumo, contribuir significativamente en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y lograr los objetivos de lucha contra el cambio climático del Acuerdo de París.

La economía circular tiene como objetivo mantener el máximo tiempo posible el valor de productos, materiales y recursos dentro del círculo productivo, todo ello a través de la puesta en marcha de iniciativas encaminadas a la minimización del consumo de recursos, el impulso de la durabilidad y de la reparabilidad de los productos y la promoción del uso de materiales reciclados.

propuesto como objetivo para 2019 desarrollar soluciones de pintura de interiores en envases de plástico reciclado.



### 8.3.1. Packaging sostenible

Con la ayuda de nuestros proveedores, promovemos el ecodiseño de envases y embalajes de los productos, minimizando su tamaño y/o peso, potenciando la utilización de materiales de embalaje que posean certificación ambiental y sean fácilmente separables, reciclables y, si es posible, de origen reciclado.

En Leroy Merlin España hemos asumido el compromiso de reducir al máximo el uso de plástico no reciclable en el *packaging* sustituyéndolo por papel, cartón y otros materiales fácilmente reciclables, siempre y cuando su sustitución implique beneficios medioambientales, así como la búsqueda de alternativas a las bolsas de plástico.

Un buen ejemplo de ello es que el 100% de las cajas que usamos para enviar los productos comprados en nuestra tienda online tienen un certificado de gestión forestal sostenible. También nos hemos

*“Es muy importante que nuestras cajas de e-commerce sean sostenibles y prácticas, por eso tienen un origen responsable, facilitan la devolución del producto y están diseñadas para tener una segunda vida: las solapas internas no se usan para el envío, por lo que una vez abiertas es posible reutilizarlas en el hogar”.*

**Fermín Baldanta**

Director Tienda online Leroy Merlin España

### ECODISEÑO PARA PREVENIR

Desde el año 2015 formamos parte del Plan Sectorial de Prevención elaborado por Ecoembes, cuyo objetivo es desarrollar actuaciones para prevenir desde el origen la generación de residuos de envases procedentes de nuestros productos de la compañía, así como mitigar su impacto ambiental. Los planes sectoriales promueven el logro más eficiente de objetivos comunes a través del fomento de sinergias entre diferentes proyectos.

Es un compromiso que nos ayuda a innovar y mejorar la colaboración con los proveedores, además de incorporar a la gestión mayores exigencias ambientales.

En 2018 hemos reducido en un 57,4% el peso del embalaje de cartón de nuestros abrasivos marca Dexter, al sustituir las cajas por otro tipo de embalaje más ligero.

2018

**-57,4%**

Reducción peso en cada envase

**613,7 kg**

Ahorro total en peso (kg)

### 8.3.2. Residuos y reciclaje

#### TIPOLOGÍA DE RESIDUOS



#### MEDIOS APORTADOS



##### Instalaciones:

- Punto verde para residuos peligrosos y especiales.
- Punto limpio para otros tipos de residuos.
- Contenedores RAEE y pilas.



##### Gestión:

Homologación de gestores que prestan servicio a los centros.

ÁMBITOS DE ACTUACIÓN

En el consumidor	Indicaciones para reciclar correctamente los productos utilizados y sus envases.
En los visitantes de las tiendas	Puntos de recogida de residuos especiales: lámparas, fluorescentes, pilas y residuos de aparatos eléctricos y electrónicos.
En el ámbito corporativo	<div>Plan de Gestión de Residuos</div> <div>Plan de Mejora de Gestión de Residuos por tienda, que propone objetivos de mejora para los diferentes tipos de residuos (fracciones), incluida la mejora en costes económicos y una evaluación de los resultados obtenidos en cada tienda.</div>

PROGRESOS EN 2018

Nuestros planes de gestión de residuos hacen posible que cada año reciclemos un porcentaje mayor de residuos. La apertura de nuevas tiendas incrementa cada año la cantidad total de residuos a gestionar y exige de la compañía un esfuerzo continuado de mejora e innovación. También en este ámbito, la información y concienciación de todos nuestros colaboradores es un elemento esencial para progresar.

En 2018 hemos desarrollado en 17 tiendas correspondientes a las regiones de Levante y Cataluña un proyecto piloto en tres áreas de trabajo:

Logística inversa de cartón y plástico: las tiendas disponen de prensas especiales que agrupan estos residuos en balas que posteriormente son enviadas al centro logístico donde se almacenan. Al agrupar mayores cantidades de residuos es más fácil promover su venta como subproducto, permitiendo que se puedan reaprovechar y evitar así que se conviertan en un residuo. Para esta labor, se aprovecha el trayecto de vuelta de los camiones que van desde nuestro centro logístico a las tiendas, evitando de esta manera la generación de emisiones de gases de efecto invernadero.
Gestión de basura con contenedores de 1.000 litros: son una muestra clara de la eficacia que tiene una mayor asignación de recursos. Al disponer de contenedores más grandes, es posible separar correctamente una mayor cantidad de materiales y gestionarlos adecuadamente, evitando que acaben en el vertedero. Así, cada tienda dispone de contenedores para gestionar la basura, que luego se retiran por un camión recolector y se envían a un gestor especializado.
Gestión de madera y chatarra: realizamos un importante esfuerzo de segregación en nuestras tiendas para que la madera y la chatarra también encuentren una vida útil tras su paso por Leroy Merlin.

Gracias a este proyecto, hemos conseguido una mayor segregación del plástico y del cartón (aumento del 144% y del 3% respectivamente) en las tiendas piloto. Lo que se traduce en la recuperación de más de 700 t de cartón y 120 t de plástico, evitando que 144 t de residuos se destinasen al vertedero.

Los resultados de este proyecto arrojan un balance positivo, por lo que, tras ajustar algunos elementos en 2019, extenderemos este sistema a todas las tiendas de gran superficie de nueva creación y a las de las regiones Sureste, Suroeste y Norte. Además, lanzaremos un proyecto piloto en nuestras tiendas de Leroy Merlin COMPACT (de menor superficie) en las localidades de Colmenar Viejo y Aranjuez (Comunidad de Madrid).

EN 2018

Concienciación e identificación de buenas prácticas de segregación y reciclaje de residuos

77%

de los residuos se han destinado a reciclaje o valorización en 2018

Gestión de residuos 2017-2018: RESULTADOS

RESIDUOS COMERCIALES

	2017	2018
RESIDUOS A VERTEDERO SOBRE EL 100% DE LOS RESIDUOS (%)	34	32
RESIDUOS A VERTEDERO (toneladas)	12.722,04	13.325,41
RESIDUOS RECUPERADOS SOBRE LA PARTE RECICLABLE DEL TOTAL DE RESIDUOS (%)	74	76
CARTÓN (toneladas)	4.886,65	5409,18
PLÁSTICO (toneladas)	483,33	987,51
MADERA (toneladas)	12.454,22	15.478,83
SOPORTES LOGÍSTICA INVERSA (toneladas). <i>Estimación</i>	8.959,83	
CHATARRA (toneladas)	310,02	421,34
TOTAL (toneladas)	36.891,07	42.296,14

RESIDUOS PELIGROSOS (toneladas)

	2017	2018
RESIDUOS DE APARATOS ELÉCTRICOS Y ELECTRÓNICOS	144,93	249,87
RESIDUOS DE PINTURA	113,61	126,32
BOMBILLAS FLUORESCENTES	21,07	24,26
PILAS	22,36	20,43
RESIDUOS DE ADHESIVOS	1,90	5,21
ENVASES PLÁSTICOS	3,74	3,03
DISOLVENTES NO HALOGENADOS	0,08	1,98
AEROSOL	3,20	1,93
ENVASES METÁLICOS	1,96	1,81
TRAPOS Y ABSORBENTES	1,65	1,05
RESIDUOS QUE CONTIENEN HIDROCARBUROS	0,05	0,99
DISOLVENTES HALOGENADOS	0,00	0,68
BATERÍAS DE PLOMO	0,90	0,44
REACTIVOS DE LABORATORIO INORGÁNICOS	0,00	0,37
PARAFINA	0,84	0,28
RESIDUOS GASOIL /COMBUSTIBLE SUCIO	0,00	0,27
ACEITE USADO	0,03	0,05
PRODUCTOS QUÍMICOS	0,66	0,00

“Somos una compañía que se preocupa por la sostenibilidad y el compromiso con el medio ambiente. Siempre digo a los colaboradores que no basta con formar parte del cambio, sino que debemos ser el cambio. Fomentar el reciclaje dentro de la compañía forma parte de nuestros valores. Ser el ejemplo para el habitante nos hace mejores personas y mejor marca”.

Roger Casadesus  
Jefe Logístico Leroy Merlin Sant Cugat



RESIDUOS

	2017	2018
CANTIDAD TOTAL DE RESIDUOS GENERADOS EN LOS PUNTOS DE VENTA (toneladas)	45.851	58.490
CANTIDAD TOTAL DE RESIDUOS RECICLADOS EN LOS PUNTOS DE VENTA (toneladas)	27.306	28.970.59
TASA DE RECUPERACIÓN (residuos recuperados, reciclados y valorizados)	74%	76%
TASA DE RESIDUOS PRODUCIDOS/FACTURACIÓN	18,03%	23,73%
TASA DE RECUPERACIÓN DE RESIDUOS/FACTURACIÓN	8,97%	16,25%
NÚMERO DE BOLSAS VENDIDAS Y/O DISTRIBUIDAS (unidades)	6.568.849	6.203.440
BOLSAS REUTILIZABLES RAFIA (unidades)	24.343	32.093
BOLSAS REUTILIZABLES DE 15 USOS (unidades)	5.563.479	5.205.684

Fuente:  
Declaración de residuos

Nota adicional:  
Todos los residuos generados y recogidos en las tiendas se entregan a gestor autorizado o se procesan a través de los medios facilitados por el correspondiente sistema de responsabilidad ampliada del productor. La cantidad total de residuos generados en los puntos de venta incluye los residuos relativos a la logística inversa de sistemas de palé, además de los residuos comerciales y los residuos peligrosos.

Gracias al reciclaje de los envases que hemos declarado como puestos en el mercado en 2018, Ecoembes certifica que se ha evitado la emisión de **2.872 toneladas de CO<sub>2</sub>** equivalentes a la atmósfera.

8.4. Cambio climático



8.4.1. Sensibilización y participación

El cambio climático es, probablemente, el mayor reto al que el mundo se haya enfrentado nunca.

