



Índice

1. SALUDO DEL CEO	4	
2. MENSAJE DEL DEPARTAMENTO DE NEGOCIO RESPONSABLE	6	
3. HUELLA DE VALOR DE LEROY MERLIN ESPAÑA	8	
4. NUESTRA CASA	10	
4.1. Modelo de negocio	11	
Un año de retos y oportunidades	11	
Somos Leroy Merlin	12	
Creamos valor económico y social positivo	16	
4.2. Nuestros colaboradores	17	
2020: responder a lo inesperado	17	
Nos transformamos para ser más útiles	20	
Nuestra prioridad: prevenir los riesgos y trabajar seguros	21	
Equidad y diversidad: asegurando las oportunidades	22	
Talento que transforma	25	
Evaluación para seguir desarrollando el talento	27	
Evolucionar en bienestar, crecer en compromiso	28	
Relaciones laborales y diálogo social	29	
4.3. Comprometidos con la mejora	30	
5. CONTRIBUIMOS A MEJORAR EL ENTORNO	32	
5.1. El negocio responsable en Leroy Merlin	33	
Interconectados con nuestros grupos de interés	34	
Make it Positive: una empresa positiva y útil	35	
Nuestro compromiso con los retos ambientales y sociales	36	
5.2. Ecoinnovaciones	37	
Nuevos modelos de negocio	37	
5.3. Llegar a todos los hogares	39	
Una transformación digital necesaria	39	
Logística: la importancia de la cadena de suministro	41	
5.4. Diálogo activo con los clientes	42	
El centro de nuestra estrategia	42	
Una empresa protegida frente a la COVID-19	43	
Nuestros clientes nos ayudan a ser mejores	43	
Servicios para un hogar positivo	44	
Tiendas accesibles: abrimos las puertas a todo el mundo	44	
5.5. Progresamos con la sociedad	45	
Ofreciendo nuestra mejor versión en momentos difíciles	45	
Comunicar para un impacto positivo	46	
6. CICLO DE PRODUCTO RESPONSABLE	48	
6.1. Gestión responsable	50	
Proveedores comprometidos con el futuro	51	
Diálogo para impulsar soluciones sostenibles	52	
Decisiones responsables en el día a día	53	
6.2. Economía circular	55	
Estrategia de residuos	55	
Envases sostenibles	57	
Productos fabricados con material reciclado	57	
Hazlo Verde	58	
6.3. Soluciones responsables para un hábitat sostenible	59	
Actuamos: propuestas de consumo sostenibles	59	
Creamos conciencia ambiental	61	
7. ANEXOS	62	
7.1. Sobre este informe	63	
7.2. Tabla de correspondencia con los principios del Pacto Mundial	67	
7.3. Índice de contenidos GRI	68	
7.4. Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018	75	
7.5. Anexo estadístico	79	
7.6. Informe de verificación externa	84	

1

Saludo del CEO



Alain Ryckeboer
CEO de Leroy Merlin España

A mi llegada a Leroy Merlin España pude comprobar la solidez de la compañía fruto del desarrollo del negocio de una forma responsable y sostenible contribuyendo a crear entornos donde vivir mejor. Por ponernos en contexto, a comienzos de 2020, Leroy Merlin España continuaba su progresión positiva gracias a un modelo de empresa innovador y responsable. 2020 se planteaba como un año de recoger lo sembrado tras un profundo proceso transformador en el que la compañía ha invertido y apostado durante los últimos años. Esto implicaba una red de tiendas moderna y actualizada, una plataforma digital a pleno rendimiento y otros proyectos tecnológicos dando buenos resultados. Además, los nuevos circuitos logísticos nos habían dotado de la agilidad necesaria para dar respuesta inmediata a los clientes, el foco principal en el que siempre están basados nuestros avances.

Sin embargo, llegó la COVID-19 y con ella un confinamiento de meses y el cierre de toda nuestra red de tiendas. El desafío que suponía para una compañía de un sector como el nuestro era máximo. Afortunadamente, Leroy Merlin España ya tenía claramente definido su Propósito, que nos ha servido de guía para no caer en la resignación y poder estar cerca de nuestros clientes en un momento tan complejo. Quiero agradecer a todo el equipo de Leroy Merlin su ejemplo y dedicación.

Nuestro propósito cobra vida en las manos de nuestros 14.000 colaboradores. Gracias a su fuerza, convicción y compromiso, pudimos aprovechar nuestras fortalezas y consolidar el camino hacia una organización cada vez más ágil, líquida y de servicio al cliente. Un equipo de líderes sólido y cohesionado que siguió dando lo mejor de sí mismo, aunque tuviera que hacerlo desde sus casas. Por eso pudimos lanzar en tiempo récord una venta telefónica que ya se ha consolidado como servicio permanente, a la vez que contribuimos con la donación de más de 440.000 artículos para la lucha contra el virus a centros sanitarios, Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado y otras entidades que se encontraban en primera línea de batalla contra la pandemia. Y en cuanto pudimos reabrir nuestra red de tiendas, lo hicimos con las mayores garantías de

seguridad y como la primera compañía en España que puso en marcha la certificación de Espacio COVID Protegido.

Esta agilidad y resiliencia se ha visto reflejada en unos resultados anuales que han superado nuestras previsiones al inicio de la pandemia. Casi hemos alcanzado 2.650 millones de facturación anual, con un aumento del 54,8% en la venta digital, contribuyendo una vez más a la riqueza nacional al tributar un total de 347,1 millones de euros y apostando por proveedores nacionales que representan el 72% de nuestras compras. En estos momentos era más fundamental que nunca seguir generando riqueza y dinamismo económico en España.

Seguimos poniendo el foco en la excelencia en la experiencia de los clientes para avanzar en nuestros objetivos. Por un lado, priorizando el respeto a unos plazos competitivos en todas nuestras entregas. Y por otro, creciendo de forma constante en el mercado digital con el desarrollo de las plataformas de comercio, supply y producto. Esta apuesta por la omnicanalidad incrementa nuestra eficacia, optimiza las capacidades de nuestros colaboradores y genera una movilidad más sostenible.

No cabe duda de que vivimos una época convulsa. Podemos convertirla en oportunidad si seguimos perseverando para que nuestra empresa sea útil e impacte de forma positiva en el hogar y en el entorno social, económico y medioambiental. Con la COVID-19 hemos reforzado nuestro compromiso con la sociedad y con el Pacto Mundial de Naciones Unidas, del que formamos parte, y seguiremos contribuyendo de forma decidida para lograr cumplir los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Porque cambiar el mundo está en nuestras manos y solo depende de nosotros.

El futuro inmediato está plagado de incertidumbres, pero nosotros vamos a continuar escuchando, conversando, colaborando y co-creando intensamente para seguir aportando valor en España. Muchas gracias a todos los que nos habéis acompañado en un año de grandes desafíos que nunca olvidaremos.

2

Mensaje del Departamento de Negocio Responsable



El año 2020 ha sido un reto para la sociedad española en su conjunto y, por supuesto, también para Leroy Merlin. Reaccionamos rápidamente como equipo al llegar aquellos primeros momentos de tanta urgencia y desabastecimiento de materiales básicos para lucha contra el virus. El equipo se puso manos a la obra y en tiempo record ya se estaban donando productos a hospitalares, residencias, centros sanitarios y Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado. Para los artículos no disponibles en nuestras tiendas, localizamos proveedores que proporcionaron todo tipo de enseres necesarios, como mantas o artículos de protección o desinfección.

La actuación decidida de la compañía en su lucha contra la COVID-19 fue reconocida por Merco como una de las empresas con mayor responsabilidad social y también al resultar ganadores en la categoría de gran empresa del Premio Supercuidadores. Aunque vivíamos momentos muy duros, no nos dejamos llevar por la pesadumbre. Nuestro Propósito como compañía nos lleva siempre a querer contribuir de forma positiva sobre el hogar y el entorno. Una contribución articulada en el II Marco de Negocio Responsable de la compañía cuya revisión iniciamos en 2020. Mediante un análisis de materialidad en el que han participado de forma activa nuestros colaboradores, surgieron una serie de asuntos que se han priorizado por su importancia para todos nuestros grupos

de interés. Una actualización en la que se ha integrado la estrategia “Make it positive” definida por ADEO en 2020 grupo al que pertenece Leroy Merlin y cuyo objetivo es maximizar el impacto positivo a través del desarrollo humano y mejora del hogar y entorno.

Estas páginas vuelven a reflejar los esfuerzos que ha realizado la compañía durante 2020 en materia de discapacidad, diversidad, acción social, cambio climático, economía circular y consumo responsable, además de nuestra apuesta por un hogar cada día más sostenible. También los avances que se han producido en materia de Buen Gobierno Corporativo, con la ética y la transparencia como principales herramientas. Una transparencia que aplicamos también a este documento al seguir las directrices y principios recogidos en los Estándares de Global Reporting Initiative (GRI) y que se complementa con una verificación externa.

Desde el Departamento de Negocio Responsable queremos agradecer especialmente a todos los que, año tras año, nos ayudan a sacar adelante esta radiografía de Leroy Merlin España. Gracias a ellos y al fuerte compromiso de todos los colaboradores hemos vuelto a avanzar en un año muy complicado en el que hemos tratado de ofrecer a la sociedad nuestra mejor versión.

3

Huella de Valor

En Leroy Merlin entendemos que la mejor manera de invertir es hacerlo localmente, donde operamos. Cuando invertimos en España creamos actividad y generamos riqueza. Contribuimos a ello a través de la generación de empleo, de las compras a proveedores nacionales, de la contribución tributaria y del impulso a la formación y la educación de todos. Todo ello tiene un impacto social, económico y presupuestario.

Leroy Merlin ha medido su impacto socio-económico en España, su Huella de Valor, que asciende en 2020 a

3.984 millones de euros. Esta cifra representa un importe equivalente a 1,8 veces la facturación anual de Leroy Merlin y supera en 37 veces los beneficios netos obtenidos por la compañía en 2020, lo que equivale a un 0,36% del PIB español en 2020.

Con estas cifras en la mano, podemos decir orgullosos que nuestra inversión y nuestros esfuerzos enfocados a la creación de valor en nuestro país, tanto económica como laboralmente, han superado nuestras expectativas.

PRINCIPALES VALORES



CUADRO RESUMEN IMPACTOS HUELLA DE VALOR

En 2020, con nuestra actividad, hemos generado un total de 31.738 empleos directos e indirectos



4

Nuestra casa

4.1. Modelo de negocio

Leroy Merlin es la compañía líder en acondicionamiento del hogar en España, especializada en bricolaje, construcción, decoración y jardinería y con un firme compromiso por la calidad, las personas y el medio ambiente.

UN AÑO DE RETOS Y OPORTUNIDADES

El año 2020 será recordado como el de la mayor pandemia que ha sufrido la humanidad en más de un siglo. A la crisis sanitaria producida por la COVID-19 se le ha añadido una crisis económica que ha tenido una particular incidencia en países como España, que tiene una fuerte dependencia en sectores relacionados con la movilidad y la actividad social.

Esto ha traído consigo unos meses de confinamiento y medidas restrictivas para contener la transmisión del coronavirus. Medidas que, a su vez, han acelerado el proceso de digitalización de la sociedad en su conjunto y que han obligado al sector empresarial a transformar sus procesos en cuestión de semanas.

A nivel global, las empresas se han convertido en el agente social que mayor confianza inspira¹, superando a Gobiernos, ONG y medios de comunicación. Una percepción lograda por su rápida respuesta durante la pandemia, con el desarrollo de vacunas en tiempo récord y por la rápida adaptación a nuevas formas de trabajo.

En este contexto, el sector del retail en España registró a finales de diciembre de 2020 un descenso de 29 puntos en el índice de confianza del consumidor², mientras la afluencia a centros comerciales acumulaba un descenso del 34% hasta noviembre, debido a los cierres y restricciones en todas las comunidades autónomas.

Al mismo tiempo, el comercio electrónico de bienes y servicios ha superado en el primer trimestre de 2020 los 12.243 millones de euros, un 14% más que en el mismo periodo del año anterior, según el último Informe de Comercio Electrónico publicado por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia de España (CNMC).

12.243 M€
EN COMERCIO ELECTRÓNICO

+14%
QUE EN EL 2019

Como se puede comprobar, desde el punto de vista de los riesgos, esta crisis ha hecho que se acrecienten los ya existentes en 2019. Por eso, la omnicanalidad, la ciberseguridad, la desigualdad social y económica, la lucha contra el cambio climático, los riesgos asociados a las cadenas de suministro globales o la igualdad de oportunidades son asuntos que van a seguir marcando el paso de nuestra estrategia. Una estrategia en la que la sostenibilidad resulta un pilar fundamental, por lo que seguiremos trabajando para lograr que se cumplan los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030.



Omnicanalidad



Ciberseguridad



Desigualdad social y económica



Lucha contra el cambio climático



Cadenas de suministro globales



Igualdad

¹Edelman. Trust Barometer 2020.

²ANGED. Resumen de indicadores. Diciembre 2020

SOMOS LEROY MERLIN

Leroy Merlin forma parte de ADEO, grupo empresarial con más de 130.000 colaboradores en todo el mundo, bajo el que operan diferentes marcas comerciales especializadas en el sector del bricolaje y el acondicionamiento del hogar.

Pioneros en España en el desarrollo del concepto de gran superficie especializada, ponemos hoy a disposición

de nuestros clientes, profesionales y particulares, un modelo comercial integrado por tiendas multiformato, tienda online y venta telefónica, que nos permite llegar a todos los rincones³.

En 2020 hemos inaugurado la nueva tienda de Dos Hermanas (Sevilla), alcanzando un total de 131 puntos de venta al cierre del año.

El eje central de la estrategia de Leroy Merlin, que guía las decisiones de la compañía a todos los niveles, es nuestro Propósito:

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

Para lograrlo, trabajamos cada día de acuerdo con nuestros valores y bajo el paraguas de nuestras políticas, procedimientos y programas de control, que buscan responder a las demandas de los distintos grupos de interés y hacer frente a los diferentes retos y riesgos.

Los fundamentos de nuestro negocio:

Nuestros valores



Nuestros mecanismos de gestión y control



Nuestra estructura organizativa se configura para dar una respuesta eficaz a estos objetivos:



*En junio de 2020, Alain Ryckeboer sustituyó a Ignacio Sánchez como CEO de Leroy Merlin España

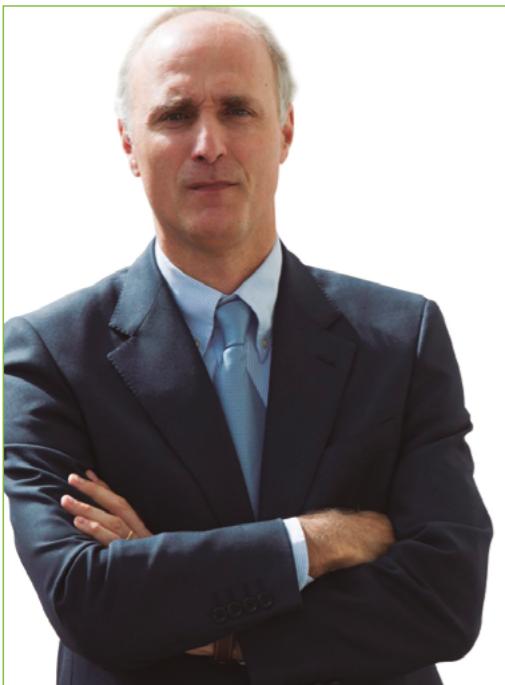
Nuevo Director General en Leroy Merlin España

En el mes de junio se produjo un importante cambio en la dirección de Leroy Merlin España. **Tras 11 años en el cargo, Ignacio Sánchez ha pasado a asumir la dirección general de Leroy Merlin Brasil.** Sánchez ha dejado como legado en España un histórico plan de expansión, la transformación omnicanal de la compañía y la implementación de un modelo logístico centrado en el cliente, así como la convergencia de Leroy Merlin con AKI.

En su lugar, **Alain Ryckeboer ha pasado a asumir el cargo de CEO de Leroy Merlin España.** Anteriormente ha sido el director general en Brasil, donde ha obtenido importantes éxitos, como la plataforma digitalizada y automatizada de los servicios. Este movimiento entre los mercados español y brasileño responde a la filosofía de la compañía de internacionalizar el talento y compartir experiencias de éxito.

Ignacio Sánchez

Dirección general en Brasil
desde 2020



Alain Ryckeboer

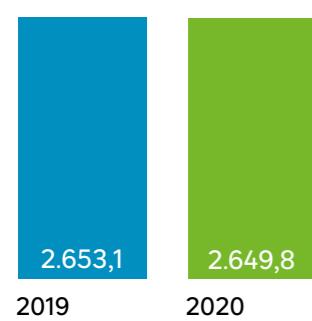
Dirección general en España
desde 2020



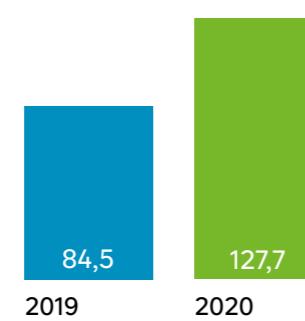
CREAMOS VALOR ECONÓMICO Y SOCIAL POSITIVO

Nuestro modelo nos permite una toma de decisiones informada y una gestión controlada de los recursos y los gastos. Con ello, aseguramos la solidez de la empresa a largo plazo, lo que nos permite a su vez seguir siendo actores del desarrollo económico local y la mejora del entorno vital de las personas. En 2020 hemos seguido generando rentabilidad para nuestros accionistas y riqueza para la sociedad:

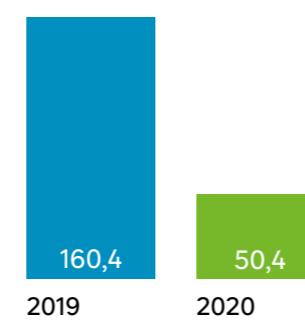
Cifras de ventas
Impuestos incluidos (millones de euros)



EBIT Corriente
(millones de euros)



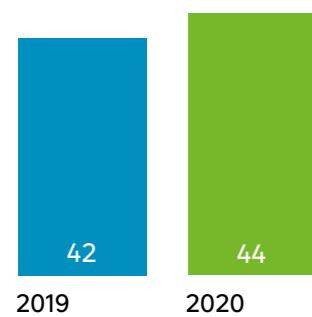
Volumen de inversión
(millones de euros)



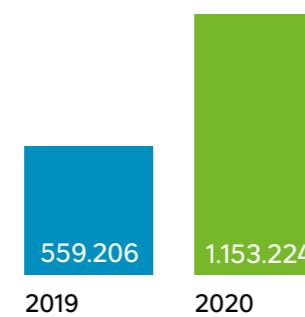
Incluye inversiones IT, logística, construcción sostenible, aperturas de nuevas tiendas y transformación de tiendas entre otros

*no incluye Inmobiliaria Leroy Merlin

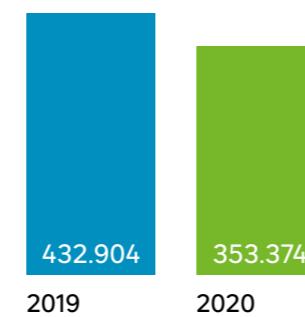
Visitas a nuestras tiendas
(millones de pasos por caja)



Inversión en acción social
(euros)



Total referencias
(nº)



2020: 353.374 referencias en catálogo de las que 173.066 se vendieron en el año

131

PUNTOS
DE VENTA
en España
en 2020

72%

de proveedores de mercancías
SON NACIONALES
1.502 proveedores nacionales
en 2020

3471 M€

PAGOS POR
TRIBUTOS
en España

1.529 M€

COMPRAS TOTALES
A PROVEEDORES
-1,61% sobre 2019

19%

de la gama
RENOVADA
en 2020

En materia tributaria, la compañía se rige por la **Política Fiscal** publicada en 2019, en la cual se definen estrategias y directrices. Los tributos exigibles se liquidan de acuerdo con el ordenamiento jurídico vigente. También se realizan actuaciones de prevención y reducción de los riesgos fiscales más significativos para que la tributación guarde una relación adecuada con la estructura y ubicación de la actividad, así como para facilitar la información y documentación con trascendencia fiscal que soliciten las Administraciones competentes. Asimismo, Leroy Merlin cuenta con procedimientos internos de revisión.

Además, Leroy Merlin asume una serie de buenas prácticas tributarias, como:

no utilizar estructuras de carácter artificiose ajena a su actividad propia

evitar las estructuras de carácter opaco con finalidades tributarias

actuar con total transparencia frente a la Administración Tributaria

4.2. Nuestros colaboradores

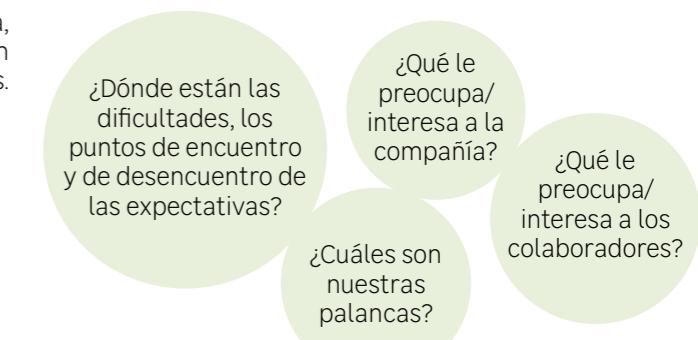
2020: RESPONDER A LO INESPERADO

La irrupción de la pandemia de la COVID-19 nos exigió articular una respuesta inmediata destinada a adaptar nuestra actividad a las restricciones impuestas por el Gobierno y, posteriormente, por las distintas comunidades autónomas.



Esta rápida reacción se llevó a cabo de forma atemperada, teniendo siempre en cuenta la tensión que generaba un suceso desconocido y sobre el que no había precedentes. Por eso, en los momentos iniciales de la crisis,

la comunicación interna se centró en responder a las principales preocupaciones de nuestros colaboradores:



COMUNICACIÓN INTERNA DURANTE EL ESTADO DE ALARMA

Se trataba de un proceso en el que había que entender y acompañar la curva de adaptación emocional para anticiparnos a posibles obstáculos. A partir del análisis de estos elementos, en 48 horas elaboramos un plan con varios escenarios potenciales. Este plan fue clave para enfrentarnos a 70 intensos días donde el vínculo se convirtió en algo prioritario. Por ello, las actuaciones se articularon en torno a tres ejes:



Comunicación directa e interactiva:

de forma continuada mediante reuniones virtuales diarias con los máñager. El diálogo antes que comunicados escritos de forma unidireccional.



Atención a la curva emocional:

a pesar del confinamiento, había que mantener a todos los colaboradores activos y al tanto de las novedades más relevantes, y reforzar el espíritu de equipo y los vínculos como compañía, además de facilitarles herramientas que los ayudaran durante la crisis y para el día después.



El liderazgo en la comunicación:

la calidad del liderazgo depende de la calidad de la conversación que se mantenga con el equipo. La situación requería tener respuestas a un mar de dudas que aparecían sin cesar, lanzando un mensaje realista, racional y lógico.



En concreto, se ofrecieron a los colaboradores herramientas, dinámicas y otras alternativas, como sesiones formativas a través de nuestro Campus, coformaciones y podcasts sobre innovación y concienciación en ciberseguridad, entre otras. También lanzamos un telediario que sirvió para informar diariamente de la actividad de la compañía durante el estado de alarma, así como iniciativas, concursos y buenas prácticas de los colaboradores para reforzar nuestra vinculación como equipo.

Todo ello nos permitió compartir novedades que nos mantuvieron conectados con el optimismo, las posibilidades y las oportunidades y, en definitiva, con un futuro que alumbraba un plan de recuperación y fortalecimiento:

+ Preparados para seguir. La excepcionalidad de la situación ha reforzado la humanización de herramientas que, a pesar de la distancia, nos hacen estar más unidos como equipo.

INICIATIVAS PARA COLABORADORES DESTACADAS DURANTE LA CRISIS SANITARIA:

- Complemento del 30% del sueldo para colaboradores en ERTE (100% reincorporados el 1 de junio).
- Préstamo a colaboradores por anticipo de venta de acciones en caso de emergencia financiera al 0% de interés.
- Programas online de bienestar físico y emocional.
- 10% de descuento adicional en compras Leroy Merlin.
- Más de 21.000 horas de formación online impartidas sobre habilidades (6 webinars) y productos (58 webinars).

Entre los meses de abril y mayo, la facturación se redujo drásticamente al cerrar las tiendas por el estado de alarma. Desde ese momento, la venta a distancia y la activación de tiendas "nodrizas" se convirtieron en los elementos principales para que la compañía pudiera continuar sus operaciones. Posteriormente, una vez se volvieron a abrir las tiendas, se planteó el objetivo común

de recuperar la facturación perdida durante el tiempo de confinamiento. Este objetivo se denominó "la Remontada" y buscaba **lograr 1000 millones de euros en ventas** para revertir la situación generada durante los cierres. Gracias a la cohesión y el esfuerzo conjunto de todos los equipos, se alcanzó esta cifra antes de terminar el mes de agosto.

¿Cómo lo logramos?

1



Creamos un espacio web exclusivo para informar y animar a la consecución de este objetivo, donde también se mostraban los progresos.

2

Activamos un **chat directo** con los directores regionales para ir notificando las novedades y que estos a su vez replicaran esta animación a sus equipos locales.



3



Planteamos un **objetivo simultáneo adicional: conseguir los 1.000 millones de euros de facturación** entre los meses de mayo, junio, julio y agosto. Para conseguirlo, nuestros colaboradores en tienda pusieron en marcha diferentes iniciativas, que compartían a través de la red social interna para replicarlas en otras localidades.

1.000 M€

alcanzados en ventas:
"La Remontada"

NOS TRANSFORMAMOS PARA SER MÁS ÚTILES

En 2020 hemos iniciado el proceso de consolidación del modelo de organización líquida que planteamos en 2018. Un modelo que promueve una transformación cultural profunda y que gira en torno al concepto de utilidad, donde es esencial eximir a los colaboradores de tareas donde no se crea valor para que puedan **dedicar su tiempo al cliente**.

Un modelo humano al servicio del cliente: hacia la transformación en plataforma multiservicios



Prioridades 2020

- 1 **Enriquecer la misión de control de gestión de las tiendas**, que evoluciona hacia una figura que anime al equipo a fomentar la venta.
- 2 **Poner los RR. HH. al Servicio del negocio**, dando a las personas el protagonismo en la transformación digital.
- 3 **Relación Cliente en tienda**: de un equipo de cobro a un equipo más implicado con el cliente.
- 4 **Células de Solución Cliente**: organización de grupos de trabajo en función de necesidades que se detectan en los clientes, y con el cliente en el centro de las decisiones.
- 5 **Nuevo modelo Organizativo Tienda (OCH)**: revisión de cómo están organizados los equipos de tienda para crear equipos más especializados en cada área de negocio.
- 6 **Reingeniería de procesos de tienda**: mejorar la experiencia de compra del cliente simplificando nuestros procesos, tanto en la web como en la tienda.
- 7 **Experiencia de Compra online**: trabajar un modelo de operativa que piense en cómo facilitar la compra al cliente, desde la búsqueda de información hasta la entrega del producto.



Con este enfoque, **en 2020 hemos puesto en marcha un nuevo modelo organizativo** que nos permite centrarnos en lo que genera más impacto para aportar más valor **al cliente y al colaborador**. Se trata de un modelo basado en objetivos de alcance corporativo, llamados OKR (Objectives and Key Results) de manera que las áreas, trabajando en red, definen sus propias actuaciones para alcanzar esos objetivos. Con ello se logra un grado de alineamiento muy elevado que potencia el resultado global y el esfuerzo conjunto.

De esta manera, los primeros proyectos piloto de células de solución cliente se han puesto en marcha este año. Estas células tienen como objetivo transformar los actuales departamentos en pequeñas unidades de negocio donde cada una es un especialista temático que se orienta a dar soluciones completas al cliente. De esta forma, **todos los equipos trabajan juntos y ofrecen una solución centrada en las necesidades del cliente, con una visión común y única**.

NUESTRA PRIORIDAD: PREVENIR LOS RIESGOS Y TRABAJAR SEGUROS

Asimismo, continuamos con nuestra meta de alcanzar lo antes posible el objetivo de **CERO accidentes**. Esta ambición se traduce tanto en las inversiones como en los programas que hemos puesto en marcha para la formación de colaboradores.

Y para lograrlo, la **Política de Salud, Bienestar y Prevención de la empresa** describe la necesidad de integrar la prevención de riesgos en todas las áreas y procesos de la compañía para garantizar la prevención de riesgos desde el origen. El sistema de gestión de la prevención de riesgos laborales de Leroy Merlin está basado en la ley 31/95 y la norma internacional OHSAS 18001, que abarca a todos los trabajadores de Leroy Merlin y a los colaboradores externos, a través del procedimiento establecido para la coordinación de actividades empresariales. Así, en



En 2020 se ha revisado el Plan de Prevención de Riesgos Laborales y se ha realizado la auditoría reglamentaria en materia de prevención de riesgos laborales. De esta forma se ha superado con éxito el seguimiento de la certificación OHSAS 18001 y para 2021 está prevista la migración de OHSAS 18001 a ISO 45001.

Una vez superada la fase de confinamiento al comienzo de la pandemia, teníamos que **garantizar una vuelta de colaboradores y clientes a oficinas y tiendas en condiciones de absoluta seguridad**. Por eso, en el mes de mayo tomamos la decisión de poner en marcha la certificación de los puntos de venta y oficinas como **Espacio COVID Protegido**. Se trata de un sello de confianza certificado por Audelco, referente en auditoría y certificación de la seguridad y la salud en el trabajo, que garantiza una gestión integral de la seguridad en las tiendas y que cuenta con revisiones periódicas.

cada centro existe una evaluación de riesgos, controles periódicos e inspecciones de seguridad.

Asimismo, todas las tiendas cuentan con un **comité de Seguridad y Salud** que se reúne trimestralmente para tratar las inquietudes, dudas y sugerencias en materia de seguridad y salud de los colaboradores. Además, los temas de mayor relevancia se tratan trimestralmente en la **Comisión Nacional de Seguridad y Salud**.

Además, **aplicamos el referencial Safety First** en nuestras tiendas y contamos con un equipo de Salud, Bienestar y Prevención de Riesgos laborales que se encarga de hacer un seguimiento de los indicadores de siniestralidad e impulsa actuaciones de mejora y sensibilización.

SEGURIDAD LABORAL: HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN A LOS COLABORADORES

16.659

PERSONAS FORMADAS EN 2020
sobre los riesgos del puesto

PLATAFORMA DE BIENESTAR 360°

Bienestar físico
Bienestar emocional
Salud integral
Bienestar financiero

40.479

HORAS DE FORMACIÓN
en prevención de riesgos laborales

PLAN DE FORMACIÓN DE PREVENCIÓN

Emergencias
Máquinas y equipos
Formaciones sobre los riesgos del puesto

LA “NUEVA NORMALIDAD” EN LEROY MERLIN COMPRENDE 5 EJES DE TRABAJO

Medidas higiénicas básicas

Medidas técnicas de distanciamiento personal

Medidas organizativas

Medidas de prevención de riesgos de contagio

Medidas de protección individual

EQUIDAD Y DIVERSIDAD: ASEGURANDO LAS OPORTUNIDADES

Nuestro compromiso con la igualdad de oportunidades empieza en nuestra propia organización y se extiende al conjunto de la sociedad. Siguiendo nuestro Propósito de “despertar en cada persona la motivación de crear entornos donde vivir mejor”, dirigimos nuestros esfuerzos a todas las personas igualmente. Así, buscamos garantizar el trato igualitario y reflejar la diversidad de la sociedad. En el ámbito interno, a través del desarrollo del **Plan de Igualdad y la Política de Discapacidad**. Y en el ámbito externo, con acciones que impulsan el empleo joven y la integración de personas con discapacidad, fomentando su inserción laboral directa y participando en programas de formación específicos que contribuyan a su desarrollo profesional.

Leroy Merlin está adherida al Chárter de la diversidad, que promueve la gestión de la diversidad como instrumento de transformación cultural para impulsar el progreso social y potenciar la competitividad económica.

Ambas esferas se contemplan en las 108 medidas del Plan de Igualdad de oportunidades y trato entre hombres y mujeres en Leroy Merlin. Este plan incorpora el protocolo de acoso y tratamiento de situaciones de acoso sexual y moral. Muchas de las medidas del Plan de Igualdad van más allá de los mínimos requeridos por la legislación, como las relativas a movilidad geográfica o a períodos de excedencia.



OBJETIVOS DEL PLAN DE IGUALDAD

- Sensibilización y formación en igualdad y diversidad
- Facilitar la conciliación
- Igualdad de oportunidades en procesos de selección
- Criterios claros y abiertos de promoción
- Representación equilibrada de hombres y mujeres
- Fomentar la corresponsabilidad
- Protocolo contra el acoso

Al finalizar el año 2020, según el análisis realizado por la empresa de servicios profesionales AON, el diferencial en las retribuciones de hombres y mujeres en Leroy Merlin se situaba en el 0,9%, muy por debajo del límite legal del 25% que determina la existencia de discriminación salarial por género. Con ello, **Leroy Merlin confirma la igualdad retributiva entre hombres y mujeres garantizando una remuneración equitativa en función del puesto**.

El año 2020 se ha cerrado con grado de cumplimiento del Plan de Igualdad del 91%, lo que supone que queda por desarrollar un 9% de las medidas previstas.

Algunas medidas previstas en el Plan de Igualdad de Leroy Merlin



Protocolo de selección no sexista y recomendaciones para una selección igualitaria.



En centros de nueva apertura, **diversificación de la plantilla** desde el comienzo de la actividad.



Incluir **módulos de igualdad en la formación** dirigida a la nueva plantilla y formación continua de la existente, incluidos mandos.



Corregir la subrepresentación en la empresa en determinados grupos o puestos.



Realizar **acciones formativas** de reciclaje profesional a los colaboradores que regresen de permisos o excedencias por cuidados.



Informar sobre los derechos de conciliación que tienen las parejas de hecho.



Difundir el protocolo específico de acoso sexual y por razón de género.



Informar a las empresas colaboradoras y proveedoras de la compañía de su compromiso con la igualdad de oportunidades.



Medidas específicas para **víctimas de violencia de género**.

Al cierre de 2020, la compañía había comenzado a trabajar en un **Plan de Diversidad para favorecer un entorno laboral más inclusivo**, que permitirá **impulsar el conocimiento, entendimiento y orientación** al cliente, aumentará la adaptación al cambio, favorecerá la innovación y mejorará el posicionamiento estratégico y la competitividad. Su materialización está prevista para el

primer semestre de 2021. Como primer paso, este año se ha celebrado un webinar sobre diversidad.

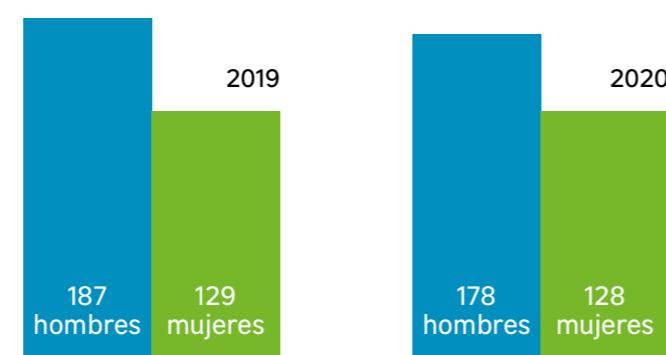
En diciembre de 2019 se constituyó la mesa para la negociación del segundo Plan de Igualdad, esta se paralizó durante 2020 debido a la pandemia y se espera cerrar el nuevo Plan de Igualdad a lo largo de 2021.

A pesar del contexto singular en que se ha desenvuelto el año, **hemos mantenido nuestros esfuerzos para seguir impulsando el empleo de las personas con discapacidad**, tanto por contratación directa a través de compras a centros especiales de empleo. Ese mismo esfuerzo se ha destinado a hacer nuestras tiendas y sede más accesibles.

Por ejemplo, en el mes de diciembre, hemos celebrado la Semana de la Discapacidad con motivo del Día Internacional de la Discapacidad. Esta semana cumplía un doble objetivo: normalizar la discapacidad e impulsar la contratación de personas de este colectivo. Entre las iniciativas llevadas a cabo en esta acción, se han incluido una campaña de normalización en redes sociales corporativas, una campaña de sensibilización interna con vídeos de colaboradores con discapacidad y un webinar de profesionales con discapacidad, así como acciones de formación centradas en la contratación de personas con discapacidad.

Los colaboradores con discapacidad supusieron en 2020 un 2,14% del total de colaboradores.

Colaboradores con discapacidad en plantilla



Por otra parte, la emergencia sanitaria ha dificultado la realización de los diferentes programas que, año tras año, dirigimos a jóvenes y a colectivos con dificultades de inserción laboral. Programas como FP Dual, prácticas y becas o el programa de graduados, dirigidos a impulsar el empleo juvenil, han visto reducidas las cifras de horas y resultados a raíz de las restricciones derivadas de la pandemia de COVID-19, con fuerte impacto en los meses finales del curso escolar 2019-20:

PROGRAMA DE PRÁCTICAS Y BECAS

	2019	2020
Número de alumnos que han realizado prácticas en Leroy Merlin	1.476	240
Número de incorporaciones al equipo Leroy Merlin	318	39
Porcentaje de alumnos incorporados a la plantilla	21,5%	16%

FP DUAL

Número de participantes	177	60
Número de estudiantes contratados	50	7
Centros con los que existe acuerdo (nº)	84	12

PROGRAMA DE GRADUADOS

Horas de formación	1.432	0
Número de tutores	32	90
Número de participantes	242	229

PROGRESANDO EN LM (UAM)

Número de participantes en el curso cerrado en el año	5	suspendido
Número de participantes que han accedido al programa de graduados	2	0

Además, hemos tenido que adaptar otros programas de inserción laboral a las circunstancias sanitarias. Se trata de programas como Integra, Incorpora, Inserta o los que realizamos en colaboración con la Fundación A la Par, para formación y prácticas en tiendas de jóvenes con discapacidad.

PROGRAMA FUNDACIÓN ÍNTEGA

	2019	2020
Nº personas en exclusión contratadas	3	3

PROGRAMA FUNDACIÓN A LA PAR

	CURSO 19-20	CURSO 20-21
Horas de formación	528	297
Nº de alumnos	12	9
Alumnos en prácticas	7	Suspendido

TALENTO QUE TRANSFORMA

En Leroy Merlin apostamos por el talento de forma decidida y por eso queremos garantizar el mejor ecosistema de aprendizaje, donde podamos combinar la satisfacción del cliente con la adquisición de conocimientos y habilidades necesarios para el desempeño diario de los colaboradores. Para ello, la compañía pone a su disposición un catálogo de formaciones que fomentan el autoaprendizaje y la mejora continua de los equipos.

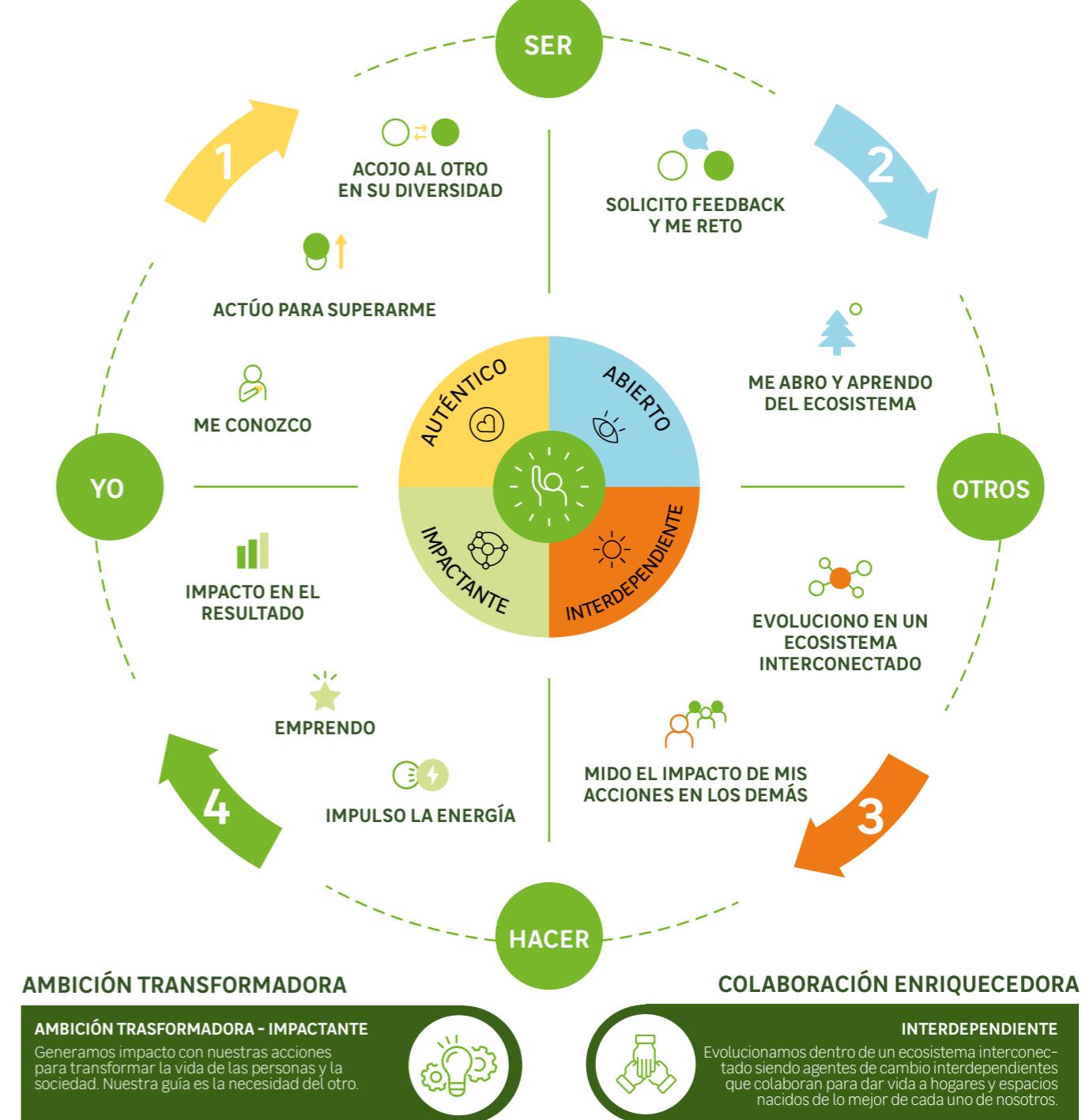
GENEROSIDAD INSPIRADORA

AUTÉNTICO

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



Estamos abiertos al entorno y 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.



Nuestro modelo de liderazgo empodera a los profesionales para ser líderes de su propio desarrollo, a través de la vivencia diaria de los valores de la compañía.

La pandemia no ha hecho mella en la consolidación del nuevo campus online de Leroy Merlin y además se ha desarrollado el nuevo cuadro de mando para seguimiento de la formación. Entre los principales logros de esta área, cabe destacar:

El aumento del número de especialistas.

COLABORADORES CON COMPETENCIAS MUY TÉCNICAS

20,45% → 58,41%
enero noviembre

Para ello, se aprovecharon los meses de confinamiento para crear experiencias de aprendizaje entre los colaboradores que les ayudarán a convertirse en asesores expertos y especialistas en cada materia, con sesiones formativas a través del Campus online, coformaciones, podcasts sobre innovación y concienciación en ciberseguridad, entre otras. En total:

8.400 → 47 → 21.000
COLABORADORES TALLERES HORAS
online de formación

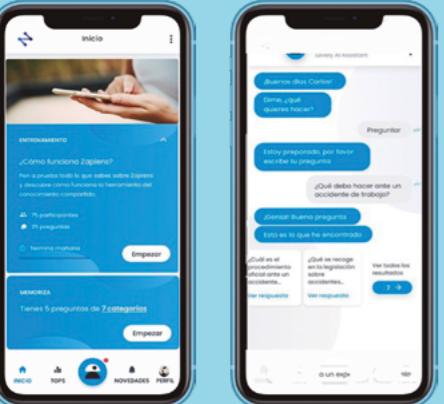
Con el objetivo de dar soluciones de valor a los clientes e inspirar en ellos la motivación de crear entornos donde vivir mejor.

II 01:00:00

También queremos destacar el **Proyecto Zapiens**, de inteligencia artificial aplicada a la formación. Durante el último trimestre de 2020 hemos llevado a cabo una experiencia piloto, en la que participaron 200 asesores proyecto de la sección de sanitarios, que nos ha permitido testar una solución de aprendizaje basada en inteligencia artificial. El reto era **hacer gestionable el conocimiento colectivo y disponer de un canal para asegurar y evaluar el aprendizaje**.