Existen evidencias científicas, como es el caso del panel de expertos en cambio climático (IPCC) de las Naciones Unidas, que muestran la conexión entre determinadas actividades humanas y el fuerte incremento de las temperaturas medias en todo el planeta desde el último tercio del siglo XX. Como ejemplo, las actividades industriales y de transporte se han extendido por toda la Tierra a un ritmo vertiginoso, lo que impide a la atmósfera absorber todos los gases emitidos en estas actividades. El llamado “efecto invernadero” se ha visto agudizado por esta concentración de gases y hace que las temperaturas suban. Esto provoca, a su vez, la subida del nivel del mar, el avance de los desiertos y cambios importantes en el clima que afectan al desarrollo de las estaciones o a la frecuencia de las lluvias. Como consecuencia de todo ello, se están multiplicando los fenómenos meteorológicos extremos, con graves consecuencias sociales, ambientales y económicas.

Ante la acuciante necesidad de actuar, en diciem-

bre de 2015 se firmó en París un acuerdo global de lucha contra el cambio climático que obliga a los 184 Estados que lo han ratificado (datos a diciembre de 2018) a poner en marcha las medidas necesarias para el logro de los objetivos a los que cada uno se haya comprometido, con el objetivo global de que el incremento de la temperatura media global no supere los dos grados centígrados a fin de siglo. El compromiso incluye asimismo previsiones para la financiación de actuaciones en los países en vías de desarrollo y la revisión cada cinco años de los objetivos. En España estamos comprometidos con el objetivo común de la Unión Europea: reducir en 2030 las emisiones de gases con efecto invernadero un 40% respecto del nivel de 1990.

En Leroy Merlin asumimos como nuestro el compromiso global y trabajamos para contribuir a que se logre, tanto desde la integración de las consideraciones climáticas en nuestras decisiones de compañía como a través de iniciativas de información y sensibilización encaminadas a incentivar, en toda la sociedad, un cambio de hábitos que nos ayude a contener el cambio climático y a paliar sus peores consecuencias.

8.4.1.1. - Reforestaciones

Para luchar contra el cambio climático y la pérdida de la biodiversidad y dar vida a un hábitat mejor alineado con los ODS, organizamos diferentes acciones en colaboración con nuestros clientes.

Una de estas acciones son las reforestaciones ecológicas, para las que empleamos distintas especies propias de la zona. La presencia de distintas especies es muy importante en la recuperación de la estructura, riqueza y diversidad florística de los ecosistemas degradados, creando un bosque mejor preparado para hacer frente a futuros incendios.

La ayuda de nuestros clientes es fundamental para el éxito de estas actuaciones. En 2018, 539 personas participaron en esta actividad, sumando más de 2.100 horas de voluntariado. Además, queremos destacar la importancia de los árboles frente a la mitigación del cambio climático: los ejemplares que plantamos en 2018 capturarán más de 225 toneladas de CO<sub>2</sub> y otros gases de efecto invernadero durante los próximos 30 años.

“Me considero una amante de la naturaleza y siempre intento que mis actos, aunque tengan algún impacto, sean lo más sostenibles posible. Por eso me encantó comprobar lo implicado que está Leroy Merlin en la protección de la naturaleza y la educación ambiental. Colaboramos como voluntarios en una reforestación en la que además de trabajar nos enseñaron un montón de cosas. Ahora que conozco su filosofía en cuanto a la protección del medio ambiente, me siento mucho más a gusto haciendo mis compras aquí”.

Alba González

Cliente de Leroy Merlin San Sebastián de los Reyes y voluntaria en #LeroyMerlinReforesta





## ACCIONES DE REFORESTACIÓN 2018



## TIENDAS PARTICIPANTES:

## LM Sabadell - Sant Cugat (Barcelona)

Bosc de les Creus - Montserrat - BCN  
(zona que sufrió un incendio)

FEBRERO

## LM La Zenia (Alicante)

Villafranca

NOVIEMBRE

## LM Aldaia / LM Alboraya / LM Burjassot / LM Gandía / LM Massanassa / LM La Pobla / LM Sagunto (Valencia)

Parque Natural de la Sierra Calderona

NOVIEMBRE

## LM Alcalá de Henares (Madrid)

Parque O'Donnell  
(colaboración ayto. Alcalá de Henares)

NOVIEMBRE

## LM San Sebastián de los Reyes (Madrid)

Torremocha del Jarama - Madrid  
(zona que sufrió un incendio)

FEBRERO

## LM Los Barrios (Cádiz)

Parque Natural de los Alcornocales

NOVIEMBRE

## Sede-Dpto. de Central de Compras (Madrid)

Embalse de Valmayor, en el Parque Regional de la Cuenca Media del río Guadarrama y su entorno (Galapagar)

NOVIEMBRE



Según WWF España, a raíz del cambio climático se ha incrementado el riesgo de que los incendios forestales se produzcan en cualquier época del año, lo que supone también una seria amenaza para nuestros espacios naturales. En España, cada año se quema una extensión de bosque y monte equivalente a 140.000 campos de fútbol, una pérdida irreparable que pone en peligro vidas humanas y destruye el hábitat de animales y plantas. En 2018 hemos colaborado con WWF a nivel nacional para dar difusión en nuestras tiendas a la campaña anual que esta organización lleva a cabo para la prevención de los incendios forestales.

## 8.4.1.2. Limpieza de espacios naturales

La limpieza de espacios naturales es una forma de luchar contra la contaminación y proteger la biodiversidad, contribuyendo a preservar los hábitats naturales y también prevenir los incendios forestales.

Muy conscientes de esta problemática, el Departamento de Sistemas lanzó este año la campaña interna OxigenaT, donde se animó a nuestros colaboradores a despejar sus discos duros y redes de archivos en desuso, para evitar la sobrecarga de las unidades, mejorar su rendimiento y, sobre todo, potenciar los hábitos eficientes en el día a día. A cambio de esos "megas liberados", once colaboradores del Departamento de Sistemas acompañados por sus familiares "liberaron" de basura un tramo del Parque Natural del Sureste, la zona de humedales más importante de la Co-

munidad de Madrid. En esta actividad se recogieron en torno a 25 kg de diferentes residuos abandonados en el campo.

También hemos participado en el WORLD CLEAN UP DAY, una jornada mundial dedicada a la limpieza de espacios naturales que se ha desarrollado el 15 de septiembre en 113 países simultáneamente. Nuestra aportación tuvo lugar en la Playa de Tarifa, y estuvo liderada por Leroy Merlin Los Barrios. Ese día, 45 voluntarios tuvieron oportunidad de conocer la problemática ambiental de los residuos que generamos y que lamentablemente ocupan nuestros espacios naturales. Organizados por grupos, los voluntarios llevaron a cabo actividades de sensibilización y la limpieza de la playa, recogiendo más de 230 kg de residuos.



*"A lo largo del World Clean Up Day recibimos visitas de vecinos de la localidad que se sorprendían un poco de nuestra presencia allí. Mi sorpresa ha sido encontrármelos en tienda de forma habitual como clientes y que se interesen por las actividades que realizamos de RSE. Participar en estas jornadas en las que tenemos la oportunidad de mejorar nuestro entorno, de relacionarnos y darnos a conocer de una forma diferente a nuestros clientes y de obtener una gran satisfacción personal, es una experiencia que recomiendo y ánimo a realizar a todos los colaboradores".*

**Raquel Cabezas**

Jefa de Sector Cerámica-Sanitario Leroy Merlin Los Barrios

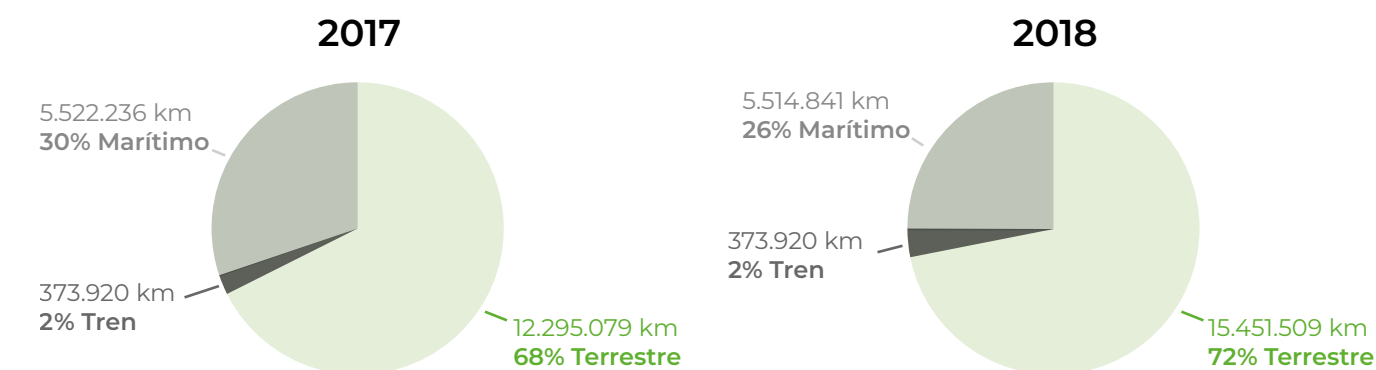
## 8.4.2. Logística sostenible

El transporte de mercancías es una de las actividades con mayor implicación ambiental en nuestra cadena de valor. Nuestro compromiso de reducir las emisiones del transporte nos anima a implicar al máximo a los proveedores de nuestra cadena logística, con el objetivo de mejorar la gestión conjuntamente y reducir las emisiones de gases con efecto

invernadero derivadas de esta actividad.

En esta línea, hemos integrado en nuestra propia logística parte de los trayectos de nuestros proveedores para poder incrementar la eficiencia del transporte, lo que implica un aumento de los km realizados por Leroy Merlin respecto al ejercicio anterior.

**Km totales recorridos entre nuestros centros logísticos y las tiendas (por tipo de transporte)**



### HERRAMIENTAS PARA UNA LOGÍSTICA SOSTENIBLE

**TRANSPORTE INTERMODAL**  
Y USO DE VÍAS DE TRANSPORTE ALTERNATIVAS AL TRANSPORTE POR CARRETERA.

**HERRAMIENTAS DE OPTIMIZACIÓN**  
DISMINUCIÓN DEL NÚMERO DE VEHÍCULOS UTILIZADOS.  
  
MEJORA DE LA PLANIFICACIÓN Y LAS RUTAS DE TRANSPORTE.  
  
REDUCCIÓN DE LAS DISTANCIAS DE VIAJE.

DESARROLLO DE NUEVAS FORMAS SOSTENIBLES PARA EL TRANSPORTE DE **ÚLTIMA MILLA** EN CIUDADES Y NÚCLEOS URBANOS.

**PROVEEDORES**  
IMPULSO DE LA CONTRATACIÓN DE PROVEEDORES CON VEHÍCULOS QUE GENERAN MENORES EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO.

El establecimiento de objetivos concretos de mejora, así como el conocimiento de las mejores prácticas, son elementos esenciales para mitigar los impactos ambientales de la actividad logística. El esfuerzo por alcanzarlos se plasma en iniciativas que contribuyen a la eficiencia global de nuestros procesos.

### NUEVA PLATAFORMA LOGÍSTICA



Este año han finalizado los trabajos en la nueva Plataforma logística de Meco (Madrid), que estará operativa en 2019.