APLICACIÓN DE MICROENTRENAMIENTOS (WEB & APP)

permite detectar fortalezas y debilidades (aprendizaje y gaps de conocimiento) y establecer ranking



UN CHATBOT O ASISTENTE VIRTUAL (WEB & APP)

que ayuda a los usuarios a encontrar respuestas a preguntas relacionadas con el aprendizaje



Esta iniciativa ha sido muy bien valorada, con altas tasas de uso (experiencia de usuario, utilidad, gamificación) y una curva de aprendizaje rápida, lo que pone de manifiesto el potencial que tiene una herramienta que nos permite integrar rutinas de aprendizaje en el trabajo de los colaboradores.

La formación online y el formato webinar han sido claves para reforzar el conocimiento de los equipos durante la COVID-19.

15,3
HORAS DE MEDIA
de formación por
empleado

8.907 + 8.665
HOMBRES Y MUJERES
respectivamente formados

1.257.358€
INVERSIÓN ANUAL
en formación

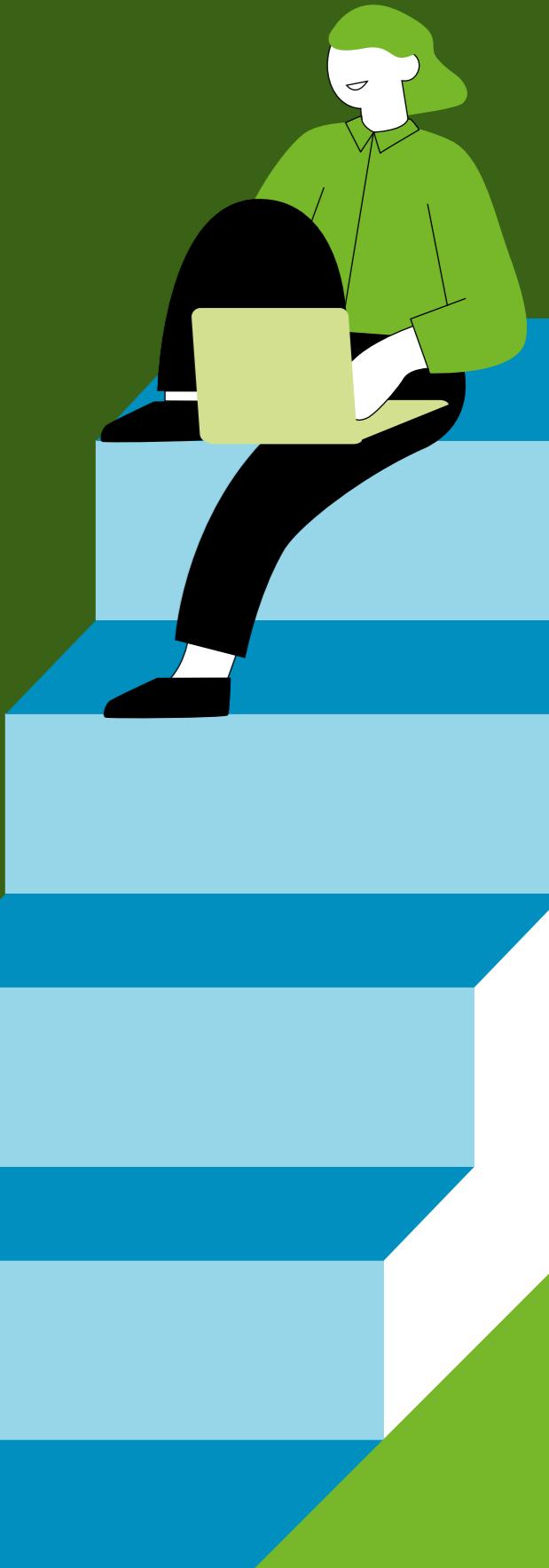
227.384
HORAS
de formación

EVALUACIÓN PARA SEGUIR DESARROLLANDO EL TALENTO

La evaluación del talento se realiza a través de **Ser+ 365**, una herramienta de reconocimiento que permite a los colaboradores con más de seis meses en la compañía evaluar funciones realizadas, competencias, objetivos asignados y el potencial de desarrollo y crecimiento de cada colaborador.

En 2020 se han incorporado a este sistema de evaluación las competencias *core* y globales del **nuevo modelo competencial**, que incluye también competencias específicas y un manual integrado en la herramienta. Desde este año, los planes de acción recogidos en Ser+ 365 están alineados con los OKR de la compañía.

Y 2021 será el año en el que empecemos a definir los itinerarios formativos en función de las misiones, en busca de una formación más focalizada en el cliente. Y continuaremos con el proceso de especialización de nuestros colaboradores con una nueva oleada de test de especialistas, profundizando además en el aprendizaje sobre las herramientas de gestión, los productos y sus familias. Y también está previsto desarrollar programas específicos dirigidos a mujeres directivas, colaboradores con discapacidad, talento senior y graduados.



EVOLUCIONAR EN BIENESTAR, CRECER EN COMPROMISO

Dentro del compromiso de Leroy Merlin con sus colaboradores, la apuesta por el talento se completa con la configuración de un **entorno de trabajo de calidad, enfocado al desarrollo profesional y personal** de manera conjunta. Un modelo que ha sido reconocido en repetidas ocasiones y también en este difícil año 2020:



Estos reconocimientos son producto de nuestro afán por medir el bienestar y el compromiso del conjunto de los colaboradores. Los **escuchamos para conocer de primera mano lo que les preocupa, lo que sienten, piensan o necesitan**. Esto aporta confianza en la dirección, fomenta el compromiso, la motivación y nos ayuda a identificar puntos fuertes y a impulsar acciones de mejora.

Para poder llevar a cabo esa escucha, pulsamos sus opiniones a través de diferentes fuentes: encuestas de clima, encuestas de pulso EXI ADEO, o pulsos por proyectos específicos (ej. Propósito y Valores). Y todo este proceso de escucha se complementa durante el año con el análisis de estudios externos que nos dan visibilidad sobre las grandes tendencias sociales y económicas. En 2021 enriqueceremos estas escuchas periódicas con el Proceso Visión 2030, que se enfoca en la construcción participativa del futuro de la compañía.

A lo largo del año se han realizado además 3 pulsos de la encuesta EXI (Index Experience Employee), el último en el mes de octubre, contando con la participación del 86% de la plantilla y obteniendo los siguientes resultados:

45 ENPS* 4,1 EXPERIENCIA General sobre 5 4 CONFIANZA en el futuro sobre 5

Adicionalmente, hemos desarrollado un estudio para conocer cómo se han sentido nuestros colaboradores durante los meses de marzo y abril, el periodo más duro de las restricciones sanitarias, donde observamos que se ha mantenido un alto nivel de estado emocional y grado de motivación.

*El Employee Net Promoter Score (eNPS) mide, en una escala de entre -100 y 100, la probabilidad de que un empleado recomiende nuestra organización como lugar de trabajo. Con ello se consigue medir la satisfacción y compromiso del equipo humano.

Datos Informe global de Momentos Escucha Colaborador COVID-19 (realizada del 15 de marzo al 18 de abril de 2020):

COLABORADORES	ESTADO EMOCIONAL	GRADO DE MOTIVACIÓN
Colaboradores en Tiendas (del 15 al 20 de marzo)	8,1	no disponible
Colaboradores con teletrabajo (encuestas del 15 al 20 de marzo)	7,9	8,1
Colaboradores en ERTE (encuestas entre el 30 de marzo y el 4 de abril)	7,2	7,2

En mayo, con el retorno a las tiendas y oficinas, lanzamos una nueva verbalización del Propósito a todos los colaboradores, realizando diferentes despliegues y acciones internas para su promoción, con el fin de integrarlo en las acciones de comunicación con los habitantes en todos los puntos de contacto.

Estos resultados solo son posibles en un entorno de confianza y bienestar, de apuesta por potenciar las capacidades y las oportunidades, donde todos los colaboradores se involucran y progresan hacia objetivos comunes:

93% colaboradores accionistas

44M€ entregados a colaboradores en el marco de las políticas de participación

100% directores de tienda

61% puestos de responsabilidad provienen de la promoción interna

RETRIBUCIÓN FLEXIBLE, con acceso a distintos beneficios (ticket restaurante, ticket guardería, seguros, idiomas, transporte...)

POR SER LEROY MERLIN, un espacio con ventajas comerciales para nuestros colaboradores | Plan de Empresa Saludable

Distintos canales de comunicación adecuados a diferentes objetivos:

- Entorno de trabajo Leroy Merlin.net
- Red social interna Workplace
- SER+ 365 para gamificación y evaluación del talento

RELACIONES LABORALES Y DIÁLOGO SOCIAL

El diálogo social en Leroy Merlin se desarrolla en dos planos:

En el ámbito colectivo se articula a través de ANGED, la patronal de grandes almacenes, de la que Leroy Merlin forma parte. El 100% de los colaboradores de Leroy Merlin están sujetos al convenio colectivo del sector de grandes almacenes. Además, aplica a todos los colaboradores el Acuerdo de Empresa de Leroy Merlin España, vigente desde 2018 y que mejora las condiciones laborales de todos los trabajadores.

En lo relativo a la empresa, se canaliza a través del Comité Intercentros. En el 95% de nuestros centros de trabajo existe representación legal de los colaboradores elegidos por los propios empleados, mediante la figura de los **Comités de Empresa y Delegados de Personal**. Y los marcos de referencia reguladores de este diálogo social son el Estatuto de los Trabajadores, el Convenio Colectivo de Grandes Almacenes y el Acuerdo de Empresa.

En el caso del Comité Intercentros, integra en su seno la **Comisión de Seguridad y Salud** que se celebra trimestralmente. En ella están representados los sindicatos mayoritarios y los responsables del área de Bienestar y Salud, con el objeto de tratar los temas que trascienden a los centros y afectan de manera global a la compañía.

En 2020, se han alcanzado nuevos acuerdos con la representación de los trabajadores, como resultado del diálogo social y la adaptación al actual contexto social y económico:

- **Acuerdo colectivo sobre las condiciones de la prestación de servicios** de las personas trabajadoras adscritas al canal de venta a distancia en régimen de trabajo a distancia, en vigor desde el 1 de octubre de 2020.
- **Acuerdo regulador del derecho a la desconexión digital** de las personas trabajadoras de Leroy Merlin, en vigor desde el 24 de junio de 2020. Este derecho ya se reconocía en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, si bien su puesta en práctica no se ha concretado legalmente hasta la aprobación del Real Decreto-ley 28/2020, de 22 de septiembre, de trabajo a distancia, tres meses posterior a la entrada en vigor del acuerdo conseguido en Leroy Merlin.



4.3. Comprometidos con la mejora

Nuestra compañía continúa inmersa en un proceso de constante transformación y adaptación. Para ello, seguimos diseñando equipos multidisciplinares con métodos de trabajo más abiertos y colaborativos. Este ha sido un año singular que se ha convertido en una oportunidad para abrir la puerta a nuevas formas de trabajar y de reforzar los impactos positivos de nuestro trabajo diario.

Leroy Merlin reforzó este año sus equipos de tienda con la incorporación de 2.000 personas durante la campaña de verano, para ofrecer asesoramiento en el acondicionamiento de terrazas y jardín, en un momento del año clave para este tipo de proyectos.

Plantilla a 31 de diciembre

2019

Total: 13.988

7.077

mujeres

2020

Total: 14.312

7.213

mujeres



Total plantilla a 31 de diciembre, según región y tipo de contrato

2020: Total
2019: Total



Queremos convertir la diversidad en el motor del crecimiento de la organización

Plantilla a 31 de diciembre, por género y edad

2019

Plantilla

	Edad	18-30	30-50	+ 50	Total		Edad	18-30	30-50	+ 50	Total
Plantilla	Hombres	1.654	4.728	529	6.911	Plantilla	Hombres	1.658	4.790	651	7.099
	Mujeres	1.634	4.860	583	7.077		Mujeres	1.604	4.908	701	7.213
	Total	3.288	9.588	1.112	13.988		Total	3.262	9.698	1.352	14.312

	Edad	18-30	30-50	+ 50	Total		Edad	18-30	30-50	+ 50	Total
TOP 700	Hombres	23	539	77	639	TOP 700	Hombres	20	495	77	592
	Mujeres	23	192	14	229		Mujeres	27	179	10	216
	Total	46	731	91	868		Total	47	674	87	808

Distribución de la plantilla en porcentaje

2019

Plantilla

	Edad	18-30	30-50	+ 50	Total		Edad	18-30	30-50	+ 50	Total
Plantilla	Hombres	50,3%	49,3%	46,6%	49,4%	Plantilla	Hombres	50,8%	49,4%	48,2%	49,6%
	Mujeres	49,7%	50,7%	52,4%	50,6%		Mujeres	49,2%	50,6%	51,8%	50,4%
	Total	23,5%	68,5%	7,9%	100%		Total	22,8%	67,8%	9,4%	100%

	Edad	18-30	30-50	+ 50	Total		Edad	18-30	30-50	+ 50	Total
TOP 700	Hombres	50,0%	73,7%	84,6%	73,6%	TOP 700	Hombres	42,6%	73,4%	88,5%	73,3%
	Mujeres	50,0%	26,3%	15,4%	26,4%		Mujeres	57,4%	26,6%	11,5%	26,7%
	Total	5,3%	84,2%	10,5%	100%		Total	5,8%	83,4%	10,8%	100%

*El Top 700 comprende a todas las personas de la compañía que pertenecen al comité de dirección de las tiendas y de los servicios centrales.

5

Contribuimos
a mejorar el
entorno

En momentos de dificultad como los actuales, la cooperación y la colaboración resultan fundamentales para lograr impactos positivos en nuestro entorno. Por eso, en Leroy Merlin buscamos consolidarnos como una **empresa que sea también plataforma de cambio**, combinando la utilidad para el cliente, principal destinatario de nuestra actividad, con la mejora del entorno vital de nuestras comunidades. Para ello, trabajamos desde nuestra gestión diaria con un compromiso activo que facilite la puesta en marcha de iniciativas para un mejor desarrollo social, económico y ambiental.

5.1. El negocio responsable en Leroy Merlin

Leroy Merlin España despliega su negocio responsable a través de su **Marco de Responsabilidad Empresarial** (Marco RSE), estructurado en cuatro ejes de trabajo: ética, sociedad y personas, medio ambiente y hogar. El Marco es una guía de extrema utilidad para la compañía, que ha evolucionado y mejorado gracias a una escucha activa y un diálogo permanente con todos nuestros grupos de interés.



El primer marco se lanzó en el año 2012. El segundo arrancó en 2016 y en 2020 hemos comenzado su revisión, acompañándonos de nuestros grupos de interés e integrando sus opiniones. Para ello, hemos emprendido una serie de diálogos a escala nacional que sirven para identificar los grupos de interés de mayor calado y los asuntos que estos consideran más relevantes, con el objetivo de adaptar este marco a sus expectativas y necesidades.

INTERCONECTADOS CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

A partir de nuestro Propósito, despertar en cada persona la motivación de crear entornos donde vivir mejor, se diseñó la revisión del Marco RSE. El primer paso fue realizar una serie de dinámicas y talleres con un grupo representativo de 30 colaboradores de la compañía (incluyendo distintas localizaciones geográficas, departamentos, edades y

áreas de especialidad), que nos permitió diseñar el mapa de grupos de interés y sus subgrupos. Consideramos que **nuestros grupos de interés son todos aquellos sobre los cuales nuestras acciones tienen impacto, repercusión o influencia, o ellos la tienen sobre nosotros**. Estos son nuestros grupos de interés:



En este mapa, los grupos identificados se clasificaron en función del impacto en relación con la compañía. Además, como resultado de estos talleres se identificaron diferentes temas cuyo relevancia se contrastó con los distintos grupos de interés a través de encuestas.

Temas clave para nuestros grupos de interés



MAKE IT POSITIVE: UNA EMPRESA POSITIVA Y ÚTIL

En 2020 ADEO puso en marcha la estrategia **MAKE IT POSITIVE**, destinada a crear un modelo de empresa positiva y útil que contribuye a la mejora de su entorno. A lo largo de este año hemos desarrollado diferentes talleres para su conocimiento y sensibilización entre nuestros colaboradores. Además, MAKE IT POSITIVE ha formado parte del proceso de revisión del Marco RSE de Leroy Merlin, contribuyendo a su enriquecimiento.

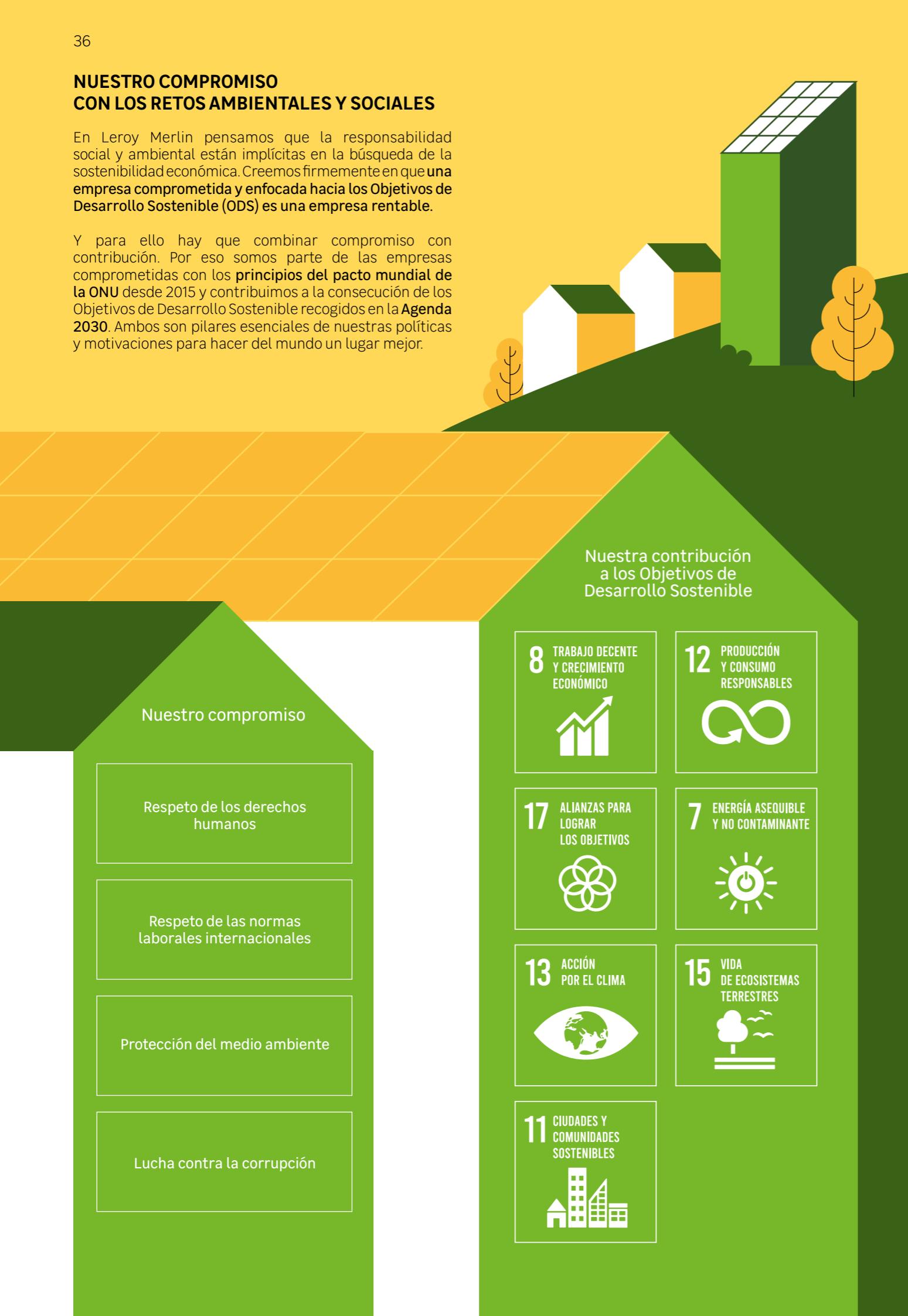
MAKE IT POSITIVE integra 28 compromisos y un manifiesto para convertir el hogar en un lugar positivo donde vivir, en diversos ámbitos de actuación:



NUESTRO COMPROMISO CON LOS RETOS AMBIENTALES Y SOCIALES

En Leroy Merlin pensamos que la responsabilidad social y ambiental están implícitas en la búsqueda de la sostenibilidad económica. Creemos firmemente en que **una empresa comprometida y enfocada hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) es una empresa rentable**.

Y para ello hay que combinar compromiso con contribución. Por eso somos parte de las empresas comprometidas con los **principios del pacto mundial de la ONU** desde 2015 y contribuimos a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible recogidos en la **Agenda 2030**. Ambos son pilares esenciales de nuestras políticas y motivaciones para hacer del mundo un lugar mejor.



5.2. Ecoinnovaciones

En Leroy Merlin nos comprometemos con la innovación, uno de los pilares de nuestro marco RSE. De aquí a 2025, vamos a acelerar la transición hacia un hogar positivo con 100 soluciones entre 2021 y 2025 que, además de innovadoras, serán accesibles para todos y estarán integradas en nuestras gamas y soluciones ya existentes.

Para lograr un objetivo tan ambicioso, aceleramos la investigación y el desarrollo de nuevas soluciones por medio de la colaboración con empresas expertas, como por ejemplo, **Solar Impulse**. También innovamos en las prácticas comerciales, para que cada nueva operación integre un equilibrio entre las dimensiones económica, medioambiental y humana. En definitiva, para desarrollar un modelo de negocio sostenible.

Nuestro objetivo es que en 2030 estas innovaciones supongan un 20% de nuestra cifra de venta en los mercados del hogar positivo. También que cada uno de los hogares genere por sí mismo un impacto positivo en el medio ambiente y para las personas.

Para ello, ofrecemos soluciones que permitan vivir mejor, en un espacio saludable, que además sea económico en términos de consumo de energía y agua.



NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO

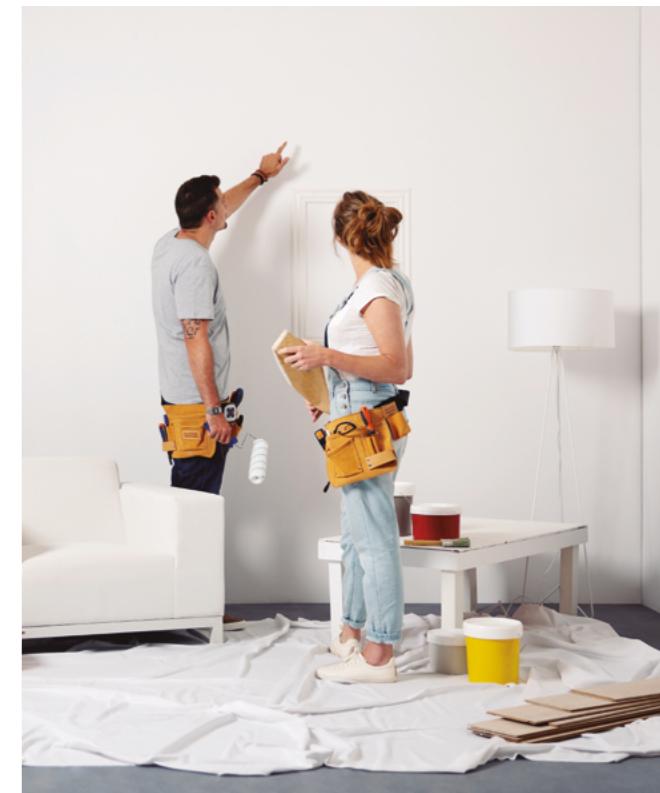
Estamos desarrollando nuevas fórmulas que permitan un ahorro tanto en recursos como en financiación, como el servicio de **alquiler de herramientas o la venta a distancia**. Estos nuevos modelos de negocio tienen un objetivo claro: **reducir el consumo por habitante como única manera de construir un futuro sostenible para el planeta**. Para ello:

Aportamos respuestas novedosas

Desarrollamos modelos que reducen los desplazamientos

Damos prioridad al uso frente a la propiedad, prolongando el periodo de uso de los productos mediante el alquiler, la economía circular, etc.

Construir un futuro sostenible





En Leroy Merlin trabajamos bajo el modelo del DIY (hazlo tú mismo), donde el cliente realiza la compra y le explicamos cómo montarla en el hogar, poniendo además a su disposición los servicios que necesita. Como complemento, en 2020 creamos Hogami, una plataforma de servicios con un objetivo muy claro: nuestra empresa se convierte en una intermediaria de servicios que **pone en contacto a clientes con profesionales para que mejoren sus hogares y/o solucionen sus problemas**, ampliando así las posibilidades de elección de los clientes que necesitan una asistencia adicional para llevar a término sus proyectos.

Este marketplace ha evolucionado en tiempo récord durante 2020. Además de montaje, instalación y reparación, ofrece otros servicios que van más allá de los que están disponibles en nuestras propias tiendas, como pintura, suelos, limpieza, mudanzas, climatización, parquetistas, pequeñas instalaciones y "manitas".

Venta telefónica

En 2020 hemos lanzado e incorporado la venta telefónica de forma permanente, una innovación que se adapta a las necesidades del cliente a la vez que apuesta por la sostenibilidad al evitar desplazamientos y asesorar en compra responsable. Se trata de un modelo único en el mercado, ya que permite atender al cliente según su necesidad mediante un equipo de 92 vendedores especializados que llegó a tener 800 colaboradores dando servicio en algunas semanas de abril y mayo.

El proyecto de venta telefónica ya estaba en marcha, pero se ha acelerado por las circunstancias excepcionales de la pandemia. Ante este hecho inesperado, nuestra compañía ha tenido la capacidad de reaccionar con agilidad reforzando el asesoramiento a clientes, particulares y profesionales a través de un canal telefónico. Posteriormente, este canal se ha completado con la prestación del servicio a través de chat y de WhatsApp.



El éxito de este nuevo servicio de asesoramiento al cliente ha hecho que se sume de forma permanente al ecosistema de canales a disposición de los clientes y se ha convertido en un complemento a la experiencia online de la compañía.

En su función de intermediario, Leroy Merlin valida a cada uno de los profesionales que se dan de alta en esta plataforma, con requisitos muy exigentes en cuanto a profesionalidad, transparencia y con respecto a sus obligaciones fiscales y empresariales. Y desde Leroy Merlin también se funciona con total transparencia al dar a conocer a nuestros clientes, y a los no clientes que puedan requerir estos servicios, desde la elaboración del presupuesto a cómo se reparte entre el proveedor y Hogami.

450 PROFESIONALES homologados por Hogami en 2020



100.000 PRODUCTOS en catálogo digital

69,1 M€ VENTA A DISTANCIA telefónica y WhatsApp

457.521 PEDIDOS

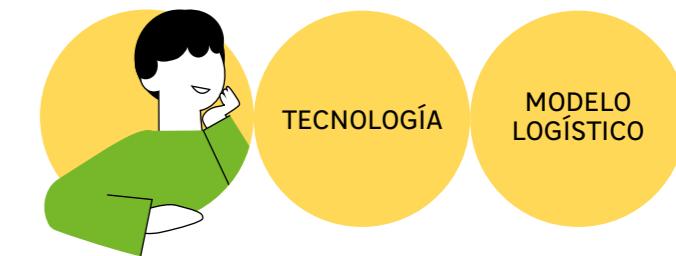
Con esta innovación, hemos querido ayudar en unos momentos de incertidumbre en los que podían surgir averías importantes en el hogar o se necesitaban bienes de primera necesidad. También ha permitido a los clientes aprovechar el tiempo en casa para realizar proyectos de acondicionamiento del hogar, contribuyendo a sobrellevar el aislamiento del confinamiento.

Este nuevo servicio de venta se ha implementado en tiempo récord y se ha ido ampliando progresivamente a medida que la demanda de los clientes crecía durante las semanas en las que las tiendas tenían que permanecer cerradas.

En algunos momentos del confinamiento, la venta telefónica ha llegado a representar más del 60% de la facturación total de la compañía.

5.3. Llegar a todos los hogares

Queremos llegar a todos los hogares para que puedan iniciar la revolución del hogar positivo. Una revolución que requiere de una cadena de suministro inteligente, eficaz y sostenible con dos pilares muy relacionados: la tecnología y el modelo logístico. Ambos dan satisfacción al cliente, desde la elección del producto hasta que lo tiene en sus manos.



UNA TRANSFORMACIÓN DIGITAL NECESARIA

Las personas tenemos acceso a más información que nunca a través de internet pero seguimos necesitando asesoramiento e inspiración. Comparar un producto con otro es más o menos sencillo por sus características, precio o tiempo de entrega. Sin embargo, no es fácil comparar experiencias a la hora de enfrentarnos a nuestros proyectos, y necesitamos orientación.

La información que requiere el cliente sobre su pedido y la necesidad que tiene de saber cuándo se lo vamos a poder entregar en su casa, nos exige manejar los procesos y la tecnología de forma eficaz. Esta última se convierte en un socio indispensable de nuestro negocio y por eso buscamos convertir a cada colaborador de Leroy Merlin en el mejor aliado de la transformación digital de nuestra empresa.



La tecnología, un pilar básico de nuestro negocio

La emergencia sanitaria en marzo de 2020 requirió de las empresas una reacción rápida, que permitiera respetar las restricciones a la vez que se mantenían los mejores niveles de atención al cliente. Ese fue nuestro caso, porque el alto nivel de digitalización que teníamos en ese momento nos permitió continuar trabajando y acompañando a nuestros clientes en sus necesidades y proyectos.

La rapidez de los acontecimientos en la semana del 9 de marzo de 2020 supuso que, antes incluso de la declaración del estado de alarma por parte del Gobierno de España y de la declaración de pandemia mundial por la OMS, en Leroy Merlin ya empezamos a prepararnos para que todos los colaboradores de nuestras Oficinas Centrales pudieran teletrabajar.



Por otra parte, la situación no detuvo los proyectos más estratégicos o con un alto valor táctico. Durante el conjunto del año 2020 hemos seguido avanzando en diferentes proyectos orientados a acompañar a nuestros clientes, favorecer la eficiencia en los traslados de productos y aprovechar el gran potencial de los datos para la gestión del negocio.



CENTRADOS EN LOS CLIENTES

En la segunda quincena de marzo, diseñamos un nuevo canal para seguir ofreciendo el mejor acompañamiento de nuestros clientes: la venta telefónica (teléfono, chat y WhatsApp). Para ello, redirigimos las ventas a 43 tiendas principales (tiendas nodrizas) y utilizamos los sistemas de cada una de ellas para facilitar el trabajo de nuestros colaboradores. Se habilitaron 30 extensiones por tienda y 30 escritorios virtuales, junto con el acceso remoto a cajas.

Además, impartimos la formación necesaria durante este proceso. Ya en el último trimestre del año, con la consolidación definitiva del canal, se mejoró el sistema desde el punto de vista organizativo y tecnológico, permitiendo desviar las llamadas a dependientes especializados, con un mecanismo que detecta el interés de nuestros clientes mediante reconocimiento del habla. Hemos alcanzado una cifra de venta de 69,1M€.

Por otro lado, se han realizado mejoras en la web, facilitando el acceso y la venta de stock desde nuestras tiendas. Hemos alcanzado:

234 M de visitas **91 M€ en ventas web**

Finalmente, hemos iniciado un proyecto que nos permitirá disponer de una plataforma altamente escalable en la nube en 2021, para mejorar de forma significativa la experiencia de nuestros clientes y la cantidad de productos, actualizaciones de precios y disponibilidad.

Tecnología segura

Cada día, nuestros especialistas trabajan en la gestión de vulnerabilidades ante nuevos tipos de ciberataques. Nuestro equipo de ciberseguridad ha blindado en 2020 nuestra plataforma de colaboración y mejorado la seguridad perimetral en nuestros centros logísticos y tiendas. Esto garantiza el buen servicio al cliente y, sobre todo, su privacidad.

No se han detectado en 2020 brechas de ciberseguridad



SEGUIMIENTO DEL PRODUCTO

Desde este año, contamos con una nueva herramienta que nos permite conocer en tiempo real el stock en nuestros centros de distribución, tiendas y reservas. También podemos trasladar dicho stock hasta la tienda donde el cliente quiere recogerlo o a su domicilio.

Con esto somos capaces de trazar todos los pedidos de nuestros clientes desde nuestras tiendas y centros logísticos en tiempo real. Esto nos permite:

- **mejorar la experiencia del cliente**, que puede saber en todo momento dónde se encuentra su pedido y tiene la oportunidad de dar su opinión sobre la entrega.
- **ayudar a nuestros transportistas a optimizar sus rutas**, haciendo sus trayectos más eficientes y reduciendo su impacto ambiental.

Si queremos seguir marcando la diferencia, la sincronización de nuestros procesos internos debe ser óptima para responder a las necesidades de los clientes. Por eso hemos desarrollado diferentes herramientas que facilitan la relación entre el cliente y nuestras tiendas. Por ejemplo, proyectos como la gestión de citas nos han permitido abordar esta necesidad de una forma totalmente omnicanal, además de optimizar nuestra capacidad de atención en tienda en un momento donde reviste especial importancia el control del aforo de las instalaciones.



EL VALOR DE LOS DATOS

Todas nuestras actuaciones han estado dirigidas mediante decisiones basadas en datos: aprender, mejorar y crecer. Pero no es suficiente con acumularlos, es indispensable el gobierno de esos datos: la **calidad del dato y su gestión correcta son elementos que incrementan la utilidad del dato**, y esto hace de los bits un valor para nuestra organización.

Por eso, estamos desarrollando diferentes iniciativas que nos ayuden a responder mejor a los requerimientos de nuestro negocio, mediante la difusión de las mejores prácticas y el suministro de datos que nos permiten adelantarnos a los problemas y facilitar información en tiempo real a nuestros clientes.

LOGÍSTICA: LA IMPORTANCIA DE LA CADENA DE SUMINISTRO

La logística resulta esencial cuando el objetivo es proporcionar al cliente la mejor y más rápida experiencia de compra del mercado. En este campo somos conscientes de nuestras fortalezas, pero también de los aspectos que podemos mejorar. Por eso, en el año 2020 hemos desarrollado un plan de trabajo sustentado en los siguientes pilares:



Las restricciones a la movilidad que ha traído la emergencia sanitaria han supuesto un gran impulso en los hábitos digitales de nuestros clientes. Por eso, nos hemos adaptado con agilidad gracias a la tecnología y a una reorganización de funciones y procesos que se focaliza aún más en el cliente y en sus necesidades. Más allá de completar una tarea detrás de otra, nos hacemos responsables del ciclo completo que transcurre desde que el cliente empieza a realizar su elección hasta que el producto agota su vida útil:

- 1** Se ha **optimizado el número de referencias** en el catálogo, adecuándolo a las capacidades reales de garantizar el cumplimiento de la promesa de entrega al cliente.
- 2** Hemos **reforzado el equipo de logística** presente en las tiendas, lo que nos permite ser más eficientes y adaptarnos a las particularidades de cada región.
- 3** Desde el mes de diciembre está operativa la **recogida en tienda de pedidos** procedentes de sus almacenes (pick up), una prestación que reduce las esperas del cliente, aumenta la seguridad y permite mantener el contacto directo con este.
- 4** Para cada región, hemos designado **tiendas de referencia que funcionan como almacenes**, lo que permite que todos los clientes de sus áreas de influencia puedan tener acceso a servicios que antes no estaban disponibles.
- 5** El área de logística aglutina desde este año las direcciones de **B2B, B2C y logística inversa**. Se ha creado además una nueva dirección de reporting, que nos ayuda a tomar decisiones eficientes basadas en los datos.
- 6** Hemos implantado un **equipo de solución de incidencias** en la plataforma logística de Meco.

La plataforma logística de Meco, en la Comunidad de Madrid, se concibió para conseguir entregas en 24/48 h en toda la Península o en el mismo día en Madrid. Operativa desde principios de 2020, ha sido esencial para atender el fuerte incremento registrado este año en las ventas, superior al 30%. La instalación cuenta con la certificación LEED Platinum, el máximo reconocimiento internacional para edificios sostenibles.



La capacidad logística de la compañía también ha recibido en 2020 un impulso sustancial gracias a nuevas infraestructuras. En noviembre se ha inaugurado la Plataforma Regional de Valencia –un modelo que se extenderá a otras regiones– y se ha iniciado la ampliación del centro logístico Torija, que finalizará en 2021. Asimismo, en noviembre se ha cerrado el centro logístico de Cabanillas del Campo (Guadalajara).

Pero esto no supone el fin de las mejoras que queremos implantar en materia de logística porque nuestra vocación es consolidarnos como empresa de referencia que sigue contribuyendo a mejorar la experiencia del cliente. Para ello, en 2021 tenemos previsto que en Madrid y Valencia puedan servirse los pedidos en 24 horas y que las tiendas con una gran población de referencia funcionen como mini almacenes, empezando por Sevilla, Madrid, Barcelona y Málaga.

5.4. Diálogo activo con los clientes

Leroy Merlin aplica los principios de la **economía circular para ser una empresa plenamente sostenible** pero también apuesta por una organización circular en su relación comercial con los clientes, para que todo comience y termine a través de un diálogo activo con ellos.

Para ello, creamos diferentes espacios adaptados a su realidad. Aspiramos a superar sus expectativas, facilitamos sus procesos de compra y trascendemos la mera venta de producto por medio de una relación mucho más amplia, que pasa por la solución de sus problemas y el apoyo para

que pueda crear un hogar positivo y sostenible.

Pasamos de una mera venta de producto a **ofrecer asesoramiento global para la mejora integral del hogar**, incluyendo el asesoramiento energético. Ya no solo nos dirigimos a clientes particulares sino también, a través de nuestros servicios para grandes cuentas y para empresas, a sectores muy diversos, ofreciéndoles proyectos de adecuación, rehabilitación y reforma, así como suministro de mercancías.

EL CENTRO DE NUESTRA ESTRATEGIA

Nuestras relaciones se basan en un modelo omnicanal orientado a clientes y consumidores conscientes e hiperconectados. Un modelo integrado por distintos elementos que busca mantener un **diálogo fluido** con ellos para dar respuesta a sus necesidades:



La **Comunidad Leroy Merlin** es un espacio digital, que cumple ya seis años y sigue creciendo en visitas y usuarios, donde los usuarios comparten su conocimiento, experiencias y proyectos con nuestros colaboradores. En el año 2020:

13.603.681
VISITAS

241.543
REGISTRADOS

214
COLABORADORES ANIMADORES

(* En 2020, a causa de la emergencia sanitaria, solo pudimos realizar 736 talleres presenciales, entre el mes de enero y febrero. Pero se lanzaron talleres en versión digital para seguir acompañando a los habitantes en sus proyectos DIY.

UNA EMPRESA PROTEGIDA FRENTE A LA COVID-19

Una buena relación con nuestros clientes comienza por garantizar su salud, así como la de todos los que visitan nuestras tiendas (colaboradores, proveedores, etc.). Leroy Merlin se ha convertido en la primera compañía en España en poner en marcha la certificación de sus puntos de venta y oficinas como "Espacio COVID Protegido". Se trata de un sello de confianza certificado por Audelco, referente en auditoría y certificación de la seguridad y salud en el trabajo, que garantiza una gestión integral de la seguridad en las tiendas.



NUESTROS CLIENTES NOS AYUDAN A SER MEJORES

La cercanía con nuestros clientes y el afán por mejorar cada día nuestro servicio de atención al público son dos de las claves de nuestro éxito. Por eso hemos implementado diferentes herramientas de escucha activa que nos permiten conocer de primera mano su nivel de satisfacción y nuestros puntos de mejora. También contamos con sistemas de evaluación de la satisfacción del cliente:

EN NUESTRA PÁGINA WEB

Los **clientes pueden puntuar los productos** que han adquirido, con un sistema que refleja su grado de satisfacción junto a la ficha de cada referencia. En 2020:

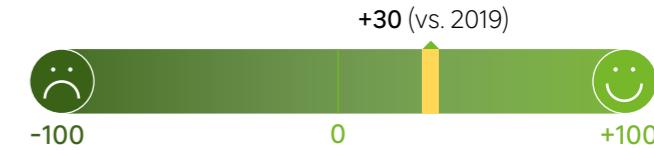


Para los productos con más de 10 valoraciones y con una valoración media igual o inferior a 3 se establecen planes de mejora.

NET PROMOTER SCORE (NPS)

Es un indicador internacional que mide la **fidelidad de los clientes** y los clasifica según su grado de satisfacción, lo que nos ha permitido saber nuestro nivel real de calidad en el servicio y nos guía para trabajar nuevos productos, disponibilidades reales o calidad de los servicios. En esta evaluación, de carácter diario, participan los clientes que acuden a nuestras tiendas y los que llaman a nuestro servicio de atención al cliente para cualquier duda, reclamación, felicitación o consulta. En 2020 la puntuación acumulada ha sido:

Tiendas físicas:



Atención al cliente (vía telefónica):



1.867 → **100%**
QUEJAS TRAMITADAS RESUELTA

(- 7% vs. 2019)

SERVICIOS PARA UN HOGAR POSITIVO

La revolución del hogar positivo que promovemos requiere de un abanico de servicios que están muy ligados a una sostenibilidad cada vez más demandada por los clientes y la sociedad en su conjunto. Nuestro objetivo es convertirnos en la empresa referente de los servicios del hábitat, por el valor de nuestra oferta de soluciones y la satisfacción generada en los clientes y colaboradores.

Clientes PRO

Hemos potenciado nuestra relación con el cliente profesional con la mejora continua de la atención a **clientes de los sectores de interiorismo, construcción, decoración y reformas**:

Un servicio integrado de acompañamiento en todas las fases de las obras.

Un asesoramiento realizado por nuestros asesores PRO, profesionales de Leroy Merlin altamente especializados en las diferentes disciplinas y que entienden las necesidades concretas del cliente experto.

Además, Leroy Merlin proporciona a los clientes profesionales servicios especiales como:

-  Bonificación mensual por compras
-  Presupuestos individualizados
-  Asesoramiento personalizado en la gestión
-  Preparación y transporte de pedidos
-  Fórmulas de financiación

A través del **Club PRO**, en el que están inscritos miles de profesionales del sector, la compañía ofrece asesoramiento y políticas comerciales que se adecúan a cada situación, con el fin de responder a las distintas necesidades de los clientes.

En mayo de 2020, antes de la reapertura del comercio minorista, Leroy Merlin abrió al cliente profesional 57 puntos de venta en toda España para que pudieran comprar directamente en la tienda, con la posibilidad de hacer pedidos por teléfono y recibirllos en **24 horas** o incluso 3 horas en el caso de algunas tiendas.

Grandes cuentas y proyectos llave en mano

Se trata de un **servicio de reformas integrales y proyectos llave en mano** para los Grandes Proyectos, donde ofrecemos todo lo necesario para crear, mejorar o ampliar cualquier negocio o nueva intervención. El servicio se ofrece a empresas y a particulares, e incluye tanto servicios de asesoramiento como otros relacionados con la ejecución de las obras.

Destacan especialmente en esta área los trabajos con sectores como el hotelero o el hospitalario, donde la crisis sanitaria vivida en 2020 ha supuesto importantes cambios de tendencia y ha requerido por parte de Leroy Merlin un singular esfuerzo de adaptación: con la entrada en vigor del estado de alarma en el mes de marzo, la compañía paralizó todas las obras en curso, pactando con los clientes la reanudación cuando las circunstancias lo permitiesen. En la segunda mitad del año, la demanda se ha focalizado en las actividades de mantenimiento y, pese a las dificultades del mercado hotelero, **hemos avanzado en eficiencia y cifra de ventas, y nos han certificado como proveedores B2B grandes empresas como Santander, Mapfre, BBVA o Quirón, entre otras.**

Ampliamos nuestros servicios de financiación

Nuestro modelo de servicio integral se completa desde 2020 con una gama más amplia de medios de pago, dando a todos los clientes la oportunidad de mejorar sus hogares o sus espacios de trabajo.

Entre otras iniciativas, este año establecimos una moratoria de pago para los clientes entre los meses de mayo y junio, así como períodos de carencia en determinadas financiaciones y condiciones especiales para las grandes reformas. Además, hemos firmado el **nuevo contrato con Oney**, que nos permitirá tener una tarjeta universal con doble uso y digitalizar todos nuestros servicios de financiación.

TIENDAS ACCESIBLES: ABRIMOS LAS PUERTAS A TODO EL MUNDO

Leroy Merlin desarrolla junto a ILUNION el proyecto de **Tienda Accesible**, que se aplica a todas las tiendas de nueva construcción desde el año 2012. Esta iniciativa ha continuado en 2020 e incluye formación a los equipos y todas las fórmulas arquitectónicas necesarias para que, tanto colaboradores como clientes, encuentren un entorno libre de barreras con elementos de accesibilidad física, señalización adaptada y comunicación auditiva y táctil. Contamos con 10 tiendas inclusivas: Madrid Barajas, Murcia Sur, Castellón, Sagunto, Almería, Lliça d'Amunt, Urban Madrid, Girona, Orense, y Sevilla Dos Hermanas.



5.5. Progresamos con la sociedad

En Leroy Merlin mantenemos un firme compromiso con el progreso de la sociedad. Para que nuestro trabajo ayude a que esta sea cada día mejor, entendemos que es necesario estar presentes más allá de la consecución de los resultados económicos. Por eso, buscamos una colaboración activa con las comunidades de las que formamos parte y respondemos a sus expectativas con iniciativas que nos ayuden a lograr un impacto positivo.