El centro logístico de Leroy Merlin en Meco tiene una superficie total de construcción de 59.814 m<sup>2</sup> y su objetivo es responder de forma más eficiente a los pedidos *online*. Esta nueva instalación permitirá ganar en eficiencia y velocidad de cara a los consumidores, a la vez que responde a unos altos estándares de sostenibilidad, habiendo obtenido la certificación LEED Platinum, el máximo reconocimiento internacional para edificios sostenibles.

### LEAN & GREEN



Desde 2017 la compañía está adherida a la iniciativa Lean & Green, impulsada en España por AECOC, y que busca reducir un 20% en 5 años las emisiones de la logística y el transporte, mediante el compromiso con un objetivo cuantificable asociado a un sistema de seguimiento transparente y trazable.

Lean&Green busca promover la colaboración entre los miembros de la cadena de suministro con el fin de reducir sus emisiones y mejorar la eficiencia y sostenibilidad en sus procesos logísticos, contribuyendo así a la mejora del medio ambiente y la sociedad, mediante la difusión de buenas prácticas y la adquisición de un compromiso de mejora continua.

## ESPACIO DE TRABAJO SALUDABLE

**-40%**

Consumo de energía total

**6%**

Consumo energético de origen renovable

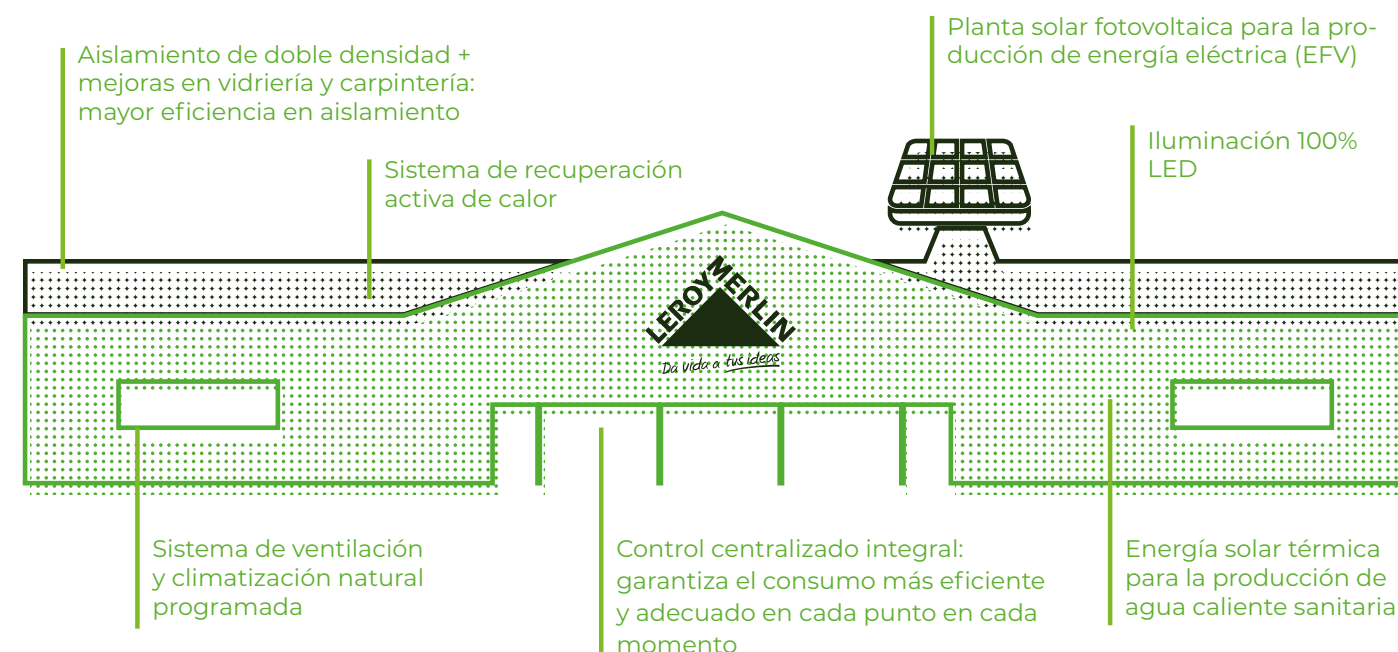
**-45%**

Consumo de agua

## 8.4.3. Gestión energética

El estándar de Construcción Sostenible, implantado en todos los nuevos centros de Leroy Merlin desde 2008, incluye iniciativas y medidas encaminadas a la elección eficiente de técnicas y materiales en su construcción y la disminución del consumo energético y de los recursos hídricos (climatización eficiente, control de la energía, sistemas de recuperación de agua de lluvia, etc.).

Este estándar se aplica en las nuevas aperturas de tiendas y se actualiza periódicamente para incorporar nuevas tecnologías y técnicas constructivas. En los centros ya construidos, elaboramos y ponemos en marcha planes de adaptación para implantar las nuevas soluciones y mejorar el desempeño ambiental.



*“Buscamos ser ejemplares haciendo que nuestras tiendas sean cada vez más sostenibles, incorporando las mejores tecnologías disponibles en materia de eficiencia energética y construcción sostenible. Trabajamos cada año, haciendo un seguimiento de novedades del mercado, analizando nuevas tecnologías y nuevas soluciones constructivas disponibles, para ser integradas como modelo en nuestro Estándar de Construcción Sostenible”.*

**Ignacio Carrasco**

Jefe del Dpto. Técnico Leroy Merlin España

En 2018 se ha seguido invirtiendo en mejorar algunas de las tiendas existentes implantando led y mejoras en la climatización. Asimismo, se ha actualizado el Estándar de Construcción Sostenible, incorporando dos nuevos elementos:

### Regulación electrónica de iluminación DALI

Regulación de la intensidad lumínica punto a punto en toda la tienda, lo que permite mantener el nivel de confort de iluminación óptimo para nuestros clientes en cada espacio, así como establecer en ellos el nivel adecuado de forma independiente. Podemos con ello adecuar el consumo eléctrico destinado a iluminación de forma exacta para cada zona de la tienda y adaptarlo a las necesidades reales.



### Filtrado del aire de renovación mediante filtración SIAV

Se trata de una alternativa de ventilación que cumple la normativa RITE (Reglamento de Instalaciones Térmicas de los Edificios), especialmente diseñada para:

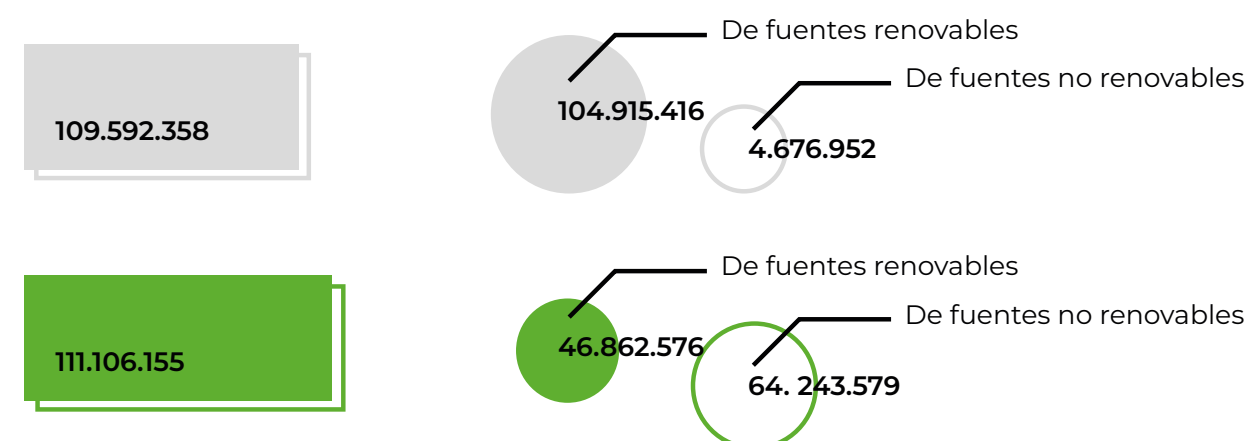
- Reducir los costes energéticos de la ventilación mediante la reducción del aporte de aire primario.
- Mejorar la calidad del aire interior filtrando los contaminantes (partículas en suspensión y gases).

A medio plazo está previsto certificar el sistema de gestión energética de toda la compañía bajo el estándar ISO 50001.

### CONSUMO TOTAL DE ENERGÍA (MJ) (1)



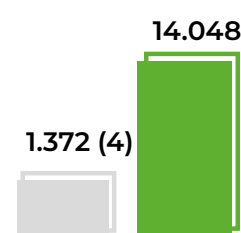
#### - Consumo de electricidad (kWh)



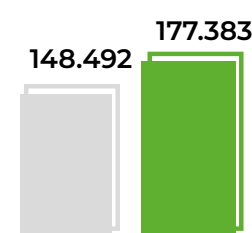
#### - Consumo de gas para calefacción (kWh)



Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero relacionadas con el funcionamiento de los puntos de venta (t CO<sub>2</sub> eq) (2).



Consumo de agua en los puntos de venta (m<sup>3</sup>). Procede íntegramente de suministros municipales.



Número de puntos de venta equipados para recuperar el agua de lluvia.



Número de puntos de venta y edificios que alcanzan los criterios para la certificación de medio ambiente etiquetado o HQE, AQUA, la BBC, la norma ISO 14001, EMAS u otro equivalente.



(1) Datos procedentes de la facturación.

(2) Toneladas equivalentes de CO<sub>2</sub>. Datos obtenidos mediante la calculadora 2016 de huella de carbono del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente.

La huella de carbono es el conjunto de emisiones de gases con efecto invernadero que pueden asociarse a las actividades de una organización. Puede calcularse también la huella de carbono de un producto, analizando todo su ciclo de vida y evaluando las emisiones vinculadas a este, desde la extracción de las materias primas hasta la gestión del residuo correspondiente.

El cálculo de la huella de carbono no es un fin en sí mismo: es una herramienta para identificar elementos de mejora y buscar medidas que permitan su reducción o su compensación.

En las organizaciones, la huella de carbono puede calcularse en función de tres alcances:

#### Alcance 1:

Comprende las emisiones originadas por la empresa, por fuentes de su propiedad, como el sistema de climatización de las tiendas.

#### Alcance 2:

Se refiere a las emisiones que se han producido para generar la electricidad que la empresa consume. Si la empresa contrata electricidad con garantía de origen renovable, este consumo de electricidad disminuye de manera muy significativa sus emisiones de gases con efecto invernadero.