Este impacto positivo se resume en una estrategia que está asociada plenamente con todas las acciones que trabajamos desde nuestro Marco RSE.

Creemos firmemente que vivir en un entorno saludable, seguro, responsable, sostenible, económico y confortable es una condición esencial para el bienestar de los habitantes en todo el mundo.

OFRECIENDO NUESTRA MEJOR VERSIÓN EN MOMENTOS DIFÍCILES

Todas estas políticas se han puesto a prueba durante 2020 debido a una crisis sanitaria sin precedentes. Ha sido el momento de tener que ofrecer nuestra mejor versión en cuanto a responsabilidad, contribución e impacto, ya que los gobiernos se han visto desbordados ante la pandemia y la colaboración público-privada se ha hecho más necesaria que nunca.

Desde el primer momento, el objetivo de Leroy Merlin ha sido ayudar a **garantizar la seguridad de las personas en primera línea de batalla**, para que realizaran su labor asistencial de la mejor manera posible. Para ello, productos como las mascarillas y distintos elementos de protección se retiraron de la venta para poder destinarse a las necesidades sanitarias existentes de aquellos que desempeñaban servicios esenciales y debían continuar con su actividad.



La compañía ha donado equipos de protección individual a hospitales de toda España, a bomberos, Policía y a la Unidad Militar de Emergencias (UME). Entre ellos, gafas de protección y monos desechables, así como artículos de primera necesidad como geles, mantas y sábanas. Además, hemos entregado a diversos hospitales de campaña depósitos de agua para lavado de materiales y plástico de vidrio para fabricar mamparas de protección. Entre los hospitales con los que la compañía ha colaborado cabe mencionar, además de los construidos en IFEMA o Fira de Barcelona, centros en Madrid (Puerta de Hierro, Gómez Ulla y La Paz), en la Comunidad Valenciana (Hospital de La Plana de Villarreal y Doctor Peset en Valencia) y los hospitales de Basurto, Tenerife, Albacete o el Álvaro Cunqueiro en Vigo.

394.495  EPIS

6.253  BOBINAS PLA

41.585  OTROS ARTÍCULOS

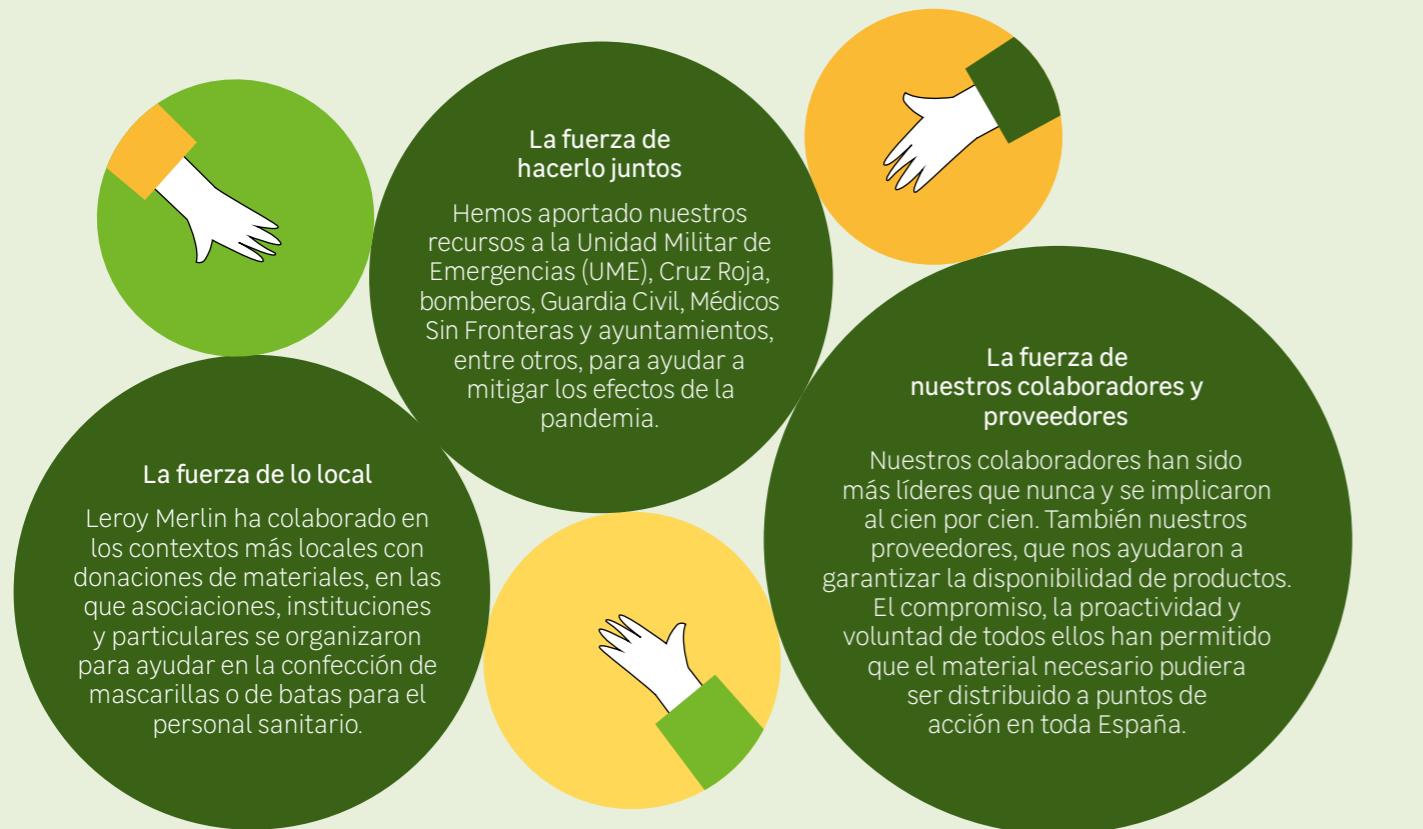
535.118€  VALOR DE LAS DONACIONES

134  ENTIDADES AYUDADAS

De forma directa: hospitales, albergues, centros de salud, bomberos, Ejército, Policía Nacional, residencias 3ª edad, etc.

Y muchos más de forma indirecta ya que la Policía, bomberos, Guardia Civil y Coronavirus Makers repartían los artículos entre otras entidades donde se necesitaban.

También se han facilitado a terceros productos especiales necesarios para la fabricación de equipos de protección individual. Así, se han destinado bobinas de filamento PLA a Coronavirus Makers, la Universidad Carlos III y a la Fundación ONCE, para la elaboración de 125.000 pantallas de protección antisalpicaduras. Estos equipamientos se han enviado a hospitales, residencias de mayores, centros sanitarios, bomberos, policías y otros colectivos que estaban en primera línea.



Todo este esfuerzo colectivo ha tenido su recompensa, ya que Leroy Merlin ha sido reconocida por Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa) como una de las **empresas con mayor responsabilidad social durante la pandemia**, la primera en el sector de distribución y equipamiento del hogar³. También hemos recibido el **primer premio en la categoría Gran Empresa en los premios SUPERCUIDADORES 2020** por nuestra colaboración en la gestión de la pandemia. No olvidamos tampoco que la crisis ha hecho aún más difíciles las vidas

COMUNICAR PARA UN IMPACTO POSITIVO

Participamos activamente en nuestro entorno

El impacto positivo que busca nuestra actividad diaria se tiene que reflejar también en nuestra participación activa en foros profesionales y sociales, en los que cocreamos para lograr una sociedad cada día más sostenible, inclusiva, abierta y colaborativa.

mejorando. Por eso, colaboramos de forma continuada con distintas instituciones y organizaciones sin ánimo de lucro con las que trabajamos en diferentes áreas económicas, ambientales y sociales⁴.



³Estudio "Las empresas con mayor compromiso/responsabilidad social durante la pandemia". Mayo 2020. <https://www.merco.info/es/actualidad/ranking-merco-empresas-con-mayor-compromiso-responsabilidad-social-pandemia-covid19>

⁴Ver Anexo Estadístico: asociaciones a las que apoyamos.

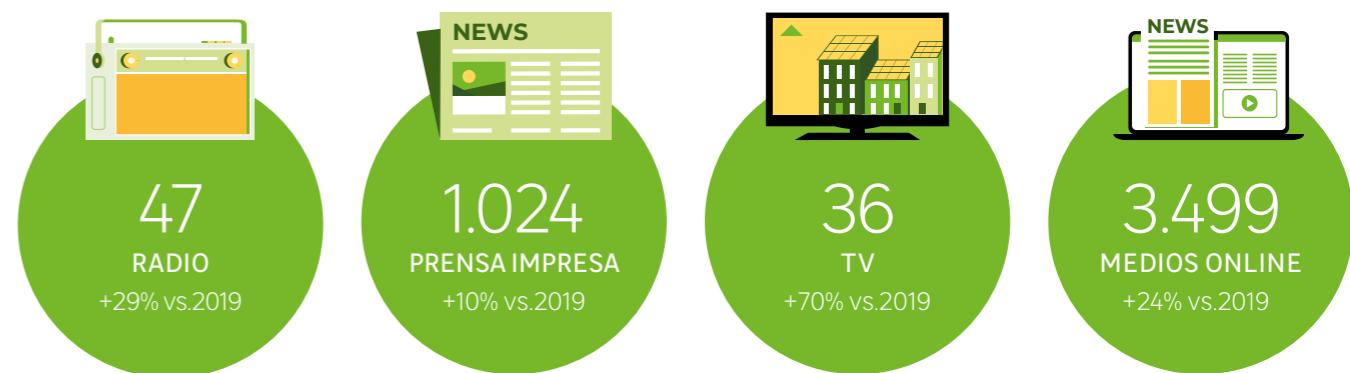
Comunicamos para impulsar la transformación

La comunicación es una herramienta indispensable para mantener un diálogo y una escucha permanente con nuestros grupos de interés. Queremos compartir con ellos nuestra experiencia de una forma honesta y transparente, a la vez que aprendemos de forma conjunta. Para ello, nuestros **perfils en redes sociales** son de gran ayuda. Y continuamos manteniendo una **estrecha relación con los medios de comunicación** como transmisores fundamentales de nuestra actividad diaria. Con ellos organizamos una rueda de prensa anual en la que presentamos nuestros resultados, estrategias y proyectos. Destacar también el programa "Embaejadores de LinkedIn e Instagram", que ha contado en 2020 con 111 colaboradores que dan a conocer su día a día, en sus propias redes sociales.

Actividad en redes sociales (2020 vs. 2019)

Fans	1.124.111 1.096.705 (+2,5%)	Seguidores perfil corporativo 7.140 6.628 (+7,7%)	Seguidores perfil comercial 118.652 117.983 (+0,6%)	Suscriptores 289.911 235.121 (+18,9%)	Seguidores 160.000 95.000 (+68,4%)		
Seguidores perfil comercial 533.996 359.61 (+48,5%)		Seguidores perfil corporativo 3.502 2.534 (+38,2%)	Seguidores perfil corporativo 90.500 47.200 (+91,7%)		Seguidores 1.860.000 1.124.000 (+69,7%)		

Resultados de comunicación institucional en 2020 (apariciones)



Audiencias:



El valor de una buena reputación

Una empresa valorada por la sociedad es **una empresa que genera confianza**, con una voz solvente a la hora de aportar soluciones a los problemas de este mundo y que favorece un futuro sostenible. Y en nuestro caso, esa valoración tiene que pasar también por nuestra capacidad para impulsar un hogar positivo para todos.

En este sentido, la reputación de Leroy Merlin se ha visto avalada en 2020 por los siguientes reconocimientos:



mercoEMPRESAS
Las empresas con mejor reputación corporativa



mercoRESPONSABILIDAD Y GOBIERNO CORPORATIVO
Las empresas más responsables



mercoTALENTO
Las empresas que mejor atraen y retienen el talento personal



mercoLIDERES
Los líderes empresariales mejor valorados

Ranking: 20^a posición

Ranking: 20^a posición

Ranking: 24^a posición

Ranking: 68^a posición

6

Ciclo de producto responsable

Leroy Merlin es una empresa con un firme compromiso por mejorar el planeta y la vida de las personas. Nuestra política ambiental, que es la piedra angular de ese compromiso, se basa en el principio de precaución: buscamos mitigar las consecuencias ambientales negativas relacionadas con nuestra actividad a la vez que potenciamos las positivas.

Esta política medioambiental está alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y se centra en tres ejes de trabajo: cambio climático, economía circular y consumo responsable. Todos ellos incluyen objetivos claros y acciones concretas para lograrlos.



6.1. Gestión responsable

Identificar los impactos de nuestra cadena de valor es el primer paso para tomar decisiones positivas. En colaboración con nuestros proveedores y en busca de la mejora continua de nuestros procesos, actuamos para entregar al cliente productos y servicios concebidos, manufacturados y distribuidos de la manera más sostenible.

PROVEEDORES COMPROMETIDOS CON EL FUTURO

Implicar a los proveedores es clave para impulsar la transformación sostenible, no solo de nuestros productos, sino también de las comunidades en que vivimos y trabajamos. Para lograrlo, desarrollamos relaciones de confianza a largo plazo con ellos y colaboramos juntos en iniciativas que benefician a ambas partes. Apostamos por las compras de **productos fabricados en España** a la vez que ayudamos a los proveedores españoles a exportar sus productos a las compañías de ADEO en otros países.

Nuestras **Políticas de Compras Responsables** velan para que nuestros proveedores desarrollen su actividad de forma responsable y conforme con los derechos humanos y la protección del medio ambiente.

Compras a proveedores nacionales de mercancías (72% del total)



Para convertirse en proveedores de Leroy Merlin, las empresas y sus productos pasan por un proceso específico de certificación que les permite obtener la conformidad. Además, deben adherirse al Código de Conducta de Proveedores de Compras Responsables de la compañía.



El 100% de nuestros nuevos proveedores de mercancías han firmado y aceptado este código. Existe un código específico para proveedores de mercancías y otro para proveedores de servicios. Las correspondientes consultas y denuncias se pueden realizar a través de <https://App.whispli.fr/adeo-suppliers-othersresponsible-purchasing-code>. En 2020 no se han recibido denuncias de proveedores a través de este canal.

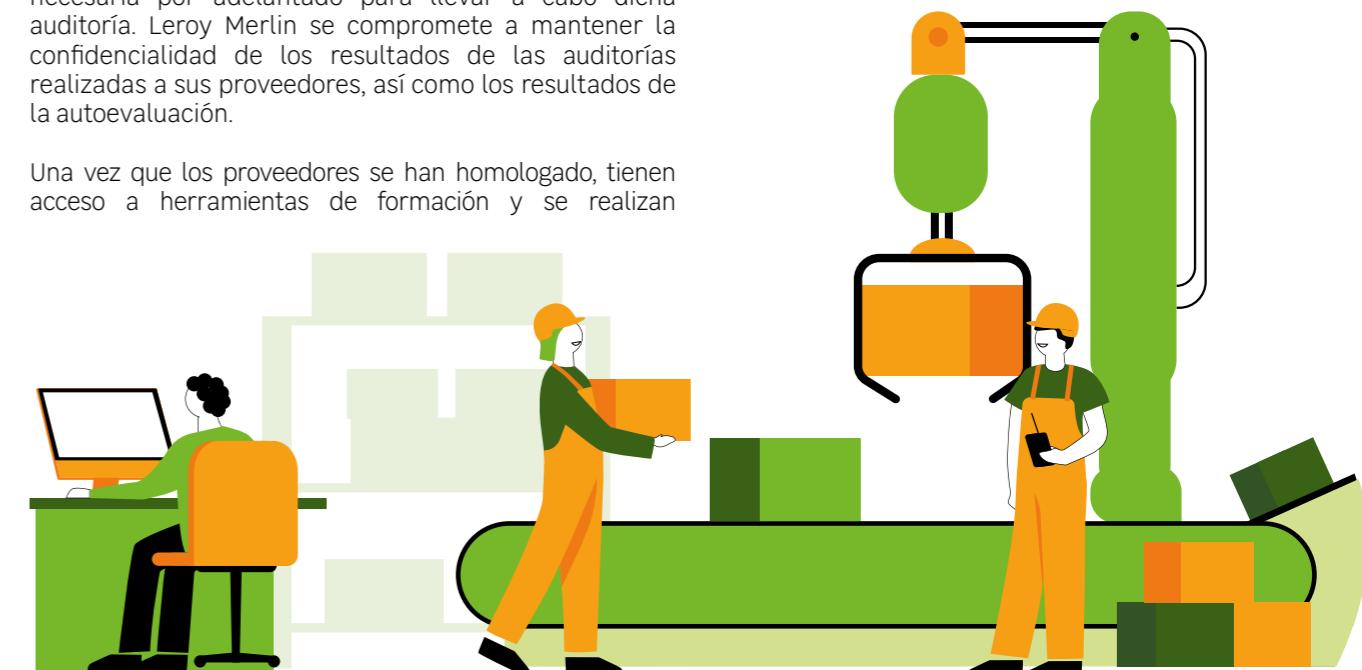
El **Código de Conducta de Proveedores de Compras Responsables** recoge explícitamente que los proveedores permitirán a Leroy Merlin y/o terceras partes designadas por la compañía evaluar el adecuado cumplimiento de los principios del Código mediante auditorías en cualquier instalación del proveedor, de cualquier tipo (producción, administración, logística, etc.), así como en cualquier instalación relacionada con el proveedor (subcontratista, subsidiaria, subproveedor), facilitando este la información necesaria por adelantado para llevar a cabo dicha auditoría. Leroy Merlin se compromete a mantener la confidencialidad de los resultados de las auditorías realizadas a sus proveedores, así como los resultados de la autoevaluación.

Una vez que los proveedores se han homologado, tienen acceso a herramientas de formación y se realizan

periódicamente mecanismos de supervisión y verificación, que pueden dar lugar a propuestas de mejora. Además, desde el año 2013 se realizan autoevaluaciones éticas, algo que en 2020 tiene una novedad relevante porque se ha presentado una nueva herramienta de autoevaluación técnica, ética, social y ambiental.

Todos los nuevos proveedores y el 78% de los históricos han superado una auditoría tanto técnica como social (el resto ya está planificado).

Asimismo, se han realizado 10 auditorías ambientales en modo test & learn y el 100% de los proveedores con procesos de alto riesgo tienen una auditoría ambiental realizada.



DIÁLOGO PARA IMPULSAR SOLUCIONES SOSTENIBLES

Estamos convencidos del poder transformador de la colaboración, por eso promovemos el desarrollo de iniciativas conjuntas con nuestros proveedores. En ellas, trabajamos juntos para mejorar los productos o sus características, además de apoyar también la comercialización de propuestas cuya elaboración implica impactos sociales positivos. Esto nos permite contribuir a un modelo más inclusivo.

Un buen ejemplo de esta colaboración es la **Política de Madera** de Leroy Merlin, que busca incorporar criterios de sostenibilidad social y ambiental en los procesos de compra de productos con madera. Implantada en 2019, requiere la firma obligatoria de todos los nuevos proveedores que comercialicen productos con este material, y se ha desarrollado con la colaboración de proveedores (Carpintería Mecánica Hijos de Celedonio Moya, Componentes Losán, FINSA, Kronospan, Pricosa), referentes ambientales y expertos (FSC, Madera Justa, NepCOM, PEFC, SGS, Sintala y WWF), así como asociaciones sectoriales y locales (AIDIMME y Adesgam).

Nuestro compromiso es conseguir que todos los productos con madera de nuestras tiendas, desde un botón de una cortina hasta una puerta o un tablón de madera, tengan su origen en bosques gestionados de forma 100% responsable.

La iniciativa “Madera sostenible para proteger los bosques” ha sido escogida en 2020 entre los 101 Ejemplos Empresariales de Acciones #PorElClima que reconoce la Comunidad #PorElClima, junto a sus aliados y socios estratégicos



Además, entre los productos con impacto social que comercializamos, destacan las pantallas sostenibles para luminarias fabricadas por la empresa SoulEM, que están elaboradas de forma artesanal por mujeres que han sufrido explotación sexual. También queremos destacar los revestimientos porcelánicos de producción artesanal en los centros especiales de empleo de Ecoceramic, que promueve la inserción laboral de personas con discapacidad.

En 2020 se ha procedido a una revisión de los sistemas de recogida de la información de las más de 78.000 referencias de nuestro catálogo que contienen madera. Esta revisión nos ha mostrado que el 81% ya tiene una garantía de gestión forestal sostenible pero nuestro objetivo es poder alcanzar el 100% en 2021. Para ello, además del desarrollo e implantación de la Política, hemos apostado por la pedagogía.



DECISIONES RESPONSABLES EN EL DÍA A DÍA

Como empresa responsable, debemos contribuir junto con el resto de la sociedad en la mitigación del cambio climático. No podemos obviar que todas nuestras acciones, que requieren energía, consumen recursos o producen residuos, tienen un impacto sobre uno de los mayores retos globales de nuestro tiempo.

Para combatirlo, tomamos decisiones útiles, conscientes y responsables que buscan reducir los impactos de nuestras actividades, tanto en la gestión de nuestros edificios como en el transporte. Y en materia de producto, con la reducción de emisiones gracias a la venta e instalación de productos cada día más sostenibles y eficientes. Además, los compromisos recogidos en la estrategia MAKE IT POSITIVE nos han llevado a elevar aún más nuestro objetivo de reducción de la huella de carbono.



Huella de carbono

Esta huella de carbono es el conjunto de emisiones de gases con efecto invernadero, medidas en toneladas de CO₂ equivalente, derivadas de nuestras actividades tanto directas como indirectas. Esto incluye las correspondientes a la fabricación, la comercialización y el transporte de productos y servicios, pero también se aplica al transporte de los colaboradores a sus centros de trabajo, al transporte de los clientes o a las emisiones necesarias para utilizar los productos o desecharlos.

Emisiones de alcance 1 DIRECTAS

Son las originadas por fuentes propiedad de la empresa, como el consumo de gases fluorados (aire acondicionado) de nuestras tiendas y el consumo de gas de nuestra calefacción. En 2020, estas emisiones son:

3.013 tCO₂ eq.

Emisiones de alcance 2 INDIRECTAS

Emisiones producidas por la generación de la electricidad que la empresa consume. En 2020, estas emisiones son:

7.410 tCO₂ eq.

Emisiones de alcance 3 OTRAS EMISIONES INDIRECTAS

Agrupa las emisiones indirectas relacionadas con la actividad de la empresa, pero que no están sujetas a su control directo. En Leroy Merlin incluimos en este campo las emisiones de viajes de trabajo y transporte de mercancías, así como tratamiento de residuos y consumibles. En 2020, estas emisiones son:

28.929.895 tCO₂ eq.