#### Alcance 3:

Emisiones indirectas relacionadas con la actividad de la empresa, pero que no están sujetas a su control directo. Son las emisiones asociadas al transporte de los empleados, al transporte realizado por los proveedores, o al tratamiento de residuos. Dada la complejidad del cálculo, las metodologías de uso más habituales no establecen una relación cerrada de actividades a incluir, aunque animan a las empresas a ir progresando para abarcar más fases de la cadena y a introducir elementos de mejora genéricos, como el fomento del uso del transporte público entre sus empleados.

### Cálculo de la huella de carbono de la actividad de Leroy Merlin en 2017 (\*)

#### ALCANCE 1



Consumo de gas  
Gases fluorados  
(aire acondicionado)

#### ALCANCE 2



Consumo de electricidad

#### ALCANCE 3



Viajes de trabajo  
Desplazamiento de empleados  
Transporte de mercancías  
(proveedores externos)  
Tratamiento de residuos  
Consumibles  
(bolsas de plástico, folletos, etc.)

37.433,1  
toneladas equivalente de CO<sub>2</sub>



1.370 árboles plantados



Absorciones totales de CO<sub>2</sub> para un periodo de 30 años: 227,34 (toneladas)

(\*) Últimos datos completos disponibles en 2018. Cálculos realizados según GHG Protocol.





ANEXOS

## 9.1. Sobre este Informe

El objetivo de este Informe anual es poner de manifiesto cómo Leroy Merlin España contribuye globalmente a la mejora social, económica y ambiental, alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas. En la estrategia de negocio de Leroy Merlin, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) constituye un valor fundamental, que evoluciona ahora hacia el Negocio Responsable: un modelo de negocio más ético y eficiente que impacta de forma positiva en los ciudadanos y en el entorno. Esta estrategia permite consolidar una empresa más sostenible y con capacidad para responder mejor a las expectativas de todos sus grupos de interés.

La elaboración del Informe correspondiente al año 2018 se ha llevado a cabo de acuerdo con las directrices y principios recogidos en los Estándares Global Reporting Initiative (GRI), opción Esencial, que ya se utilizaron en las memorias de 2016 y 2017. Para la organización, esta opción GRI permite informar con detalle suficiente sobre los impactos sociales, ambientales y económicos que las actividades de la organización tienen sobre sus grupos de interés y cómo se gestionan estos impactos, así como poner

de manifiesto el cumplimiento de sus compromisos de una manera rigurosa. El uso de este marco internacional implica aplicar los siguientes principios de calidad en la elaboración del Informe: precisión, equilibrio, claridad, comparabilidad, fiabilidad y puntualidad. Asimismo, se han tenido en cuenta el contexto de la organización, la materialidad, la exhaustividad y la inclusión de las expectativas de sus grupos de interés.

Este Informe anual se refiere a las actividades de Leroy Merlin España S.L.U. en el ejercicio 2018. El alcance de las actividades descritas se circunscribe a esta compañía y a su filial Inmobiliaria Leroy Merlin (ILME).

Por tercer año consecutivo, el Informe ha sido verificado por un experto independiente, quien garantiza su conformidad con los Estándares GRI. La decisión de verificar externamente este documento procede del Comité de Dirección y se alinea con las exigencias Éticas del plan de Buen Gobierno Corporativo. La compañía encargada de llevar a cabo la verificación ha sido SGS INTERNATIONAL CERTIFICATION SERVICES IBERICA, S.A.U.

### 9.1.1. Cómo se ha elaborado el Informe 2018: análisis de materialidad

## METODOLOGÍA DE ELABORACIÓN DEL INFORME 2018

## FASE 1.

## Identificación de temas materiales 2018

Inventario de asuntos a partir de:

- Principales trabajos realizados en 2018, para cada eje del Marco RSE 2017-2021 “Demos Vida a un Hábitat Mejor”.
- Actualización del análisis de las contribuciones de Leroy Merlin a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

## FASE 2.

## Priorización de temas materiales

Se mantiene la realizada para el Informe 2017, con la inclusión de un tema adicional.

### FASE 3.

## Validación

El Departamento de Negocio Responsable, encargado de la elaboración de la memoria, ha revisado la relación de temas y su priorización, así como el alcance de la información suministrada.

#### FASE 4.

## Redacción de la memoria

Recopilación de datos según los requisitos de los Estándares GRI, determinación del contenido y elaboración de textos e infografías.  
Correcciones según verificación externa.

## FASE 5.

## Difusión

Para elaborar este Informe, hemos tenido en cuenta qué temas son más relevantes para la compañía y para nuestros grupos de interés, es decir, todos los colectivos que pueden ejercer una influencia sustancial y que puedan estar afectados por nuestra actividad. Estos temas, que denominamos “temas materiales”, son los que tienen mayor relevancia en el ámbito de nuestra localización geográfica, nuestros procesos y nuestra cadena de valor, siendo los grupos de interés detectados: ADEO, proveedores, colaboradores, clientes y consumidores, ONG, medios de comunicación, sindicatos, sociedad y administración central, autonómica y local.

Leroy Merlin llevó a cabo este proceso de identificación y caracterización por primera vez con motivo de la elaboración del Marco RSE 2012-2016, donde se identificaron tanto los grupos de interés como los impactos de su cadena de valor. Para ello, se llevaron a cabo las siguientes actuaciones:

- Un diagnóstico de situación.
- Un análisis de las relaciones de Leroy Merlin con sus grupos de interés.
- La constitución de diez grupos de trabajo temáticos con representantes de las diferentes áreas corporativas y tiendas, cada uno con el objetivo de identificar, proponer e implementar actuaciones en su ámbito de trabajo que mejoraran el desem-

peño ambiental, social y económico de la compañía. Uno de los aspectos a tratar era la identificación de los grupos de interés y su impacto potencial en la actividad, además de la relación y capacidad de negociación de la compañía con estos. Esto permitió la clasificación de los grupos en función de su relevancia para Leroy Merlin. Con ello, se estableció una sistemática de relación con los grupos de interés, que incluía la frecuencia de su participación y cómo llevarla a cabo.

En 2016, con motivo de la revisión del Marco RSE, se volvió a pedir a los equipos una reflexión sobre la situación de la compañía y sobre las tendencias en sus áreas de trabajo. El resultado fue el nuevo Marco RSE 2017-2021 “Demos Vida a un Hábitat Mejor” (DVHM), donde se tiene en cuenta a los grupos de interés como agentes esenciales para lograr los objetivos corporativos y aparece en el concepto amplio de “hábitat”, más allá del “hogar”, referido a todo el entorno donde vivimos, desde el punto de vista social y ambiental. El Marco DVHM recoge los asuntos más relevantes para la compañía desde el punto de vista económico, social y ambiental:

ÁMBITO	TEMA RELEVANTE	SIGNIFICACIÓN
Hogar	Hogar sostenible	Comercializar una gama completa, adecuada y accesible de productos, servicios y proyectos para la sostenibilidad del hogar, y sensibilizar a la sociedad de su consumo.
Hogar	Mejorar el hábitat del futuro	Liderar junto con terceros la construcción de un hábitat mejor, impulsando la identificación y aplicación de tendencias y conocimientos que mejoren la vida de las generaciones futuras.
Ética	Buen gobierno corporativo	Garantizar la transparencia, la correcta gestión y la coherencia con los valores corporativos, para ser un referente de ética empresarial en el mercado.
Sociedad y personas	Desarrollo local	Generar riqueza local apoyando la actividad económica y el emprendimiento en España y cada una de las comunidades donde la compañía está presente.
Sociedad y personas	Acción social	Facilitar el acceso a un hogar digno a niños y personas de la tercera edad en situación o riesgo de exclusión social.
Sociedad y personas	Oportunidades profesionales y empleo	Apoyar el acceso al mercado de trabajo, ofreciendo oportunidades de formación e integración laboral de calidad bajo criterios de diversidad e igualdad de oportunidades.
Sociedad y personas	Bienestar en el trabajo	Ser un excelente lugar para desarrollarse personal y profesionalmente, a través de una Política de RR. HH. orientada al bienestar del colaborador.

ÁMBITO	TEMA RELEVANTE	SIGNIFICACIÓN
Medio ambiente	Packaging	Desarrollo de un <i>packaging</i> eficaz y sostenible, que reduzca el impacto medioambiental y los costes de fabricación, transporte y almacenaje.
Medio ambiente	Reciclaje	Asegurar la máxima recuperación de los residuos generados mediante la sensibilización a los colaboradores y clientes, y fomentar la economía circular.
Medio ambiente	Logística sostenible	Reducir el impacto ambiental y las emisiones de CO <sub>2</sub> derivados del transporte de mercancías y personas de la compañía.
Medio ambiente	Construcción sostenible	Reducir el consumo de recursos y energía, así como las emisiones de CO <sub>2</sub> asociadas a la actividad.

Dentro del proceso de consulta que la compañía realizó en 2016 a los grupos de interés, se integraron las expectativas de los colaboradores, proveedores, representantes de organizaciones no lucrativas y medios de comunicación. Entre los asuntos tratados, se recogió información relativa a sus expectativas sobre el Informe anual. Los resultados de este proceso complementaron la revisión del Marco RSE.

Los grupos externos valoraron positivamente el grado de conocimiento y la relevancia de la RSE en la compañía, así como la gestión de personas y los productos respetuosos con el medio ambiente. Respecto al Informe anual de Leroy Merlin, los grupos de interés consultados respaldaron la verificación externa de la memoria y propusieron dar una mayor difusión a esta, así como ofrecer más detalles sobre las políticas de la compañía y sus impactos:

ALGUNOS TEMAS DESTACADOS EN LOS DIÁLOGOS CON LOS GRUPOS DE INTERÉS EN 2016		
PROVEEDORES	ONG	MEDIOS DE COMUNICACIÓN
Dificultades para rellenar el cuestionario de autoevaluación exigido para evaluar el cumplimiento del Código Ético.	La gestión individualizada de las tiendas reduce la eficiencia.	Una memoria más versátil, adaptada a diferentes canales y públicos.
Se debe mejorar en centralización de las compras.	Se pide mayor información sobre políticas sociales externas e internas y sobre el impacto de la acción social, su poder transformador.	Potenciar la sostenibilidad como atributo de marca.
Se aprecia positivamente:  • La transparencia sobre aperturas, innovaciones, planes y proyectos a realizar. • Las oportunidades de crecer e innovar. • El hecho de elaborar una memoria de sostenibilidad.	Interesaría que la memoria fuera verificada por un experto independiente.	Mantener la coherencia y transparencia en la gestión.  Incrementar la comunicación de las actuaciones vinculadas a sostenibilidad, principalmente apoyo a la comunidad y mitigación de impactos ambientales.

Fuente: resúmenes de los diálogos con estos grupos.

Una vez identificados los asuntos materiales para la compañía y sus grupos de interés mediante consultas externas e internas, se estableció aplicar los Estándares GRI para la elaboración del Informe de Sostenibilidad. Posteriormente, cada uno de los temas materiales obtenidos tras la revisión del Marco RSE se asoció a uno o varios temas de los propuestos por GRI en sus Estándares, lo que permitió

configurar el índice de contenidos GRI, que puede consultarse en Anexo, 9.3. Índice de contenidos GRI.

Asimismo, para la elaboración de este Informe, nuestros grupos de interés han participado aportando testimonios, información y datos en los capítulos 5, 6, 7 y 8.

A continuación, según propone el Estándar 101, la importancia de cada tema material se calificó con dos valores numéricos: uno que describe su trascendencia para la estrategia de la compañía y otro referido a las decisiones y expectativas de los grupos de interés. Partiendo de que todos los temas

contemplados en el Marco RSE tienen algún grado de relevancia mayor que cero, se atribuyeron a cada tema material valores de 1 a 4 y se llevó a cabo su priorización. El resultado se recoge en el siguiente gráfico:



Para la elaboración de los Informes 2017 y 2018 se ha estructurado el contenido según los ejes del Marco RSE y se ha actualizado la priorización de los temas realizada en 2016. En ambos años, se han revisado los contenidos del Informe teniendo en cuenta, por un lado, las principales actuaciones que Leroy Merlin ha llevado a cabo en el año y, por otro, las conclusiones de los análisis realizados por la compañía sobre su contribución a los Objetivos de Desarrollo

Sostenible (ODS). De esta forma, se ha incluido en el Informe la repercusión sobre los ODS de las actuaciones que Leroy Merlin lleva a cabo dentro del Marco RSE.

En el Informe 2018, cada tema material se desarrolla en un capítulo, según se muestra en la tabla siguiente:

TEMA MATERIAL	CAPÍTULO DONDE SE DESARROLLA
Buen gobierno corporativo	Cap. 5. Ética y buen gobierno
Desarrollo local	Cap. 6.1. Impulso al entorno local
Acción social	Cap. 6.2. Mejoras sociales, hogares dignos
Oportunidades profesionales y empleo	Cap. 6.3. Compromiso con la integración laboral
Bienestar en el trabajo	Cap. 6.4. Desarrollo personal y profesional de nuestros colaboradores



TEMA MATERIAL

Hogar sostenible

Mejorar el hábitat del futuro

Packaging

Reciclaje

Logística sostenible

Construcción sostenible

CAPÍTULO DONDE SE DESARROLLA

Cap. 7.1. Productos, servicios y proyectos

Cap. 8.2. Sensibilización y consumo responsable

Cap. 7.2. Cada vez más cerca del consumidor

Cap. 8.2. Sensibilización y consumo responsable

Cap. 8.3. Economía circular

Cap. 8.3. Economía circular

Cap. 8.4. Cambio climático

Cap. 8.4. Cambio climático

Para el Informe 2018, específicamente, se ha tenido en cuenta la aprobación de la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, sobre Información no Financiera y Diversidad. Aunque la compañía presenta su información no financiera de forma consolidada junto con el resto de empresas que conforman ADEO, se ha decidido incorporar al presente Informe algunos contenidos que se exigen en dicha ley. Entre ellos, cabe destacar el tema “Evaluación de derechos humanos” (Estándar GRI 412), que aparece por primera vez en el Informe 2018 a raíz de su inclusión en el Código Ético y en los contenidos requeridos por la Ley 11/2018. Para Leroy Merlin España, este es un ejercicio de transparencia coherente con su visión del negocio, que facilitará la comparabilidad de los datos con los de otras empresas.

Aunque la estructura básica del Informe se mantiene respecto a la edición anterior, algunos asuntos se han reubicado en otros apartados, con el objetivo de favorecer el equilibrio, sin que hayan desapare-

cido datos que puedan dificultar la comparabilidad del Informe o su exhaustividad. Dado que este año no se ha llevado a cabo ningún proceso de consulta específico, no se ha revisado cómo la participación de los grupos de interés ha influido en el contenido del Informe y en las actividades, productos y servicios de LME. En este sentido, conviene señalar que, aunque no existe un procedimiento sistemático de consulta a los grupos de interés, la compañía tiene en cuenta sus expectativas, reflejadas en las encuestas de clima o de satisfacción. 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 descargarse del sitio web de Leroy Merlin España (<https://spain.leroymerlin.com>) o solicitarse al Departamento de Negocio Responsable: [susana.posada@leroymerlin.es](mailto:susana.posada@leroymerlin.es)

9.1.2. Temas materiales, cobertura y alcance de la información

La siguiente tabla muestra los temas materiales identificados para la elaboración del Informe de sostenibilidad 2018. En ella se explica dónde se producen los impactos asociados a cada tema y qué información facilita la compañía sobre la gestión de estos.

TEMA	IMPACTO		INFORMACIÓN DISPONIBLE	
	INT.	EXT.	IMPACTOS INTERIORES	IMPACTOS EXTERIORES
Buen gobierno corporativo	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 se aplican a los proveedores. En materia de protección de datos, no se ofrecen datos de impactos externos, por ser un asunto confidencial.
Construcción sostenible	X	X	Emisiones indirectas de CO <sub>2</sub> , 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 información disponible sobre el destino dado por los clientes a los embalajes y envases se recoge en los Informes de Ecoembes. La flota logística no es propiedad de la compañía. No se reportan sus emisiones ni el consumo de carburante asociado, ya que no se dispone de datos de otras empresas. Los cálculos ofrecidos son estimaciones a partir de las distancias recorridas.
Desarrollo local	X	X	La información sobre proveedores incluye los datos de aceptación del Código Ético y los datos del cuestionario de autoevaluación de los proveedores.	El Código de Conducta 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 mental de los trabajadores. Pide asimismo respetar la normativa de higiene y salud laboral y la libertad sindical.  La evaluación de los datos se realiza por KPMG Asesores. Sobre impactos indirectos se ofrece información cualitativa.
Packaging	X	X	Leroy Merlin no es fabricante ni embala los productos que comercializa. Se ofrecen los datos de envasado facilitados por los proveedores.	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 2018. 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 medio ambiente.  La evaluación de los datos se realiza por parte de Ecoembes.
Bienestar en el trabajo	X		Completa	
Hogar sostenible	X	X	Completa	Información cualitativa.
Acción social	X	X	Completa	Información cualitativa.
Oportunidades profesionales y empleo	X	X	Completa	Se estima que la creación de empleo indirecto se sitúa entre 20 y 60 empleos por tienda.
Logística sostenible	X	X	Emisiones indirectas de CO <sub>2</sub> , asociadas al consumo de electricidad en las tiendas de Leroy Merlin España. Las emisiones directas no son significativas.	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.
Mejorar el hábitat del futuro	X	X	Completa	Información cualitativa.
Reciclaje	X	X	Completa	La información disponible sobre el destino dado por los clientes a los embalajes y envases se recoge en los Informes de Ecoembes.

(\*) 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.

## 9.2. Tabla de equivalencia de capítulos con los 10 Principios del Pacto Mundial

PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	CAPÍTULOS INFORME 2018
<b>Principio N.º 1</b> Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Saludo del Director General</li><li>• Mensaje del departamento de Negocio Responsable</li><li>• Capítulo 5</li></ul>
<b>Principio N.º 2</b> Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mensaje del departamento de Negocio Responsable</li><li>• Capítulo 5</li><li>• Capítulo 6</li></ul>
<b>Principio N.º 3</b> Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Capítulo 6</li></ul>
<b>Principio N.º 4</b> Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mensaje del departamento de Negocio Responsable</li><li>• Capítulo 5</li></ul>
<b>Principio N.º 5</b> Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mensaje del departamento de Negocio Responsable</li><li>• Capítulo 5</li></ul>
<b>Principio N.º 6</b> Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Capítulo 5</li><li>• Capítulo 6</li></ul>
<b>Principio N.º 7</b> Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Saludo del Director General</li><li>• Mensaje del departamento de Negocio Responsable</li><li>• Capítulo 5</li><li>• Capítulo 7</li><li>• Capítulo 8</li></ul>
<b>Principio N.º 8</b> Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Saludo del Director General</li><li>• Mensaje del departamento de Negocio Responsable</li><li>• Capítulo 5</li><li>• Capítulo 7</li><li>• Capítulo 8</li></ul>
<b>Principio N.º 9</b> Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Capítulo 7</li><li>• Capítulo 8</li></ul>
<b>Principio N.º 10</b> Las empresas e instituciones deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidos extorsión y soborno.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Saludo del Director General.</li><li>• Mensaje del departamento de Negocio Responsable</li><li>• Capítulo 5</li></ul>

## 9.3. Índice de contenidos GRI

ESTÁNDARES	CONTENIDOS	LOCALIZACIÓN/RESPUESTA
101 - FUNDAMENTOS 2016		
102 - CONTENIDOS GENERALES 2016		
102-1	Nombre de la organización	Leroy Merlin España S.L.U.
102-2 -	Actividades, marcas, productos y servicios	Páginas 20, 25 y 94. Los productos y servicios pueden consultarse en <a href="http://www.leroymerlin.es/">http://www.leroymerlin.es/</a> . Los productos y servicios que comercializa Leroy Merlin no están sujetos a prohibiciones ni debate social.