Reduciendo el impacto del transporte

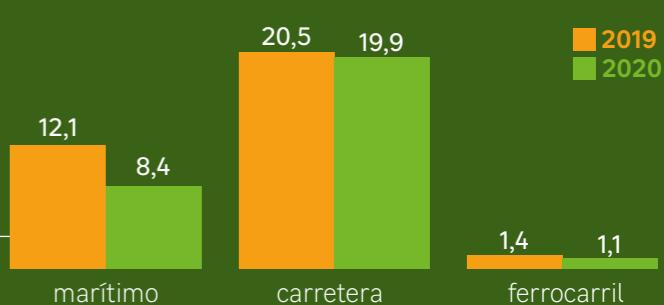
Como se puede comprobar, hay una importante huella de carbono que se produce a través del transporte. Por ello, además de favorecer la relación con proveedores locales, este año hemos presentado el **Plan Lean & Green** para reducir un 20% nuestras emisiones logísticas en un plazo de 5 años.

La iniciativa Lean & Green es una plataforma de colaboración, impulsada por AECOC que tiene como objetivo ayudar a las empresas de todos los sectores a reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero derivadas de las actividades logísticas, para generar así una red de organizaciones líderes en el campo de la logística sostenible. El Plan Lean & Green de Leroy Merlin, que se revisa periódicamente, nos ha permitido identificar oportunidades de mejora tanto a nivel operacional como ambiental para conseguir impulsar una supply chain más eficiente y menos contaminante.

Este año, entre los elementos que han favorecido la reducción de la huella de carbono en este apartado, destacan:

- Consolidación de volúmenes a través de las plataformas logísticas más cercanas al punto de venta, mejorando la productividad y el plazo de entrega a tiendas.
- Incremento del tren como medio de distribución y utilización de camiones más ecoeficientes.
- Consumo de energía 100% renovable en todas las instalaciones.
- Reducción de la generación de residuos con la aplicación de logística inversa para palés de madera y film.

km totales recorridos entre nuestros centros logísticos a tiendas (millones)



Centros sostenibles

Y siguiendo esa voluntad de lucha contra el cambio climático, apostamos por edificios y equipamientos cada día más sostenibles. Con ello, buscamos reducir el consumo de energía al tiempo que mantenemos la excelencia operativa.

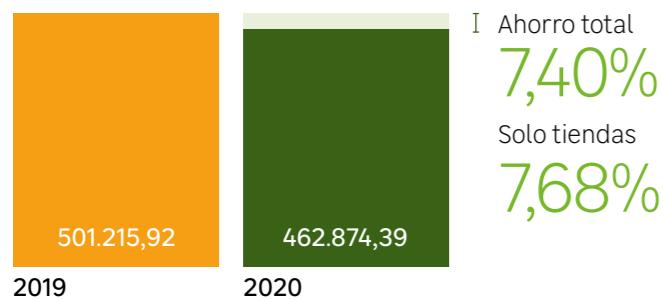
Nuestro **Estándar de Construcción Sostenible** se aplica a todas las tiendas construidas desde 2008. Este estándar tiene en cuenta aspectos como eficiencia energética y el mejor aprovechamiento de los recursos hídricos, la elección de materiales sostenibles o las técnicas de construcción más eficientes.

 24 puntos de venta producen ELECTRICIDAD FOTOVOLTAICA  42 puntos de venta cuentan con AGUA CALIENTE GENERADA POR ENERGÍA SOLAR

Cabe destacar que, desde el mes de abril, el 100% de la energía consumida tiene certificado de origen renovable.



Ahorro energético en función de la superficie de venta (kW/m²)



NOTA: se ha tenido en cuenta el ratio de kW/m² con la superficie corregida en función de las tiendas que no han estado abiertas todo el año.

Además, algunas de nuestras instalaciones cuentan con certificaciones específicas, como la tienda Urban de Barcelona (certificado BREAM) o el Centro Logístico de Meco (certificado LEED). De cara al futuro próximo, estamos trabajando en la obtención del certificado Bream Very Good en la ampliación del centro de Torija.

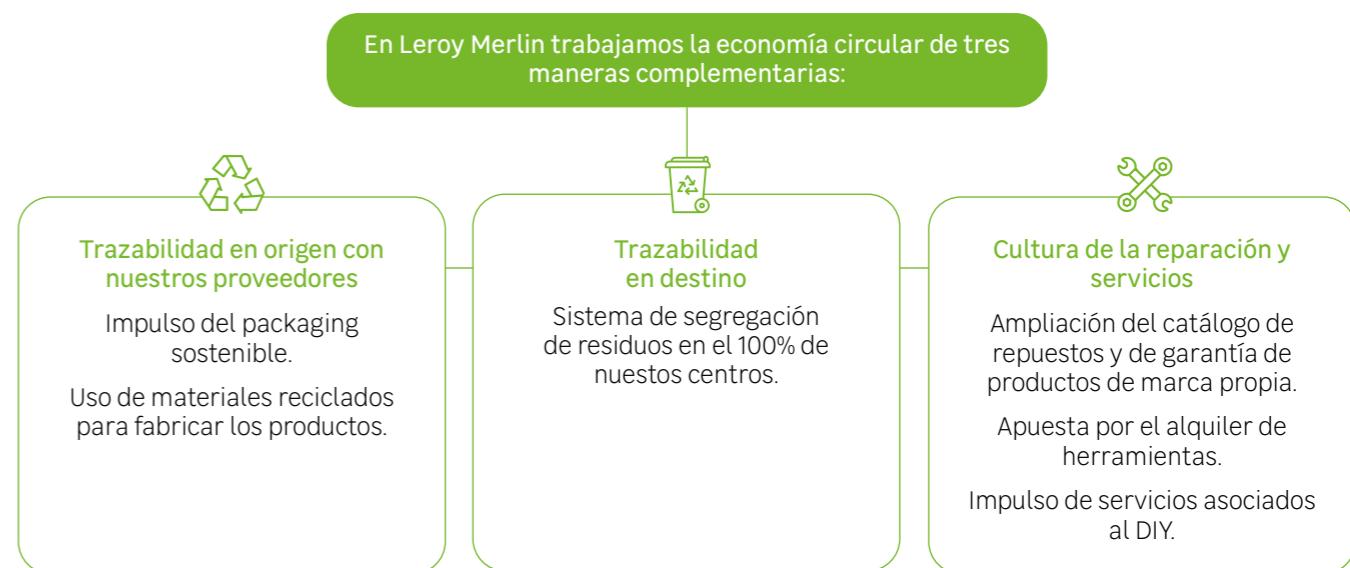
Desde 2020, **evaluamos el impacto medioambiental** y social de nuestras compras de equipos tecnológicos y elegimos material con etiqueta ecológica. Además, sensibilizamos a los colaboradores sobre la huella digital, prolongamos el periodo de uso de los equipos de oficina y, una vez finalizado, reciclamos correctamente los residuos.

Además, en 2020 hemos alcanzado unos ahorros de energía sustanciales que no son solo producto de las restricciones asociadas a la emergencia sanitaria y la consiguiente reducción de horas de apertura en las tiendas. Al aplicar el correspondiente factor de corrección, el ahorro energético asciende al 7,60%.

6.2. Economía circular

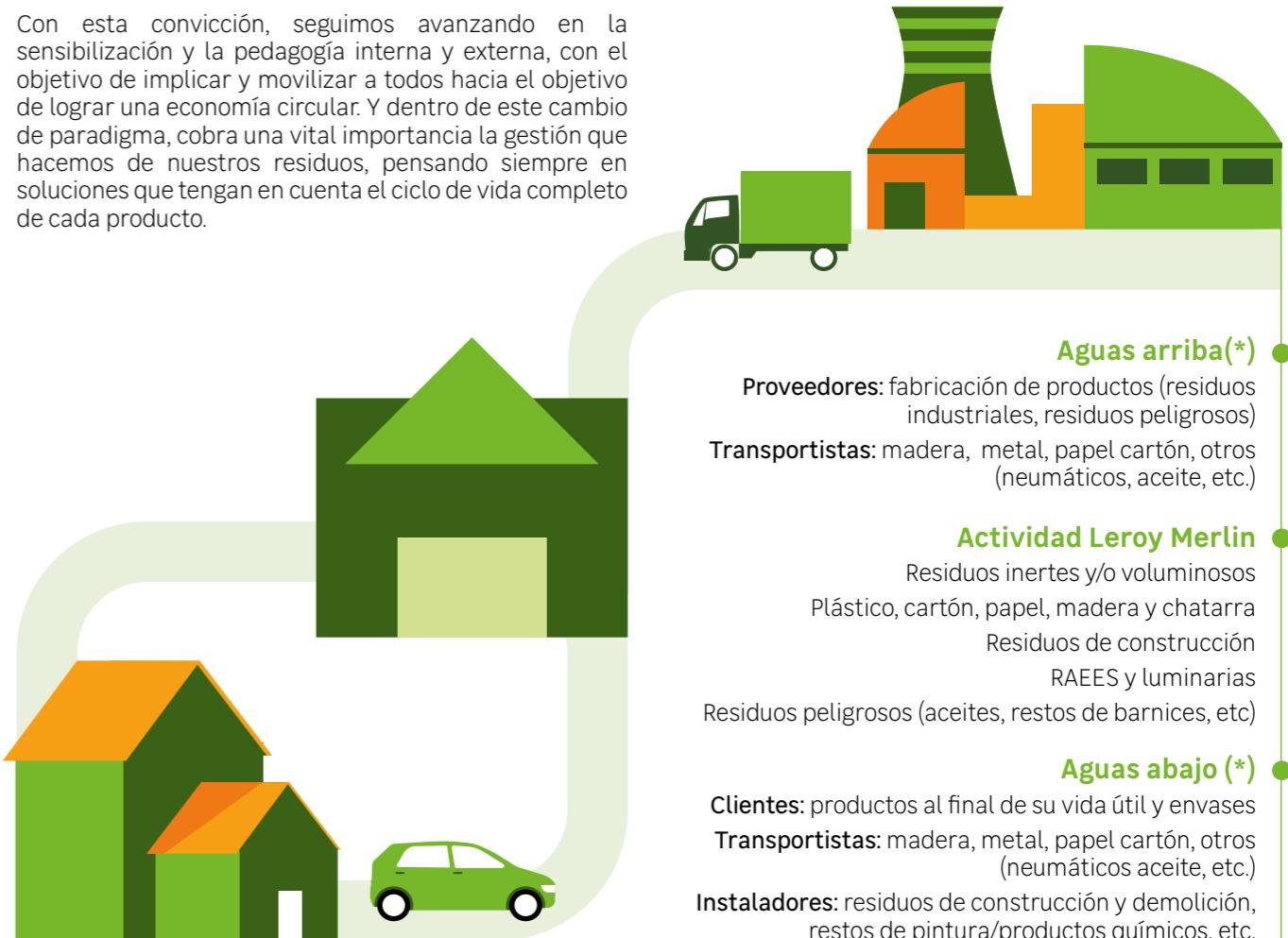
Como se puede comprobar a lo largo de estas páginas, en Leroy Merlin no nos conformamos con impulsar hogares confortables y seguros. También deben ser sostenibles y, por tanto, tener el menor impacto posible en el entorno.

Una misión así solo es posible a través de una apuesta decidida por la economía circular, el único camino para reducir la huella ambiental y no desaprovechar los recursos disponibles.



ESTRATEGIA DE RESIDUOS

Con esta convicción, seguimos avanzando en la sensibilización y la pedagogía interna y externa, con el objetivo de implicar y movilizar a todos hacia el objetivo de lograr una economía circular. Y dentro de este cambio de paradigma, cobra una vital importancia la gestión que hacemos de nuestros residuos, pensando siempre en soluciones que tengan en cuenta el ciclo de vida completo de cada producto.



(*) Leroy Merlin solo gestiona los residuos relacionados directamente con su actividad. No gestiona aquellos que se producen aguas arriba ni aguas abajo de su ciclo productivo.

En este sentido, nos guiamos por la **Estrategia de Gestión de Residuos 2019-2022**, que está basada en la creciente demanda socioambiental, en la Política de Medio Ambiente de la compañía y en los requisitos vigentes a nivel normativo. Esta estrategia toma como referencia la jerarquía de tratamiento de residuos –prevención, reutilización, reciclado y eliminación– y su prioridad es controlar la trazabilidad de los materiales, mejorar la

segregación en tienda y definir acciones que impulsan la economía circular. A través de las actuaciones previstas, somos capaces de transformar en recursos algunos residuos, al convertirlos en nuevos productos reciclados. También nos permite crear sinergias con otras empresas, formando un ecosistema de inteligencia colectiva. Para lograrlo, la estrategia se estructura en tres ámbitos de actuación:



En 2020

Se ha realizado un **análisis detallado de cada centro** con el fin de mejorar la eficiencia en la gestión, aumentar la tasa de reciclado y reducir los costes de operativa.

Se ha **actualizado el Procedimiento de Gestión de Residuos**, junto con una guía rápida que facilita la correcta gestión de los residuos en origen y aclara aquellas dudas que los colaboradores puedan tener en la operativa del día a día.

Por otro lado, se ha implantado el **modelo de logística inversa de cartón y film en las tiendas con formato Compact**, con la instalación de 90 prensas para cartón y film. Este modelo ahorra espacio en tienda, mejora el reciclaje de estos residuos y agiliza las retiradas de los mismos.

El objetivo de Leroy Merlin España es mejorar y crear entornos más sostenibles para nuestros colaboradores y clientes. Por ello, seguiremos trabajando en:

Prevenir los residuos en origen mediante la reducción de embalajes y un uso de materiales más sostenible.

Gestionar y separar mejor los residuos que generamos.

Impulsar proyectos de economía circular donde, mediante la introducción de productos fabricados con materiales reciclados, podamos convertir los residuos de nuevo en recursos y darles una segunda vida.

ENVASES SOSTENIBLES

En materia de envases, en 2020 nos hemos centrado en dar **formación específica en packaging sostenible y economía circular** a nuestros equipos de central de compras para avanzar en los siguientes objetivos:

-  Optimizar nuestro packaging para que sea más ecológico y seguro.
-  Sensibilizar sobre la importancia de incluir productos con materiales reciclados en nuestro catálogo.

Asimismo, seguimos teniendo disponible en nuestra web, con versiones en español e inglés, la Guía de Envases Sostenibles. Esta guía se llevó a cabo en 2019 con el objetivo de identificar potenciales medidas de ecodiseño y áreas de trabajo para reducir el plástico de los envases de los productos Leroy Merlin.



PRODUCTOS FABRICADOS CON MATERIAL RECICLADO

El uso de materiales reciclados supone un elemento indispensable en la economía circular. Por eso estamos ampliando constantemente su incorporación en nuestra gama de productos. Entre ellos, destacan los textiles fabricados a partir de botellas de plástico recicladas, los materiales aislantes reciclables de alta calidad o el mobiliario de jardín fabricado con materiales reciclados, que pueden suponer entre el 50% y el 100% de su composición. Algunos de estos productos ostentan sellos de calidad que aseguran al cliente las buenas prácticas durante su proceso de fabricación. Entre ellos está el Global Recycled Standard (GRS), un certificado internacional que fija requisitos de contenido reciclado, prácticas sociales, medioambientales y restricciones químicas.

Además, para hacer que nuestro compromiso sea más visible para el habitante, hemos sustituido las bolsas de plástico de las cajas por nuevas bolsas sostenibles de papel certificado y algodón ecológico.



Educar en sostenibilidad es esencial para construir un futuro respetuoso con el planeta. Por eso, nuestra labor de sensibilización e información trata de tener una incidencia importante entre los más jóvenes gracias a nuestro programa Hazlo Verde, que ya cuenta con 4 años de trayectoria.

Esta iniciativa impulsa la concienciación medioambiental infantil. Se trata de un proyecto innovador dirigido a alumnos de primaria y, por primera vez este año, también de secundaria. Con él difundimos, entre ellos y sus familias, valores sobre el desarrollo sostenible y el cuidado de nuestro planeta. De esta forma, damos herramientas para empoderar a los más jóvenes de la casa, convirtiéndolos en auténticos embajadores del medio ambiente.

Pilares del programa:

Materiales didácticos

Profesores y centros escolares reciben materiales educativos evaluables basados en la gamificación, las inteligencias múltiples y el trabajo en equipo. Todos los materiales están desarrollados por pedagogos y están disponibles con acceso libre en la web www.hazloverde.es

Talleres de sostenibilidad

Para sensibilizar a los más pequeños de una forma práctica, didáctica y lúdica, nuestros colaboradores voluntarios imparten los talleres Hazlo Verde, donde se promueven conductas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente.

523.552
NIÑOS Y NIÑAS

2.650
CENTROS EDUCATIVOS

Han participado desde el inicio en las diferentes ediciones y han estado apoyados por más de 1.200 colaboradores voluntarios de Leroy Merlin.

Misión #PlasticFree

La edición lanzada el curso 2019-2020 tenía por objetivo **concienciar sobre la reducción del consumo de plástico**, profundizando en conceptos como el **ecodiseño y la economía circular**. Junto a los materiales didácticos, talleres y concurso, propusimos a los alumnos retos para reducir el plástico en su día a día:

- La propuesta para los estudiantes de primaria fue diseñar una imagen para una bolsa sostenible y añadirle un lema inspirador. Los diseños de los colegios ganadores formarán parte de una edición especial que se venderá en 2021 en las tiendas de Leroy Merlin España.
- Para los estudiantes de ESO, se animaba a crear el prototipo de un producto elaborado con materiales reciclables o ecológicos.

Los ganadores nacionales fueron: el aula de 4º de primaria del CEIP Pío XII de Badajoz; la de 6º de primaria C del CEIP Condado de Noreña de Asturias y, en la categoría C (secundaria), el grupo 4º ESO A del IES Cerro Pedro Gómez.



Misión #PlasticFree se cerró en 2020, con:

85.807 NIÑOS
que participaron

860 COLEGIOS E INSTITUTOS
en toda España

Misión #SalvemosLosBosques

Para el curso escolar 2020-2021, la compañía ha puesto el foco en la **conservación de los bosques y la biodiversidad**, concienciando al alumnado sobre su importancia frente a los retos globales como el cambio climático. Por eso la 5ª edición de Hazlo Verde, ligada al Objetivo de Desarrollo Sostenible 15 (Vida de ecosistemas terrestres), se centra en una misión: #SalvemosLosBosques.

Para adaptarnos a la nueva normalidad, esta edición se ha lanzado en versión 100% digital facilitando la impartición de talleres en remoto e incrementando las actividades online. Esto permite mejorar las destrezas digitales de los niños y niñas y potenciar el trabajo cooperativo en remoto.

6.3. Soluciones responsables para un hábitat sostenible

El medio ambiente tiene un protagonismo indiscutible en nuestra compañía. Estamos convencidos que un hogar positivo solo puede ser un hogar seguro y respetuoso con el planeta. Por eso, en Leroy Merlin ofrecemos a nuestros clientes soluciones innovadoras y accesibles que favorecen un consumo más responsable. Además, organizamos iniciativas de cuidado de la naturaleza que dan a nuestros clientes y colaboradores la oportunidad de proteger su hábitat.

ACTUAMOS: PROPUESTAS DE CONSUMO SOSTENIBLES

Ecopciones

Para impulsar ese hogar positivo al que nos referimos, en Leroy Merlin ofrecemos a nuestros clientes una gama de productos sostenibles que les permiten ahorrar agua y energía, tener una vivienda más saludable, aprovechar las energías renovables y conservar los bosques. Se trata de la gama Ecopciones, que ha sido validada por ECODES (Fundación Ecología y Desarrollo) y dispone de certificaciones ambientales como FSC, PEFC o Madera Justa para los productos de madera, así como Ecolabel y Made In Green para otro tipo de productos.

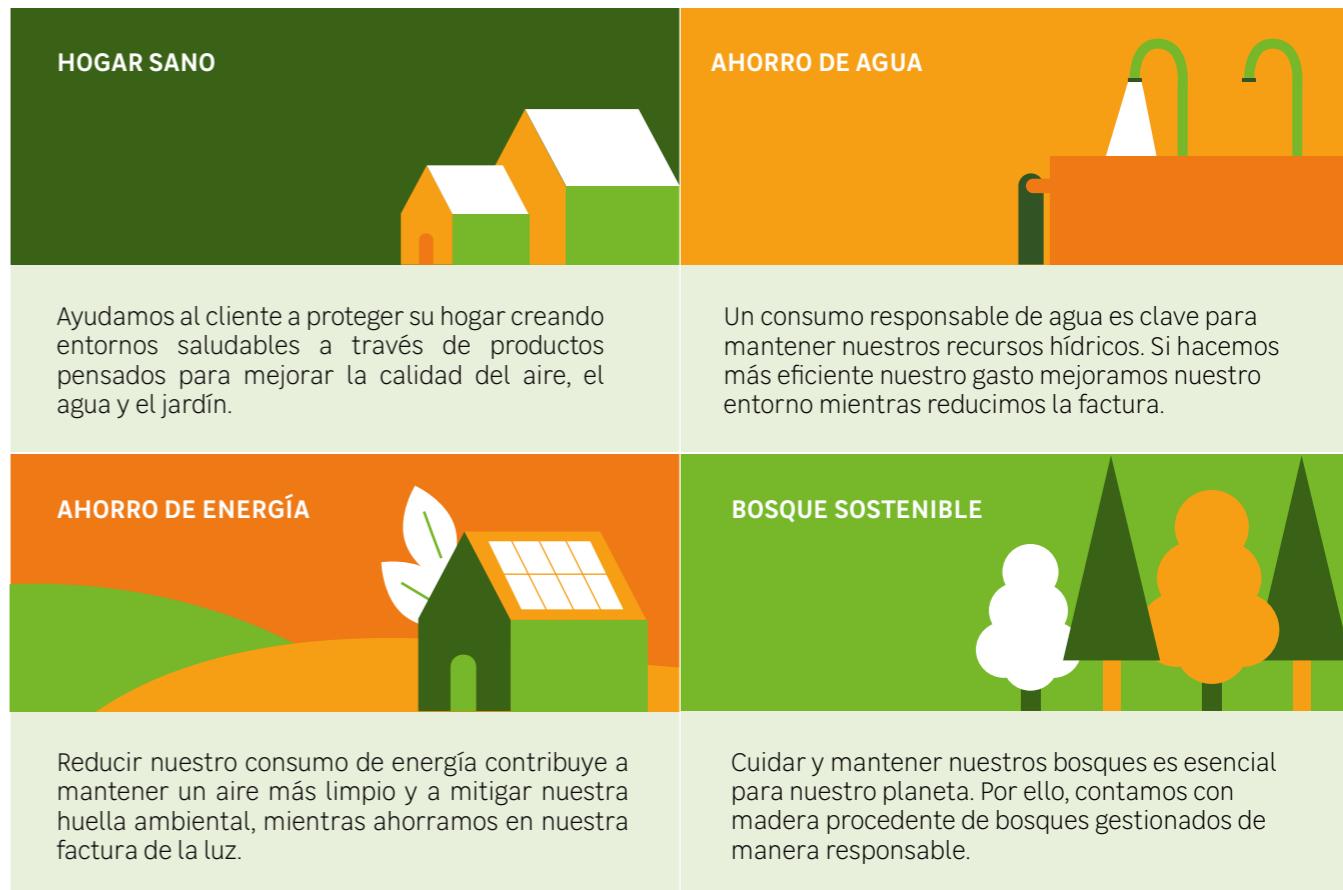
En 2020, esta gama ha supuesto el 5,3% de las ventas, lo que refleja la gran aceptación que tiene entre nuestros clientes.