ESTÁNDARES	CONTENIDOS	LOCALIZACIÓN/RESPUESTA																																			
102-3	Ubicación de la sede	Nuestra sede social se encuentra en la Avenida de la Vega, 2, 28108 Alcobendas, Madrid. Nuestras oficinas centrales se encuentran en la misma dirección y en C/ Anabel Segura, 7, 28108 Alcobendas, Madrid.																																			
102-4	Ubicación de las operaciones	Página 21. La actividad de la compañía se desarrolla exclusivamente en España.																																			
102-5	Propiedad y forma jurídica	Página 21. El 100% de Leroy Merlin España S.L.U es propiedad de Leroy Merlin S.A. El valor nominal de cada acción es de 10€ (el valor de la acción corresponde a un procedimiento interno, realizado con expertos independientes, ya que la compañía no cotiza en bolsa). El capital social es de 90.010.000 € euros, dividido en 9.001.000 participaciones de 10.-€ de valor nominal cada una,numeradas correlativamente del 1 al 9.001.000, ambos inclusive, totalmente suscritas y desembolsadas íntegramente en su valor nominal.																																			
102-6	Mercados servidos	Páginas 20, 21, 24 y 25. Tanto la tienda online como las tiendas físicas permiten acceder a todas nuestras soluciones desde cualquier punto de España.																																			
102-7	Tamaño de la organización	<p>Página 22. La compañía no cotiza en Bolsa, por lo que no existen datos de capitalización (ver estándar 102-5). La cifra de ventas en 2018 ha sido de 2.128 M€, referido exclusivamente a las ventas de LME. En 2018 se han registrado 126 millones de pasos por caja. Las cifras de EBIT corriente y de volumen de activos recogidas incluyen Leroy Merlin España e Inmobiliaria Leroy Merlin (ILME), que no realiza ventas al por menor. El desglose es el siguiente:</p> <p>- EBIT Corriente (en millones de €).</p> <p>· Total 2017: 117,86 (LME: 100,53 + ILME: 17,33)</p> <p>· Total 2018: 106,71 (LME: 86,32 + ILME: 20,39)</p> <p>- Volumen de Activos (en millones de €):</p> <p>· Total 2017: 630 (LME: 155,1 + ILME: 474,9)</p> <p>· Total 2018: 662,17 (LME: 183,68 + ILME: 478,49)</p> <p>Los datos proceden de las cuentas anuales de la compañía y del sistema de control de gestión de Leroy Merlin.</p> <p>Las compras realizadas en 2018 se desglosan como sigue:</p> <p>· Compras a proveedores de mercancías: 1307,56 M€</p> <p>· Compras a proveedores de servicios: 249,61 M€</p> <p>· Compras a proveedores de inmovilizado: 88,81 M€</p> <p>Volumen de Pasivos/ Financiación</p> <table><tr><th></th><th colspan="2">2018</th><th colspan="2">2017</th><th colspan="2">TOTAL</th></tr><tr><th>M€</th><th>LME</th><th>ILME</th><th>LME</th><th>ILME</th><th>2018</th><th>2017</th></tr><tr><td>FONDOS PROPIOS</td><td>501</td><td>369</td><td>499</td><td>365</td><td>870</td><td>864</td></tr><tr><td>PASIVO CORRIENTE</td><td>7</td><td>46</td><td>8</td><td>173</td><td>46</td><td>181</td></tr><tr><td>PASIVO NO CORRIENTE</td><td>626</td><td>138</td><td>575</td><td>24</td><td>763</td><td>599</td></tr></table>		2018		2017		TOTAL		M€	LME	ILME	LME	ILME	2018	2017	FONDOS PROPIOS	501	369	499	365	870	864	PASIVO CORRIENTE	7	46	8	173	46	181	PASIVO NO CORRIENTE	626	138	575	24	763	599
	2018		2017		TOTAL																																
M€	LME	ILME	LME	ILME	2018	2017																															
FONDOS PROPIOS	501	369	499	365	870	864																															
PASIVO CORRIENTE	7	46	8	173	46	181																															
PASIVO NO CORRIENTE	626	138	575	24	763	599																															
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	Páginas 73, 74, 77. La información procede del cuadro de mando de RR. HH. de Leroy Merlin. No ha sido posible recopilar la información de subcontratistas, ya que las tiendas disponen de autonomía en este sentido y no cuentan con información homogénea. El desglose por género y región se presenta para el conjunto de España.																																			
102-9	Cadena de suministro	Páginas 16-17, 22, 37, 48-50. El dato de 1.918 son los proveedores por CIF para el año 2018.																																			
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	<p>Páginas 48-50: Proveedores de mercancías: 1.729 en 2017 y 1.918 en 2018 / Proveedores de servicios 2.702 en 2017 y 2.748 en 2018. Cualitativamente, no ha habido cambios ni entradas relevantes entre 2018 y 2017.</p> <p>El capital social se ha mantenido inalterado. No se han producido cambios en la estructura del capital social de la Sociedad. No obstante, se cita que LME (como sociedad absorbente) y Aki Bricolaje España, S.L.U. (como sociedad absorbida) se han fusionado con efectos desde el 31 de diciembre de 2018. Pero esta fusión por absorción no ha supuesto cambio alguno en la citada estructura del capital social de LME.</p>																																			

ESTÁNDARES	CONTENIDOS	LOCALIZACIÓN/RESPUESTA
102-11	Principio o enfoque de pre-caución	Páginas 6-7, 33-36, 38-42, 102.
102-12	Iniciativas externas	Páginas 41-42, 54-55.
102-13	Afiliación a asociaciones	Página 45.
102-14	Declaración de altos ejecu-tivos responsables de la toma de decisiones	Páginas 6-7.
102-16	Valores, principios, estándar- es y normas de conducta	Páginas 30, 33-36.
102-18	Estructura de gobernanza	Páginas 26-28. La sociedad es unipersonal. El socio único de LME ha cam-biado en 2018 su denominación social de LEROY MERLIN, S.A. a ADEO HOLDING IBERIA, S.A. En el año 2018, Thierry Asselin dejó de ser Conse-jero de LME y Nuno Filipe Cardoso fue nombrado como tal. El órgano de administración está constituido por un Consejo de Administración formado por 3 consejeros, actuando uno de ellos como Presidente, y un secretario no consejero. No existen Comisiones Ejecutivas o Consejeros Delegados designados. Los temas ambientales y sociales forman parte de la estrategia de Leroy Merlin, junto con los elementos económicos. Por ello, todos los responsables de área los tienen en cuenta en su toma de decisiones, con las siguientes puntualizaciones: el área financiera es la principal responsable de las decisiones económico financieras; el área de RR. HH. es la principal responsable de las decisiones relacionadas con los trabajadores; el área de Negocio Responsable coordina e impulsa las actuaciones relacionadas con los grupos de interés externos. El máximo órgano decisor es el Comité de Dirección de la compañía.
102-40	Lista de grupos de interés	Página 37.
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	El 100% de los trabajadores de Leroy Merlin están adscritos al Convenio colectivo del sector de grandes almacenes vigente en España.
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	Páginas 37, 121-122.
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	Páginas 37, 45, 94-95, 102, 105, 121-122.
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	Páginas 121-123.
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consoli-dados	Los estados financieros de Leroy Merlin España se refieren únicamente a las actividades de Leroy Merlin España e Inmobiliaria Leroy Merlin España.
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las cober-turas del tema	Páginas 123-125.
102-47	Lista de los temas materiales	Páginas 123-125.
102-48	Reexpresión de la infor-mación	Página 124. Indicado correspondientemente para cada indicador en el que se ha reexpresado la información en la tabla de contenidos GRI o en cada indicador. El informe no incluye datos de AKI.
102-49	Cambios en la elaboración de informes	Página 124.
102-50	Periodo objeto del informe	Página 120.
102-51	Fecha del último informe	Septiembre de 2018. Periodicidad anual.
102-52	Ciclo de elaboración de informes	Anual.

ESTÁNDARES	CONTENIDOS	LOCALIZACIÓN/RESPUESTA
102-53	Punto de contacto para pre-guntas sobre el informe	Página 124.
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI	Este informe se ha elaborado de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI.
102-55	Índice de contenidos GRI	Páginas 126-136.
102-56	Verificación externa	Página 137.
103 - ENFOQUE DE GESTIÓN 2016		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Páginas 121-122, 125.
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	TEMAS ECONÓMICOS (páginas 201, 203, 204, 205, 206) En el apartado "Una nueva organización para un nuevo ciclo" (páginas 25-28) se muestra el ámbito del que cada área es responsable y se hace referencia al mod-elo de negocio de LME y a la trascendencia de la omnicanalidad para su progreso, que se sustancia en la ganancia de clientes y el aumento de ingresos. Ejemplos de actuaciones con consecuencias económicas indi-rectas aparecen en el cap. 6 (páginas 48-52, 53-59). El Marco RSE "Demos Vida a un Hábitat Mejor" recoge directrices en materia económica y ética. Junto con ellas, las relaciones con proveedores tienen como referencia el código de conducta de compras responsables (página 35). Para mejorar su cumplimiento, el Comité de ética de Leroy Merlin proporciona un mecanismo que permite a los proveedores informar de modo confi-dencial y sin represalias acerca de cualquier queja, haciendo partícipe a la Dirección General de la búsqueda de una resolución aceptable para ambas partes. Todos los trabajadores de Leroy Merlin han de gestionar los impactos económicos en su ámbito de trabajo, si bien el área financiera dedica su actividad en exclusiva a estas tareas. Esta área cuenta con un equipo dedicado en exclusiva en las oficinas centrales y al menos una persona en cada una de las tiendas.
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	TEMAS AMBIENTALES (páginas 301-302, 305-308). En el apartado "Una nueva organización para un nuevo ciclo" (páginas 25-28) se muestra el ámbito del que cada área es responsable. En la carta del Director General se hace referencia al objetivo de Leroy Merlin en materia de uso de plásti-co y madera certificada. La infografía de la página 16-17 recoge los princi-pales impactos de la actividad y las estrategias para su gestión. Ejemplos de actuaciones en materia ambiental aparecen en páginas 56-57, 90-93, 103-105, 110-113, entre otras). El Marco RSE "Demos Vida a un Hábitat Mejor" recoge las directrices en la materia. Junto con ellas, los aspectos ambientales de las relaciones con proveedores tienen como referencia el código de conducta de compras responsables (página 35). Todos los trabajadores de Leroy Merlin han de gestionar los impactos ambientales en su ámbito de trabajo, si bien el departamento de Negocio Responsa-ble desempeña labores de coordinación e impulso en estos temas. Este departamento cuenta con 4 personas.
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	TEMAS SOCIOLABORALES (páginas 401, 403-406). En el apartado "Una nueva organización para un nuevo ciclo" (páginas 25-28) se muestra el ámbito del que cada área es responsable. En la carta del Director General se hace referencia al compromiso de Leroy Merlin con el Pacto Mundial y los ODS. La infografía de la página 16-17 recoge los principales impactos de la actividad y las estrategias para su gestión. Ejemplos de actuaciones en el ámbito laboral aparecen en el cap. 6. El Marco RSE "Demos Vida a un hábitat mejor" recoge directrices en esta materia. La política de segu-ridad laboral se plasma en las páginas 82-83. La compañía cuenta con un Protocolo de acoso y tratamiento de situ-aciones de acoso moral y sexual, que permite a los empleados plantar cuestiones relevantes en este ámbito, así como dos referentes corpora-tivos en materia de ética y prevención de la discriminación. En 2018 se han planteado 114 reclamaciones de índole laboral, de las que 8 estaban pendientes de resolución al final del año. El departamento de Negocio Responsable, que cuenta con 4 personas, desempeña labores de coordi-nación e impulso en estos temas, mientras que las tareas de selección y gestión se llevan a cabo por el área de Recursos Humanos.



ESTÁNDARES	CONTENIDOS	LOCALIZACIÓN/RESPUESTA
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	OTROS TEMAS SOCIALES (páginas 413-414, 416-419). En el apartado “Una nueva organización para un nuevo ciclo” (páginas 25-28) se muestra el ámbito del que cada área es responsable. En la página 92 se hace referencia al objetivo de Leroy Merlin para el programa Madera Justa. La infografía de las páginas 16-17 recoge los principales impactos de la actividad y las estrategias para su gestión. Ejemplos de actuaciones dirigidas a la sociedad, en la que se incluyen los clientes, aparecen en los cap. 7 y 6.2. El Marco RSE “Demos Vida a un Hábitat Mejor” recoge directrices en materia social y centradas en los productos y servicios de LME. Los clientes disponen de canales de contacto con la compañía para plantear quejas y sugerencias (ver 103-3). Todos los trabajadores de Leroy Merlin han de gestionar los impactos sociales en su ámbito de trabajo, si bien el departamento de Negocio Responsable desempeña labores de coordinación e impulso en estos temas. Esta área cuenta con 4 personas.
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	TEMAS ECONÓMICOS (páginas 201, 203-206). El desempeño económico de LME está sometido a la evaluación del Consejo de Administración. Además, se envía a los proveedores un cuestionario de autoevaluación (que tienen que enviar a LME) para que establezcan el punto en el que se encuentran conforme a los principios del código de conducta de compras responsables (Página 35). El sistema de gestión de la calidad (QMS) informa sobre la trazabilidad de los productos y su conformidad con las especificaciones. Los principales resultados de la actividad se muestran en las páginas 12-13 y 22, así como en las páginas 90 y 50, donde se recoge respectivamente el progreso en ventas de productos sostenibles y proveedores firmantes del Código de Conducta de Compras Responsables.
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	TEMAS AMBIENTALES (páginas 301-302, 305-308). Se envía a los proveedores un cuestionario de autoevaluación (que tienen que enviar a LME) para que establezcan el punto en el que se encuentran conforme a los principios del código de conducta de compras responsables (Página 35). El sistema de gestión de la calidad (QMS) informa sobre la trazabilidad de los productos y su conformidad con las especificaciones. La empresa somete a verificación externa su memoria de sostenibilidad, así como los productos específicamente certificados (Eco Opciones). El capítulo 8 recoge los principales resultados ambientales de la compañía, incluidos los del plan de mejora de la gestión de residuos y las políticas de reducción del impacto de la logística. En las páginas 12 y 90 se hace referencia a las ventas de productos sostenibles.
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	TEMAS SOCIOLABORALES (páginas 401, 403-406). Además de contar con un cuadro de Mando de RR. HH., LME ostenta las certificaciones OHSAS 18001, <i>Top employer</i> , que acreditan su desempeño en materia sociolaboral y someten sus datos a evaluaciones periódicas (página 44). Se realizan cada dos años encuestas internas de satisfacción.
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	OTROS TEMAS SOCIALES (páginas 413-414, 416-419). Se envía a los proveedores un cuestionario de autoevaluación (que tienen que enviar a LME) para que establezcan el punto en el que se encuentran conforme a los principios del Código de Conducta de Compras Responsables. Para 2019 está prvisto realizar auditorías sociales obligatorias para proveedores de marca propia. El sistema de gestión de la calidad (QMS) informa sobre la trazabilidad de los productos y su conformidad con las especificaciones. Se realizan encuestas de satisfacción periódicas dirigidas a clientes, que disponen de canales para comunicar a la empresa sus quejas y sugerencias (Página 88), tanto en cada tienda (presencial, telefónico, correo electrónico y correo postal) como a nivel corporativo (correo postal, telefónico y formulario en sitio web). Los resultados en Materia de comunicación y de acción social se muestran respectivamente en las páginas 43-44 y 53.

ESTÁNDARES	CONTENIDOS	LOCALIZACIÓN/RESPUESTA	OMISIONES
200 - IMPACTOS ECONÓMICOS			
201 - DESEMPEÑO ECONÓMICO 2016			TEMA MATERIAL: BUEN GOBIERNO CORPORATIVO
201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	Los tres aspectos de la actividad de la compañía más vinculados al cambio climático son la comercialización de Eco Opciones (página 90), el Estándar de Construcción Sostenible y la actividad logística de Leroy Merlin (páginas 114-115), que se desempeña por empresas externas. Las implicaciones para las operaciones de la compañía son sobre todo de carácter comercial (como oportunidad de diferenciación o por un posible encarecimiento de costes) y de carácter regulatorio: un cambio puede afectar a los operadores logísticos o incrementar el coste en consumo de electricidad de la compañía. Los impactos significativos, en caso de producirse, se materializarían a largo plazo. En la página 90 se recoge la repercusión económica de la oportunidad que supone la comercialización de la gama Eco Opciones: aumento de referencias e incremento de ventas.	No se han realizado hasta el momento evaluaciones cuantitativas de los costes asociados a la gestión de los riesgos regulatorios mencionados. En el seno del Clúster de Cambio Climático de Forética, al que pertenece Leroy Merlin, se están desarrollando investigaciones que pretenden orientar a las empresas para realizar este tipo de evaluaciones. En 2018 el Clúster ha elaborado un documento con propuestas para la futura Ley de Cambio Climático y Transición Energética.
203 - IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS 2016			TEMA MATERIAL: HOGAR SOSTENIBLE, DESARROLLO LOCAL, ACCIÓN SOCIAL
203-2	Impactos económicos indirectos significativos	Páginas 16-17. Los impactos aquí enunciados se detallan a lo largo de la memoria; en el capítulo 6 se informa específicamente sobre proveedores y acción social.	
204 - PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN 2016			TEMAS MATERIALES: BUEN GOBIERNO CORPORATIVO, DESARROLLO LOCAL, PACKAGING
204-1	proporción de gasto en proveedores locales	Páginas 12-13, 49.	
205 - LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN 2016			TEMA MATERIAL: BUEN GOBIERNO CORPORATIVO
205-1	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	No se ha registrado en 2018 ningún caso de corrupción, por lo que no ha sido necesario tomar medidas en este sentido.	
206 - COMPETENCIA DESLEAL 2016			TEMA MATERIAL: BUEN GOBIERNO CORPORATIVO
206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	No se han producido sanciones por incumplimientos en estas materias que tengan un importe superior a 100.000 euros.	

ESTÁNDARES	CONTENIDOS	LOCALIZACIÓN/RESPUESTA	OMISIONES
300 - IMPACTOS AMBIENTALES			
301 - MATERIALES 2016			TEMA MATERIAL: PACKAGING
301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	Páginas 106-107. Según la declaración de envases 2018 remitida a Ecoembes, se han utilizado las siguientes cantidades de envases domésticos: · Renovables: madera/corcho (221 t), metal/acero ( 154 t), metal/ aluminio ( 2,4 t), papel/cartón (6.207 t), plástico PET (174 t) y otros materiales renovables (11 t). · No renovables: plástico HDPE (686 t), plástico PVC (104 t) y otros plásticos (633 t).	
302 - ENERGÍA 2016			TEMA MATERIAL: CONSTRUCCIÓN SOSTENIBLE
302-1	Consumo energético dentro de la organización	Página 116. Los únicos centros que consumen gas para calefacción son la sede y la tienda de San Sebastián de los Reyes. En el caso de faltar alguna factura, se utiliza la metodología que define ADEO para estimar ese dato. 1 kWh=3,6 MJ. Para el gas, el paso de m³ a kWh se utilizan los factores de conversión facilitados por la entidad comercializadora.	No se dispone de datos de las tiendas en autoconsumo. Se ofrecen datos de la factura eléctrica y de gas.
302-4	Reducción del consumo energético	Página 116. El cálculo se refiere al total 2018 sobre total 2017.	No se facilita la cantidad, sino los porcentajes de ahorro en función de la superficie de venta, que son lo realmente significativo.
302-5	Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	PRODUCTOS: Impulso de los productos que impulsan la eficiencia energética y la reducción de la factura de la luz.  SERVICIOS (página 114): los datos sobre los km recorridos entre 2017 y 2018 proceden del área de Logística de Leroy Merlin.	Se facilitan los km recorridos entre los centros logísticos y las tiendas o plataformas EDD.
305 -EMISIONES 2016			TEMAS MATERIALES: LOGÍSTICA SOSTENIBLE, CONSTRUCCIÓN SOSTENIBLE
305-3	Otras emisiones indirectas de GEI	Página 116-117. Emisiones en origen por la energía eléctrica y emisiones por el gas natural consumido en los centros que no cuentan con garantía de origen. El ratio para obtener las toneladas equivalentes de CO <sub>2</sub> se obtiene mediante el ratio medio por año que aparece en la "Calculadora de huella de Carbono 2007-2016" del Ministerio de Agricultura,Pesca y Alimentación.	No se dispone de información sobre la línea base.
305-5	Reducción de las emisiones de GEI	Página 117. Según el cálculo descrito en el indicador 305-3, en 2018 las emisiones totales de alcance 1 se han reducido en 994,45 toneladas equivalentes de CO <sub>2</sub> .	No se dispone de información sobre la línea base.
306 -EFLUENTES Y RESIDUOS 2016			TEMAS MATERIALES: RECICLAJE, PACKAGING, CONSTRUCCIÓN SOSTENIBLE
306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	Páginas 108-110.	Aproximadamente el 3% de la información relativa a residuos no se ha podido recopilar para este Informe

ESTÁNDARES	CONTENIDOS	LOCALIZACIÓN/RESPUESTA	OMISIONES
307 - CUMPLIMIENTO AMBIENTAL 2016			TEMA MATERIAL: CONSTRUCCIÓN SOSTENIBLE
307-1	Incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental	No se han producido sanciones por incumplimiento de la normativa ambiental.	
308-EVALUACIÓN AMBIENTAL DE PROVEEDORES 2016			TEMAS MATERIALES: PACKAGING, LOGÍSTICA SOSTENIBLE
308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	Páginas 35, 50. Se envía a los proveedores un cuestionario de autoevaluación para que establezcan el punto en el que se encuentran conforme a los principios del Código de Conducta de Compras Responsables. Incluye elementos de índole social y ambiental.	
400 - IMPACTOS SOCIALES			
401 - EMPLEO 2016			TEMA MATERIAL: OPORTUNIDADES PROFESIONALES Y EMPLEO
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.	Páginas 75-76.	Los datos de rotación por sexo y edad no están disponibles.