En 2020 hemos seguido ampliando nuestra oferta de productos respetuosos con el medio ambiente para que ayuden a nuestros clientes a consumir de forma más responsable, hacer más sostenible su hogar y, en definitiva, crear entornos donde vivir mejor.

Ecopciones 2020, en cifras:

27.781
REFERENCIAS
141,6 M€
EN VENTAS

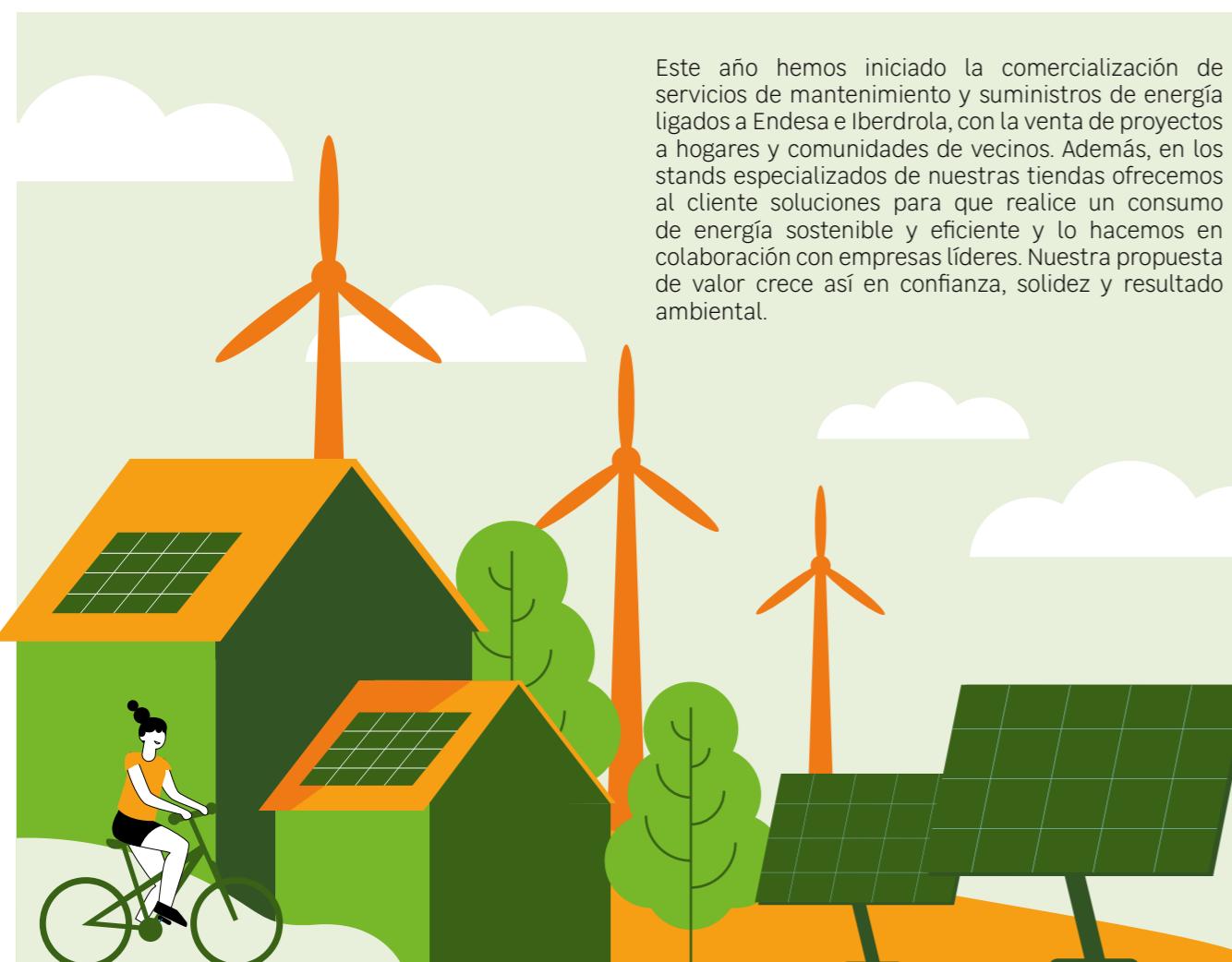
Las Ecopciones se basan en cuatro objetivos:



En 2020 hemos iniciado un proceso de revisión de las Ecopciones para actualizarlas conforme a las nuevas tendencias y dar respuesta a las demandas actuales de los consumidores, donde son protagonistas la salud y el cuidado del entorno. Las nuevas categorías serán presentadas en 2021.

Energías renovables: impulsando la transición

En consonancia con nuestro compromiso con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 7, que promueve "el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna", Leroy Merlin se convirtió en la primera empresa en ofrecer en España soluciones de energía sostenibles en el hogar llave en mano. Esto demuestra nuestra creencia en que la sostenibilidad otorga rentabilidad a las empresas. Y por eso enfocamos el negocio hacia la mejora de la eficiencia energética del hogar integrando las energías renovables. Buscamos hogares más sostenibles, con consumos de energía casi nulos, con buenos aislamientos y cerramientos, además de con sistemas de ventilación con recuperación de calor. Facilitamos al habitante el acceso a estas soluciones y componentes, y también nos encargamos de su instalación con el servicio personalizado llave en mano.



Asesoramiento y diseño de proyecto en el stand de la tienda
+ Posibilidad de contratar la tarifa eléctrica

Suministro de producto, instalación y mantenimiento a cargo de Endesa/ Iberdrola

A finales de 2020 hemos alcanzado un total de 52.039 contratos en las 112 tiendas que contaban con este servicio.

Se trata de una progresión muy positiva, que nos anima a seguir profundizando en nuestro compromiso con la protección ambiental y con la satisfacción del cliente. Sabemos que pueden y deben ir unidas. Por eso, en 2021 esperamos extender este servicio al 100% de las tiendas.

Nuestra gama de soluciones de energía renovable en el hogar

- Calefacción por biomasa
- Calefacción, refrigeración y agua caliente con aerotermia
- Sistemas de calefacción, refrigeración y agua caliente con geotermia
- Producción de agua caliente por energía solar
- Producción de electricidad con energía solar fotovoltaica o energía eólica

CREAMOS CONCIENCIA AMBIENTAL

Actuar más allá de nuestras tiendas es indispensable para seguir fomentando el consumo responsable y la protección de nuestros entornos. Por eso, apostamos por la creación de conciencia ambiental participando en jornadas de voluntariado que contribuyen a reducir las repercusiones negativas de la actividad humana en la naturaleza.

Voluntariado ambiental

Cada año va menguando la superficie de espacios forestales, lo que supone un importante impacto negativo para los ecosistemas y su biodiversidad, incrementando los efectos del calentamiento global.

Además de estos efectos, los espacios naturales sufren diariamente la amenaza de otras actividades humanas: el abandono de residuos en entornos naturales como bosques, ríos o mares es un problema mundial que supone la destrucción de la biodiversidad que habita en esos lugares. Según datos de la ONG WWF, cada año se vierten a la naturaleza 100 millones de toneladas de residuos de plástico, de los que una décima parte va a parar al mar, convirtiéndose en una de las principales amenazas para la salud, el medio ambiente y las economías del mundo.

Creemos que la suma de acciones individuales puede cambiar el mundo. Por eso, animamos a nuestros colaboradores y clientes a implicarse en acciones que ayuden a paliar estos y otros problemas ambientales a los que se enfrenta el planeta.



Acciones de reforestación, recogida de residuos y limpieza de espacios naturales en diferentes localizaciones de nuestra geografía. Leroy Merlin ha llevado a cabo en 2020 **cinco acciones medioambientales de restauración de ecosistemas** en cuatro localizaciones de la geografía española: Madrid, Cáceres, Alicante (en Benidorm y en La Zenia) y Palma de Mallorca, con la participación de clientes y colaboradores voluntarios, a las que hay que sumar una plantación profesional que tuvo lugar en Vigo.

¿Cuál es el resultado?

En Benidorm
200 COLABORADORES VOLUNTARIOS para retirar basura

1,6 TONELADAS de basura retirada en un monte municipal.

En tareas de reforestación
291 → 631 ÁRBOLES Y ARBUSTOS de diferentes especies

300 PROTECTORES eliminados
101 CAJAS-NIDO CONSTRUÍDAS para aves insectívoras

Se calcula que las absorciones totales, para un período de 30 años, ascienden a 110,91 toneladas de CO₂ en estas actuaciones de reforestación.

Bosque Leroy Merlin

¿Qué hemos hecho?

Uniendo Big Data, semillas inteligentes y drones, se plantaron 10.000 árboles autóctonos en el Parque Natural del Alto Tajo (Guadalajara, Castilla-La Mancha). Gracias a esta reforestación, se contribuirá a la regeneración de un espacio natural arrasado por un incendio y se calcula que las absorciones totales, para un período de 30 años, serán de 2.000 toneladas de CO₂.



¿Qué hemos hecho?

7

Anexos

7.1. Sobre este informe

Este informe anual se refiere a las actividades de Leroy Merlin España S.L.U. en el ejercicio 2020. El alcance de las actividades descritas se circunscribe a esta compañía y a su filial Inmobiliaria Leroy Merlin (ILME). En el texto se presentan los resultados de la actividad de Leroy Merlin en España en el año 2020, junto con su contribución al progreso social, económico y ambiental, tal y como proponen los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.

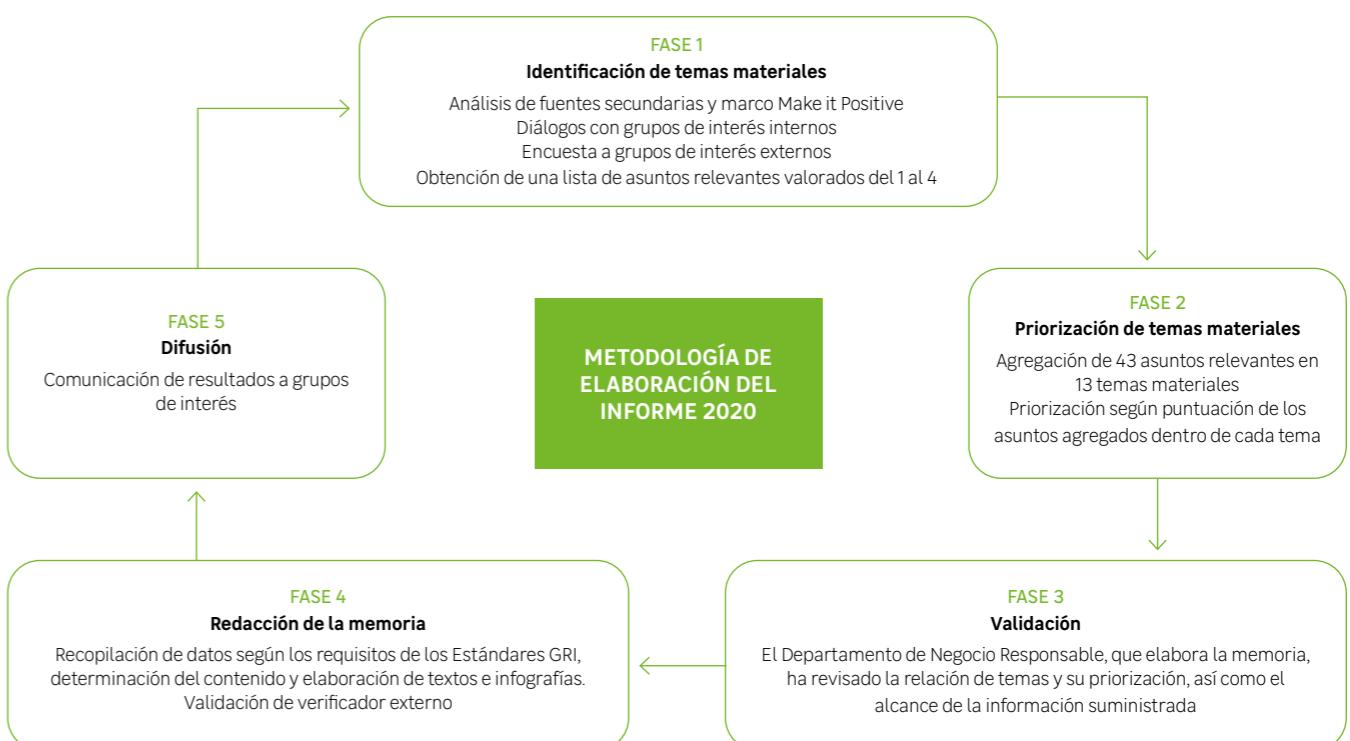
La responsabilidad social empresarial (RSE) es clave para la estrategia de negocio de Leroy Merlin. El área de Negocio Responsable coordina en la compañía las actuaciones para promover un modelo de negocio ético y eficiente que impacta de forma positiva en los ciudadanos y en el entorno. El Negocio Responsable de Leroy Merlin España permite consolidar una empresa más sostenible y con capacidad para “despertar en cada persona la motivación de crear entornos donde vivir mejor”, como señala el Propósito.

Este informe se ha elaborado conforme a los Estándares GRI: opción esencial, que se viene utilizando desde la elaboración de la memoria de 2016. Para la organización,

esta opción de GRI (Global Reporting Initiative) 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 con los grupos de interés de una manera rigurosa. El uso de un marco internacional obliga a la aplicación en la elaboración del informe de principios como el equilibrio, la comparabilidad, la exhaustividad, la materialidad o la precisión, entre otros, que se han tenido en cuenta también este año, adaptados a las expectativas de sus grupos de interés y al singular contexto en que se ha desarrollado 2020 a raíz de la emergencia sanitaria mundial causada por la pandemia de COVID-19.

El informe ha sido verificado por un experto independiente por quinto año consecutivo, quien garantiza su conformidad con los Estándares GRI. La compañía encargada de llevar a cabo la verificación ha sido SGS INTERNATIONAL CERTIFICATION SERVICES IBERICA, S.A.U. 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.

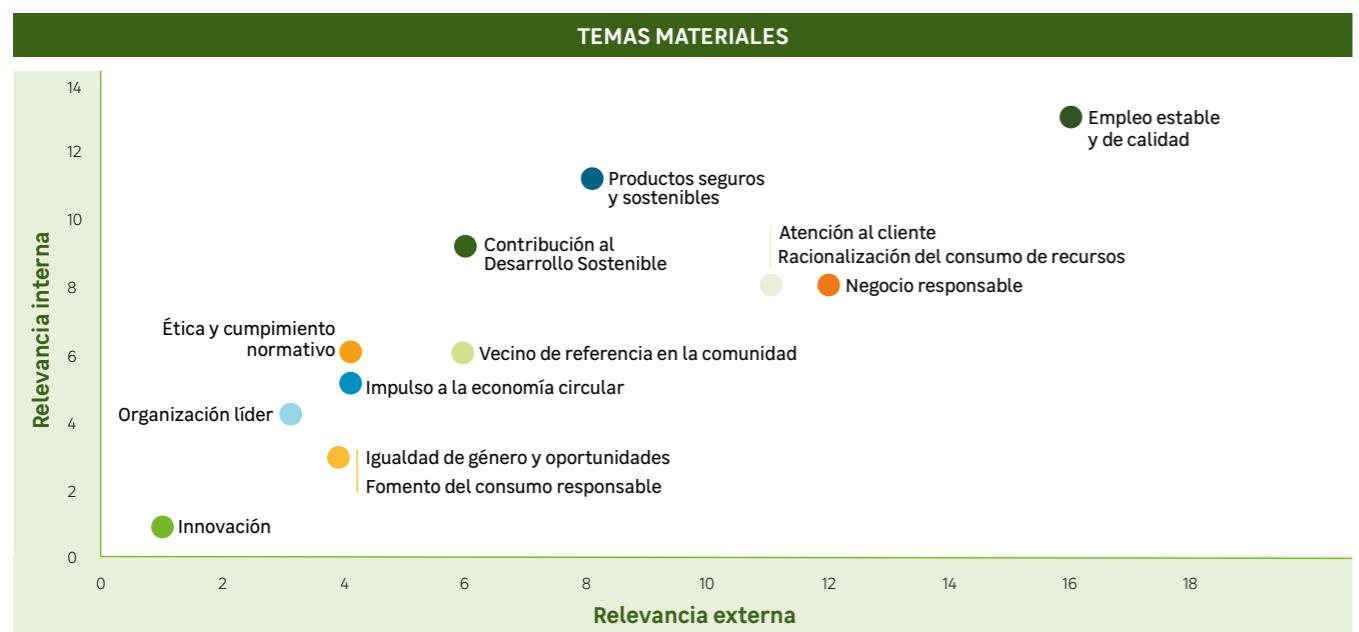
CÓMO SE HA ELABORADO EL INFORME 2020: ANÁLISIS DE MATERIALIDAD



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.

En el cap. 5 se detallan los pasos del análisis acometido en 2020, cuyos resultados, en forma de matriz, han sido los siguientes:



Esta matriz se ha obtenido a partir de la relación inicial de 43 asuntos relevantes que se obtuvo como resultado de los diálogos y las encuestas realizados, donde cada tema había recibido una puntuación de 1 a 4, tanto desde el punto de vista de la empresa como desde la perspectiva de los grupos de interés externos. Cada asunto se reagrupó dentro de un tema material, de alcance más amplio, para obtener una lista de temas con nivel de concreción homogéneo, donde:

- La agregación de las puntuaciones de los 13 temas obtenidos permite su priorización, como muestra la matriz.

TEMA MATERIAL	¿POR QUÉ ES MATERIAL?
Empleo estable y de calidad	Las personas son el mayor activo de Leroy Merlin, y el empleo y su calidad impacta directamente en su bienestar y en el rendimiento de la compañía (estabilidad, seguridad y salud en el trabajo, conciliación de vida privada y personal, formación y desarrollo profesional). Asimismo, este factor también tiene un impacto importante en la economía local por la generación de empleo indirecto a través de nuestras compras y contratación de servicios.
Negocio responsable	La sostenibilidad es clave para el mantenimiento a largo plazo de la compañía y es un factor que premian cada vez más nuestros grupos de interés, reduciendo además los riesgos éticos, ambientales y sociales. El negocio responsable se trata de forma transversal en Leroy Merlin, pasando entre otros por la ética, la responsabilidad en nuestra forma de operar y en nuestra cadena de suministro, el impacto positivo en la comunidad local, nuestra comunicación y nuestro catálogo de soluciones.
Atención al cliente	Nuestro modelo de negocio tiene en el centro a nuestros clientes, por lo que darles una atención excelente y conseguir su satisfacción es uno de los factores clave de nuestra estrategia. Esto implica impulsar su confianza en cuanto a los productos que nos compran, que deben estar correctamente etiquetados e identificados, garantizar los canales y los servicios que nos demandan, así como en la privacidad de todos los datos que comparten con nosotros.
Racionalización del consumo de recursos	El agotamiento de las materias primas es uno de los retos globales, asociado con una necesidad de impulsar una economía más eficiente en el que los recursos se aprovechen mejor generando ahorros económicos y ambientales para empresas y consumidores y neutra en carbono. En esta línea, es una oportunidad hacer de nuestras tiendas un ejemplo de sostenibilidad en eficiencia en el consumo de agua, electricidad y otros recursos para contribuir a un modelo más responsable. También es muy relevante la sostenibilidad de la cadena logística y su impacto ambiental, notablemente a nivel de emisiones de gases de efecto invernadero.
Productos seguros y sostenibles	Contamos con soluciones sostenibles y de calidad que cuidan en todo momento la salud y el bienestar de nuestros clientes. Impulsar la oferta de las mismas forma parte de nuestra estrategia y está en línea con la creciente demanda de la sociedad incluyendo información sobre el impacto ambiental de los productos, impulso del packaging sostenible, y la reducción del uso del plástico.

Contribución al Desarrollo Sostenible	Alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible es una meta global común de Gobiernos, ciudadanos y empresas. Leroy Merlin contribuye a su consecución y al impacto positivo mediante su actividad, impulsando las alianzas con empresas del sector y otros grupos de interés y el respeto de los derechos humanos.
Vecino de referencia en la comunidad	Queremos tener un impacto positivo en las comunidades en las que estamos presentes. En esta línea, es clave fomentar las alianzas en las comunidades locales con el fin de contribuir al desarrollo local desde el punto de vista económico y social, como por ejemplo con las compras locales y la colaboración con el tercer sector para el desarrollo de nuestra acción social.
Ética y cumplimiento normativo	La ética y el buen gobierno son uno de los ejes vertebradores de nuestra compañía, siempre comprometidos con la transparencia y la comunicación como muestra de compromiso con nuestros grupos de interés. Dentro de este marco se encuentran entre otros el cumplimiento legal y los mecanismos para la protección de los derechos humanos, tanto internamente en la compañía como en la cadena de suministro.
Igualdad de género y de oportunidades	Vivimos en una sociedad diversa, que pide que las empresas sean reflejo de esta diversidad, por lo que son estratégicas las medidas para impulsar la diversidad e igualdad de oportunidades de todos los colectivos en todas las áreas de la compañía, además de reflejar esto en nuestra comunicación y diálogo con nuestros grupos de interés.
Fomento del consumo responsable	Como empresa referente en el sector del hogar, tenemos una oportunidad ligada con la pedagogía y la promoción del consumo responsable. Por un lado en nuestra cadena de suministro, formando y colaborando con nuestros proveedores para que nuestras compras y nuestro catálogo sean cada vez más sostenibles, con mayor trazabilidad y uso responsable de las materias primas. Y por otro lado, acompañando a nuestros clientes en sus decisiones de compra e impulsando la concienciación y sensibilización ambiental entre nuestros colaboradores y las comunidades locales.
Impulso a la economía circular	Ante la necesidad de cambiar el modelo de "usar y tirar", acompañada de una presión legislativa, se aboga por un modelo económico más eficiente y circular. En esta línea, la economía circular cobra importancia, abriendo nuevas oportunidades de negocio y optimización (impulso de los servicios, prevención en la generación de residuos, gestión sostenible de residuos e impulso del reciclaje, etc.).
Organización líder	Leroy Merlin es la compañía líder en España de acondicionamiento del hogar (bricolaje, construcción, decoración y jardinería). Para mantener esta posición, tratamos de ser impulsores de un liderazgo y de un estilo de dirección ejemplar y participativo, orientado a la eficiencia en la organización del trabajo, la sostenibilidad de la compañía y la satisfacción de las expectativas de nuestros grupos de interés.
Innovación	Vivimos en un contexto de cambio constante y la innovación nos ayuda a adaptarnos a estos cambios y seguir impactando de forma positiva sobre nuestros grupos de interés. La innovación nos permite mejorar, ser más eficientes y conseguir una mejor posición en el mercado, ya sea impulsando nuevos productos, nuevos modelos de negocio, nuevos de procesos, nuevas formas de organización, de comunicarnos y/o de conseguir la satisfacción de nuestros clientes. En este campo, la colaboración con nuestros grupos de interés es también muy relevante.