ESTÁNDARES	CONTENIDOS	LOCALIZACIÓN/RESPUESTA	OMISIONES																																																																																	
403 - SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO 2018			TEMA MATERIAL: BIENESTAR EN EL TRABAJO																																																																																	
403-2	Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	<p>Página 83.</p> <p>Los accidentes mortales han sido cero. El Índice de incidencia de accidentes global de la compañía ha sido de 2,30 inferior a la media del sector tomando como referencia el índice del CNAE 2018 = 2, 42.</p> <p>En total en 2018, se han contabilizado 266 accidentes con baja en el conjunto de LME en 2018 (180 hombres y 86 mujeres) y 520 accidentes sin baja (342 hombres y 172 mujeres). El desglose por regiones y género en 2018 es el siguiente, esta información se puede comparar con los informes de sostenibilidad de años anteriores disponibles en: <a href="https://spain.leroymerlin.com/es/documentos-corporativos">https://spain.leroymerlin.com/es/documentos-corporativos</a></p> <p>La mutua de accidentes es la responsable de realizarel registro de la presentación de estadística de actividad y accidentes.</p> <table><tr><th>TIPO</th><th>REGIÓN</th><th>HOMBRES</th><th>MUJERES</th><th>TOTAL</th></tr><tr><td rowspan="8">ACCIDENTES CON BAJA (INCLUYE <i>in itinere</i>)</td><td>CANARIAS - BALEARES</td><td>28</td><td>14</td><td>42</td></tr><tr><td>SUROESTE</td><td>27</td><td>10</td><td>37</td></tr><tr><td>SURESTE</td><td>12</td><td>3</td><td>15</td></tr><tr><td>CATALUÑA</td><td>24</td><td>9</td><td>33</td></tr><tr><td>CENTRO</td><td>40</td><td>22</td><td>62</td></tr><tr><td>LEVANTE</td><td>17</td><td>10</td><td>27</td></tr><tr><td>NOROESTE</td><td>11</td><td>7</td><td>18</td></tr><tr><td>NORTE</td><td>19</td><td>11</td><td>30</td></tr><tr><td colspan="2">TOTAL ACCIDENTES CON BAJA</td><td>178</td><td>86</td><td>264</td></tr><tr><td rowspan="8">ACCIDENTES CON BAJA (INCLUYE <i>in itinere</i>)</td><td>CANARIAS - BALEARES</td><td>35</td><td>15</td><td>50</td></tr><tr><td>SUROESTE</td><td>56</td><td>16</td><td>72</td></tr><tr><td>SURESTE</td><td>18</td><td>6</td><td>24</td></tr><tr><td>CATALUÑA</td><td>60</td><td>38</td><td>98</td></tr><tr><td>CENTRO</td><td>49</td><td>30</td><td>79</td></tr><tr><td>LEVANTE</td><td>76</td><td>41</td><td>117</td></tr><tr><td>NOROESTE</td><td>17</td><td>10</td><td>27</td></tr><tr><td>NORTE</td><td>22</td><td>21</td><td>43</td></tr><tr><td colspan="2">TOTAL ACCIDENTES SIN BAJA</td><td>333</td><td>177</td><td>510</td></tr></table> <p>Respecto al personal controlado del centro logístico de Torija, el 99% de las personas que trabajan en este centro logístico no son plantilla de Leroy Merlin sino del operador logístico que gestiona la mercancía. Adicionalmente, no contamos con personal externo que realice actividades propias.</p>	TIPO	REGIÓN	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	ACCIDENTES CON BAJA (INCLUYE <i>in itinere</i> )	CANARIAS - BALEARES	28	14	42	SUROESTE	27	10	37	SURESTE	12	3	15	CATALUÑA	24	9	33	CENTRO	40	22	62	LEVANTE	17	10	27	NOROESTE	11	7	18	NORTE	19	11	30	TOTAL ACCIDENTES CON BAJA		178	86	264	ACCIDENTES CON BAJA (INCLUYE <i>in itinere</i> )	CANARIAS - BALEARES	35	15	50	SUROESTE	56	16	72	SURESTE	18	6	24	CATALUÑA	60	38	98	CENTRO	49	30	79	LEVANTE	76	41	117	NOROESTE	17	10	27	NORTE	22	21	43	TOTAL ACCIDENTES SIN BAJA		333	177	510	
TIPO	REGIÓN	HOMBRES	MUJERES	TOTAL																																																																																
ACCIDENTES CON BAJA (INCLUYE <i>in itinere</i> )	CANARIAS - BALEARES	28	14	42																																																																																
	SUROESTE	27	10	37																																																																																
	SURESTE	12	3	15																																																																																
	CATALUÑA	24	9	33																																																																																
	CENTRO	40	22	62																																																																																
	LEVANTE	17	10	27																																																																																
	NOROESTE	11	7	18																																																																																
	NORTE	19	11	30																																																																																
TOTAL ACCIDENTES CON BAJA		178	86	264																																																																																
ACCIDENTES CON BAJA (INCLUYE <i>in itinere</i> )	CANARIAS - BALEARES	35	15	50																																																																																
	SUROESTE	56	16	72																																																																																
	SURESTE	18	6	24																																																																																
	CATALUÑA	60	38	98																																																																																
	CENTRO	49	30	79																																																																																
	LEVANTE	76	41	117																																																																																
	NOROESTE	17	10	27																																																																																
	NORTE	22	21	43																																																																																
TOTAL ACCIDENTES SIN BAJA		333	177	510																																																																																
404 -FORMACIÓN Y EDUCACIÓN 2016			TEMAS MATERIALES: CONSTRUCCIÓN SOSTENIBLE, MEJORAR EL HÁBITAT DELFUTURO, BIENESTAR EN ELTRABAJO																																																																																	
404-1	Media de horas de formación al año por empleado	Páginas 79-80.	La tasa de incremento solo está disponible para el conjunto de España.																																																																																	

ESTÁNDARES	CONTENIDOS	LOCALIZACIÓN/RESPUESTA	OMISIONES
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	Páginas 72-73.	
405 - DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES 2016			TEMA MATERIAL: BIENESTAR EN EL TRABAJO
405-1	Diversidad en órganos de Gobierno y empleados	Página 78.	
406 - NO DISCRIMINACIÓN 2016			TEMA MATERIAL: BIENESTAR EN EL TRABAJO
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	En 2018 no se han detectado casos de discriminación. No hubo ningún caso reconocido o declarado.	
412 - EVALUACIÓN DE DERECHOS HUMANOS 2016			TEMA MATERIAL: BUEN GOBIERNO CORPORATIVO
412-2	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	Página 80. El porcentaje de empleados formados en procedimientos del Código Ético, que incluye los derechos humanos entre otros aspectos, asciende al 41,99% de la plantilla.	
413 - COMUNIDADES LOCALES 2016			TEMAS MATERIALES: OPORTUNIDADES PROFESIONALES Y EMPLEO, MEJORAR EL HÁBITAT DEL FUTURO, ACCIÓN SOCIAL, DESARROLLO LOCAL
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	Páginas 53-68, 91-93, 103-105, 111-113.	
414 - EVALUACIÓN SOCIAL DE PROVEEDORES 2016			TEMA MATERIAL: DESARROLLO LOCAL
414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	Páginas 35, 50. Se envía a los proveedores un cuestionario de autoevaluación para que establezcan el punto en el que se encuentran conforme a los principios del Código de Conducta de Compras Responsables. Incluye elementos de índole social y ambiental.	
416 - SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES 2016			TEMA MATERIAL: HOGAR SOSTENIBLE
416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	Páginas 90-97. El 100% de las referencias se revisan periódicamente y se toman las correspondientes medidas de mejora.	



ESTÁNDARES	CONTENIDOS	LOCALIZACIÓN/RESPUESTA	OMISIONES
417-MARKETING Y ETIQUETADO 2016			TEMA MATERIAL: HOGAR SOSTENIBLE
417-3	Casos de incumplimientos relacionados con comunicaciones de marketing	No se han producido sanciones significativas ni advertencias por incumplimientos en esta materia referidos a la normativa o a los códigos voluntarios.	
418 - PRIVACIDAD DE LOS CLIENTES 2016			TEMA MATERIAL: BUEN GOBIERNO CORPORATIVO
418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	<p>Las reclamaciones presentadas ante la AEPD han sido debidamente fundamentadas por los clientes, si bien han sido correctamente gestionadas por Leroy Merlin y su causa tiene origen en errores puntuales detectados tras su comunicación por parte de los clientes. El número total de reclamaciones presentadas por terceros ante la autoridad de control española, la AEPD, en el año 2018, ha ascendido a 2, relacionadas, ambas, con la correcta gestión de solicitudes de ejercicios derechos en materia de protección de datos. Ambos expedientes han sido archivados por la AEPD.</p> <p>Tras la auditoría relativa a la certificación de la norma ISO 27.001, no se han detectado pérdidas, robos, ni sustracción de datos de clientes.</p>	
419 - CUMPLIMIENTO SOCIOECONÓMICO 2016			TEMAS MATERIALES: BUEN GOBIERNO CORPORATIVO, HOGAR SOSTENIBLE
419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	No se han producido sanciones por incumplimientos en estas materias.	

## 9.4. Informe de revisión independiente



### INFORME DE VERIFICACIÓN

#### 1. ALCANCE

SGS INTERNATIONAL CERTIFICATION SERVICES IBERICA, S.A.U, (en adelante SGS) ha realizado, a petición de LEROY MERLIN ESPAÑA S.L.U. (en adelante LEROY MERLIN), la Verificación Independiente de la información correspondiente al ejercicio terminado el 31.12.2018 incluida en el Informe Anual 2018

El alcance de la Verificación incluye el texto y datos contenidos en el documento de referencia; no incluyendo la información y/o datos referenciados y no introducidos en dicho documento.

#### 2. INDEPENDENCIA

La información contenida en el documento verificado, así como su elaboración es responsabilidad exclusiva de LEROY MERLIN.

SGS no ha participado ni asesorado en la elaboración del documento verificado. Se ha limitado a actuar como verificador independiente, comprobando para ello la adecuación de los contenidos de la memoria.

El contenido de este Informe de Verificación y las opiniones contenidas en el mismo son únicamente responsabilidad de SGS.

#### 3. VERIFICACIÓN

Para la verificación independiente del Informe, se ha utilizado la metodología de SGS consistente en procedimientos de Auditoría según ISO 19011 y siguiente los principios establecidos en los Estándares GRI (GRI STANDARS).

Nuestro trabajo de verificación independiente ha consistido en la formación de preguntas a determinados Departamentos de LEROY MERLIN implicados en la elaboración del Informe, así como en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo descritos a continuación:

- Reuniones con el personal de distintos departamentos de LEROY MERLIN para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados.
- Comprobación de los indicadores incluidos en el Informe, su correspondencia con los recomendados por la Guía y la aplicabilidad de los mismos.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión en base a la selección de una muestra, de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores GRI y su adecuada compilación. Dicha revisión se ha realizado en la sede de LEROY MERLIN.
- Revisión de la información relativa a los enfoques de gestión aplicados.

En particular, para esta Verificación los datos del área económica se evaluaron en conformidad con la Certificación de Auditoría de las cuentas anuales de la Sociedad, efectuada por una empresa auditora externa independiente.

El Equipo Verificador estuvo formado por personal de SGS:

- Dña. Marina Cernuda
- D. Jose Angel Martínez

#### 4. CONCLUSIONES

En base a la verificación realizada, el equipo verificador de SGS considera que:

- El Informe Anual 2018 ha sido elaborado de conformidad con las exigencias de los Estándares GRI (GRI STANDARS).
- Las conclusiones que se derivan de la verificación realizada, con el alcance descrito en los apartados anteriores, no han pues de manifiesto errores de carácter significativo.

El nivel de aplicación GRI declarado por LEROY MERLIN (En conformidad – Esencial) es apropiado. En otro documento, proporcionaremos a la Dirección de LEROY MERLIN un informe interno que contiene nuestros hallazgos y áreas de mejora.