TEMA MATERIAL	CAPÍTULO DONDE SE DESARROLLA
Empleo estable y de calidad	Cap. 4 Nuestra casa
Negocio responsable	Cap. 4 Nuestra casa
Atención al cliente	Cap. 5 Contribuimos a mejorar el entorno
Racionalización del consumo de recursos	Cap. 6 Ciclo de producto responsable
Productos seguros y sostenibles	Cap. 6 Ciclo de producto responsable
Contribución al Desarrollo Sostenible	Cap. 5 Contribuimos a mejorar el entorno
Vecino de referencia	Cap. 5 Contribuimos a mejorar el entorno
Ética y cumplimiento normativo	Cap. 4 Nuestra casa
Igualdad de género y de oportunidades	Cap. 4 Nuestra casa
Fomento del consumo responsable	Cap. 6 Ciclo de producto responsable
Impulso a la economía circular	Cap. 6 Ciclo de producto responsable
Organización líder	Cap. 4 Nuestra casa
Innovación	Cap. 5 Contribuimos a mejorar el entorno

La nueva relación de temas materiales ha traído consigo un cambio en la estructura del informe, con el objetivo de favorecer el equilibrio y la claridad en la exposición, sin que hayan desaparecido datos que puedan dificultar la comparabilidad del informe o su exhaustividad. Como novedad, el índice GRI incorpora por primera vez en este informe el nuevo Estándar GRI 306:2020 sobre residuos. Al igual que sucedía en el Informe 2019, algunos de los contenidos se facilitan en un anexo estadístico específico. Respecto a la influencia de los grupos de interés en el contenido del informe y en las actividades, productos y

servicios de Leroy Merlin España, se detalla en el capítulo 5 su participación en el análisis de materialidad. Por otro lado, 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, y su desempeño global desde el diseño de su oferta hasta sus comunicaciones. Además, la compañía se reúne periodicamente y mantiene un diálogo fluido 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 corporativo de Leroy Merlin España o solicitarse al Departamento de Negocio Responsable: negocio.responsable@leroymerlin.es

TEMAS MATERIALES, COBERTURA Y ALCANCE DE LA INFORMACIÓN

La siguiente tabla muestra los temas materiales identificados para la elaboración del informe de sostenibilidad 2020. En ella se explica dónde se producen los impactos asociados a cada tema y qué información facilita la compañía sobre la gestión de los mismos.

TEMA	IMPACTO		INFORMACIÓN DISPONIBLE	
	INTERIOR	EXTERIOR	IMPACTOS INTERIORES	IMPACTOS EXTERIORES
Empleo estable y de calidad	X		Completa (*)	
Negocio responsable	X	X	La información sobre proveedores se limita a los datos obtenidos en las auditorías y los de aceptación del Código de Conducta de Proveedores de Compras Responsables.	Completa
Atención al cliente	X	X	Completa	Se ofrecen datos de satisfacción de los clientes y de su valoración de los productos.
Racionalización del consumo de recursos	X	X	Para los datos propios, la información disponible es la recogida en las facturas de agua, gas y electricidad, así como en las recargas de aire acondicionado. Las emisiones indirectas de CO ₂ , en todos los centros de la compañía en España, son las asociadas al consumo de electricidad.	La flota logística no es propiedad de la compañía. No se reportan sus emisiones, ya que no se dispone de datos de otras empresas. Los cálculos ofrecidos son estimaciones a partir de las distancias recorridas. En cuanto a los proveedores, el Código de Conducta de Proveedores de Compras Responsables compromete 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 una entidad externa.
Productos seguros y sostenibles	X	X	La información sobre proveedores se limita a los datos obtenidos en las auditorías y los de aceptación del Código de Conducta de Proveedores de Compras Responsables.	Se detalla la apuesta de la compañía por el desarrollo de soluciones de energía renovable y más eficientes desde el punto de vista energético para los hogares.
Contribución al Desarrollo Sostenible	X	X	Completa	El Código de Conducta de Proveedores de Compras Responsables prohíbe el trabajo forzoso, el trabajo infantil, el acoso y el abuso, así como cualquier conducta que vulnere la salud física y/o moral de los trabajadores. Pide asimismo respetar la normativa de higiene y salud laboral y la libertad sindical. Por otro lado, tal y como refleja la política fiscal la compañía realiza el 100% de su contribución tributaria en España. La evaluación de los datos se realiza por una entidad externa. Sobre impactos indirectos se ofrece información cualitativa.

Vecino de referencia en la comunidad	X	X	Completa	Se estima que la creación de empleo indirecto se sitúa entre 20 y 60 empleos por tienda.
Ética y cumplimiento normativo	X	X	Completa	No se ofrecen datos financieros de ADEO, que presenta sus propias cuentas. La lucha contra la corrupción y la protección de los derechos humanos se incluyen en el Código Ético, y también compromete a los proveedores en sus Códigos de Conducta. En materia de protección de datos, no se ofrecen datos de impactos externos por ser un asunto confidencial. En materia de protección de datos, se informa en la tabla GRI, indicador 418.
Igualdad de género y oportunidades	X	X	Completa	Se ofrecen resultados de las acciones de inserción laboral.
Fomento del consumo responsable	X	X	Completa	Información cualitativa.
Impulso a la economía circular	X	X	Leroy Merlin no es fabricante ni embala los productos que comercializa. Se ofrecen los datos de la declaración de envases realizada por la compañía. La información sobre evaluación de proveedores se limita a los datos de aceptación del Código de Conducta de Proveedores de Compras Responsables.	La información disponible sobre el destino dado por los clientes a los embalajes y envases se recoge en los informes de Ecoembes. Sobre los materiales utilizados, la información cuantitativa se limita a la declarada por los proveedores para lanzamientos del año 2020. 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 a través de una entidad externa.
Organización líder	X		Completa	
Innovación	X		Completa	

(*) Información completa: el indicador o indicadores GRI elegidos para cada tema material se reporta 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.

7.2. Tabla de correspondencia con los principios del Pacto Mundial

PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	CAPÍTULOS INFORME 2019
Principio N° 1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos	<ul style="list-style-type: none"> • Saludo del CEO • Mensaje del Departamento de Negocio Responsable • Capítulo 5
Principio N° 2. No ser cómplices en la vulneración de los derechos humanos	<ul style="list-style-type: none"> • Mensaje del Departamento de Negocio Responsable • Capítulo 5
Principio N° 3. Apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva	<ul style="list-style-type: none"> • Capítulo 4
Principio N° 4. Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio	<ul style="list-style-type: none"> • Mensaje del Departamento de Negocio Responsable • Capítulo 5
Principio N° 5. Apoyar la erradicación del trabajo infantil	<ul style="list-style-type: none"> • Mensaje del Departamento de Negocio Responsable • Capítulo 5
Principio N° 6. Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación	<ul style="list-style-type: none"> • Capítulo 4 • Capítulo 5
Principio N° 7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Saludo del Director General • Mensaje del Departamento de Negocio Responsable • Capítulo 4 • Capítulo 5 • Capítulo 6

Principio N° 8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Saludo del Director General • Mensaje del Departamento de Negocio Responsable • Capítulo 4 • Capítulo 5 • Capítulo 6
---	--

Principio N° 9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Capítulo 5 • Capítulo 6
---	--

Principio N° 10. Las empresas e instituciones deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidos extorsión y soborno	<ul style="list-style-type: none"> • Saludo del Director General • Mensaje del Departamento de Negocio Responsable • Capítulo 4
--	--

7.3. Índice de contenidos GRI

ESTÁNDARES	PAG.	COMENTARIOS ADICIONALES
101 - FUNDAMENTOS 2016		
102 - CONTENIDOS GENERALES 2016		
102-1: Nombre de la organización	68	Leroy Merlin España S.L.U.
102-2: Actividades, marcas, productos y servicios	12	<p>Las marcas pueden consultarse en http://www.leroymerlin.es/. Los productos y servicios que comercializa Leroy Merlin no están sujetos a prohibiciones ni debate social. La relación de productos puede consultarse en el sitio web https://www.leroymerlin.es/productos. En https://www.leroymerlin.es/lo-hacemos-por-ti se facilita la relación de servicios que ofrece la compañía a sus clientes.</p> <p>Por otro lado, Leroy Merlin Inmobiliaria tiene como fin la construcción y tenencia en propiedad de activos inmobiliarios, destinados fundamentalmente a su explotación mediante arrendamiento. ILME, propietaria de esos activos (tiendas), arrienda la mayor parte de los mismos a Leroy Merlin España, S.L.U., para que esta desarrolle en ellos su actividad de comercio al por menor. También es propietaria de otros activos que explota también en régimen de arrendamiento, pero en este caso con terceras empresas distintas de Leroy Merlin España, S.L.U.</p>
102-3: Ubicación de la sede	68	Nuestra sede social se encuentra 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	68	La actividad de la compañía se desarrolla exclusivamente en España. Además de los 131 puntos de venta contamos con 5 centros logísticos para flujos nacionales en Cabanillas, Torija, Ribarroja y Meco, además de 3 regionales en Barcelona, Sevilla y Valencia. El almacén de Cabanillas se cerró en 2020.
102-5: Propiedad y forma jurídica	68	La organización es una Sociedad Limitada Unipersonal (S.L.U.). El 100% de Leroy Merlin España S.L.U y de Inmobiliaria Leroy Merlin España S.L.U. es propiedad de Adeo Holding Iberia 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 de Leroy Merlin España es de 90.010.000 €, 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. El capital social de Inmobiliaria Leroy Merlin España S.L.U es de 284.843.000 €.
102-6: Mercados servidos	12, 16	Tanto la tienda online, la venta telefónica, como las tiendas físicas permiten acceder a todas las soluciones desde cualquier punto de España. El mapa actualizado de tiendas puede consultarse en https://www.leroymerlin.es/tiendas
102-7: Tamaño de la organización	16, 30, 31, 79	<p>La compañía no cotiza en bolsa, por lo que no existen datos de capitalización (ver 102-5). La facturación en 2020 ha sido de 2.649.787.956 €. En 2020 se han registrado 42 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> <ul style="list-style-type: none"> - EBIT corriente (en millones de €). Total 2020: 127,2 (LME: 73,2 + ILME: 54,0) Total 2019: 84,5 (LME: 53,4 + ILME: 31,1) - Volumen de Activos (en millones de €). Total 2020: 1.765,7 (LME: 1.320,8 + ILME: 444,9) Total 2019: 1.742,30 (LME: 1.208,281 + ILME: 534,02) <p>Los datos proceden de las cuentas anuales de la compañía y del sistema de control de gestión de Leroy Merlin.</p>

102-8: Información sobre empleados y otros trabajadores	30, 31, 79, 80, 81	<p>La información procede del programa Meta-4 a partir del cual se gestiona toda la información de administración de personal en 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. Desglose por jornada y género; promedio anual de contratos indefinidos temporales y a tiempo parcial, por género, edad y categoría.</p>
102-9: Cadena de suministro	34, 50, 51	El dato de los proveedores y nacionalidad se calcula con base en su CIF.
102-10: Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	14, 50, 51	En el año 2020 no se han producido cambios en la estructura del capital social ni otras operaciones de formación, mantenimiento y alteración del capital.
102-11: Principio o enfoque de precaución	49	En Leroy Merlin identificamos y evaluamos de forma continua las tendencias normativas y los riesgos relacionados con los aspectos ambientales derivados de nuestra actividad y de la de nuestra cadena de suministro. Por ello, adoptamos de forma complementaria y conforme al principio de precaución, normas internas que permitan la minimización y/o gestión de dichos riesgos ambientales.
102-12: Iniciativas externas	36	
102-13: Afiliación a asociaciones	46, 81	
102-14: Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	5	
102-16: Valores, principios, estándares y normas de conducta	12, 15, 33, 35, 36	En el Informe de Sostenibilidad 2019 pueden consultarse más detalles sobre los valores de Leroy Merlin y sus políticas corporativas. Los distintos códigos y políticas de Leroy Merlin España se encuentran disponibles en la web corporativa de Leroy Merlin.
102-18: Estructura de gobernanza	13	<p>La sociedad es unipersonal. En el año 2020, el órgano de administración sigue estando constituido por un Consejo de Administración formado por 5 consejeros (Félix Fernández, Carlos Malo, Franck Lely, Pierre Leclercq y Olivier Debeunne), actuando uno de ellos como presidente, y un secretario no consejero (Juan Maggio). No existen comisiones Ejecutivas o Consejeros Delegados designados. En 2020 se ha creado la comisión de auditoría en el seno del consejo de administración al haber adquirido la sociedad el carácter de entidad de interés público desde el 1 de enero de 2020. 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 puntuaciones: 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 colaboradores; 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.</p>
102-40: Lista de grupos de interés.	34	
102-41: Acuerdos de negociación colectiva	29	
102-42: Identificación y selección de grupos de interés	34	
102-43: Enfoque para la participación de los grupos de interés	34	
102-44: Temas y preocupaciones clave mencionados	64, 65	
102-45: Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	69	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 coberturas del tema	63, 66, 67	
102-47: Lista de los temas materiales	66, 67	
102-48: Reexpresión de la información	69	Los datos relativos al transporte por carretera se han calculado siguiendo un método diferente respecto a años anteriores. En este informe, cuando un trayecto cuenta con varias paradas se contabiliza la distancia más larga. El dato de 2019 que aparece en este informe, también se ha actualizado conforme a este nuevo método.
102-49: Cambios en la elaboración de informes	69	No se han realizado cambios en la elaboración.
102-50: Periodo objeto del informe	63	

102-51: Fecha del último informe	69	Periodicidad anual. El ultimo informe publicado correspondiente al ejercicio 2019 se publicó en julio 2020.
102-52: Ciclo de elaboración de informes.	70	Anual.
102-53: Punto de contacto para preguntas sobre el informe.	66	
102-54: Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI.	63	
102-55: Índice de contenidos GRI	68-75	
102-56: Verificación externa	63, 85	

ESTÁNDARES	PAG.	COMENTARIOS ADICIONALES
103 - ENFOQUE DE GESTIÓN 2016		
103-1: Explicación del tema material y su cobertura	64-67	
103-2: El enfoque de gestión y sus componentes	12, 15, 16, 22, 33, 35, 36, 42, 50, 51	TEMAS ECONÓMICOS (201, 203, 204, 205, 206, 207). En el cap. 5 se hace referencia al modelo de negocio de LME y a la trascendencia de la multicanalidad para su progreso, que se sustancia en la ganancia de clientes y el aumento de ingresos. Ejemplos de actuaciones con consecuencias económicas indirectas aparecen en el cap. 6 (proveedores) y 5 (acción social). 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 Ético (cap 4 y 6). Para mejorar su cumplimiento, el Comité de Ética de Leroy Merlin proporciona un mecanismo que permite a los proveedores informar de modo confidencial y sin represalias acerca de cualquier queja relacionada con el ámbito del Código Ético. Esto se realizará sin ánimo de represalias, siempre que prevalezca la buena fe y no exista ánimo de perjudicar a un tercero. Todos los colaboradores 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.
	33, 35, 36, 49	TEMAS AMBIENTALES (301, 302, 305, 306, 307, 308). En la carta del Director General se hace referencia al enfoque de impacto positivo. Ejemplos de actuaciones en materia ambiental aparecen en el cap. 6 (págs. 67-70, 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 Ético (cap 4 y 6). Todos los colaboradores de Leroy Merlin han de gestionar los impactos ambientales en su ámbito de trabajo, si bien el área de Negocio Responsable desempeña labores de coordinación e impulso en estos temas.
	33, 35, 36, 20-22, 25, 27-29	TEMAS SOCIO-LABORALES (401, 403, 404, 405, 406, 407). Ejemplos de actuaciones en el ámbito laboral aparecen en el cap. 4. El Marco RSE "Demos vida a un hábitat mejor" recoge directrices en esta materia.
	33, 35, 36, 45, 46, 61	OTROS TEMAS SOCIALES (412, 413, 414, 415, 416, 417, 418, 419). En las páginas 77-79 (cap. 4) se hace referencia al objetivo de Leroy Merlin para el programa de sensibilización Hazlo Verde. Ejemplos de actuaciones dirigidas a la sociedad, en la que se incluyen los clientes, aparecen en los cap. 5 y 6. 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 colaboradores de Leroy Merlin han de gestionar los impactos sociales en su ámbito de trabajo, si bien el área de Negocio Responsable desempeña labores de coordinación e impulso en estos temas.
103-3: Evaluación del enfoque de gestión	16, 43, 50, 51	TEMAS ECONÓMICOS (201, 203, 204, 205, 206, 207). 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 Ético. 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 el capítulo 4 (CIFRAS), así como en el capítulo 6, donde se recoge el progreso en ventas de productos sostenibles y proveedores firmantes del Código Ético.

53, 54, 56, 58, 59, 79	TEMAS AMBIENTALES (301, 302, 305, 306, 307, 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 Ético. 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 (Ecopaciones). El capítulo 6 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. Se hace referencia asimismo a las ventas de productos sostenibles.
21-24, 26-28	TEMAS SOCIO-LABORALES (401, 403, 404, 405, 406, 407). Además de contar con un cuadro de Mando de RR. HH., LME ostenta las certificaciones OHSAS 18001 y Top Employer, que acreditan su desempeño en materia socio laboral y someten sus datos a evaluaciones periódicas (cap. 4e- apartado sobre reconocimientos). En el año 2020 se han registrado 217 conciliaciones administrativas, con el siguiente resultado: Cerradas con avenencia: 162 / Cerradas sin avenencia: 46/ Desistidas: 3/ No celebrada: 1/Suspendidas: 5. Además, se han producido 128 demandas judiciales sobre las siguientes materias: Despido: 79/ Cantidad: 11/ Reducción de Jornada: 18/ Sanción: 3/ Modificación sustancial de condiciones: 2/ Proceso electoral: 1/ Otras materias: 14. El resultado de las 128 demandas ha sido el siguiente: 79 conciliadas judicialmente/ 13 desestimadas/ 21 desistidas/ 6 estimadas parcialmente/ 7 estimadas/ 5 están pendientes de sentencia/ 3 están suspendidas a la espera de nueva citación.

24, 45-47 OTROS TEMAS SOCIALES (412, 413, 414, 415, 416, 417, 418, 419)

ESTÁNDARES	PAG.	LOCALIZACIÓN / CONTENIDO
200 - IMPACTOS ECONÓMICOS		
201 - DESEMPEÑO ECONÓMICO 2016		TEMAS MATERIALES: Ética y cumplimiento normativo, Negocio responsable, Organización líder
201-2: Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	11, 41, 53, 54, 59, 60	Los tres aspectos de la actividad de la compañía más vinculados al cambio climático son la comercialización de Ecopaciones, especialmente la venta de soluciones de energía renovable (cap 6), el estándar de construcción sostenible y la actividad logística de Leroy Merlin (cap 5 y 6), 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 a corto plazo se reflejan sobre todo en el aumento de la gama de energía renovables y en los fenómenos climáticos extremos (ej. inundaciones), que nos obligan a mantener las tiendas cerradas para no comprometer la seguridad física de clientes y colaboradores en sus desplazamientos a la tienda.
		OMISIONES: No se han realizado hasta el momento evaluaciones cuantitativas de los costes asociados a la gestión de los riesgos regulatorios mencionados.
203 - IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS 2016		TEMAS MATERIALES: Contribución al Desarrollo Sostenible, Negocio responsable, Vecino de referencia
203-2: Impactos económicos indirectos significativos	16, 24, 45, 46, 50, 51, 44, 52	
204 - PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN 2016		TEMAS MATERIALES: Contribución al Desarrollo Sostenible, Negocio responsable, Vecino de referencia
204-1: Proporción de gasto en proveedores locales	50	

205 - ANTI CORRUPCIÓN 2016	TEMAS MATERIALES: Ética y cumplimiento normativo
205-1: Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	72 No se tiene constancia de ningún caso de corrupción confirmado, ni que haya dado como resultado el despido de un empleado o la adopción de medidas disciplinarias; ni que haya dado como resultado la resolución o no renovación de un contrato con un socio de negocio; ni relacionado con corrupción contra Leroy Merlin o sus colaboradores.
206 - COMPETENCIA DESLEAL 2016	TEMAS MATERIALES: Ética y cumplimiento normativo
206-1: Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	72 No se han producido sanciones por incumplimientos en estas materias que tengan un importe superior a 100.000 euros.
207 - TRIBUTOS 2019	TEMAS MATERIALES: Ética y cumplimiento normativo, Contribución al Desarrollo Sostenible
207-1: Enfoque fiscal	16 Todas las empresas de ADEO en España se rigen bajo las mismas directrices fiscales, lideradas por el responsable del Departamento Fiscal y supervisadas y reportadas al Director Financiero de LME / ILME y Adeo Logistic Iberia. No existen empresas participadas con marcos diferenciados a efectos fiscales.
207-2: Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos	16 La Compañía se rige por la política fiscal, publicada en el web corporativa de la compañía. El Director Financiero de LME es el principal responsable de su gestión. Con carácter general, todas las cuestiones fiscales se revisan cada dos meses mediante reuniones presenciales. Los tributos exigibles se liquidan de acuerdo con el ordenamiento jurídico vigente, velando por que la tributación guarde una relación adecuada con la estructura y ubicación de la actividad y facilitando la información y documentación con trascendencia fiscal que soliciten las administraciones competentes. La compañía cuenta con procedimientos de revisión en materia tributaria respecto a la operativa empresarial, valorándose posibles riesgos tributarios con el fin de mitigarlos y eliminarlos.
207-3: Participación de grupos de interés y gestión de inquietudes en materia fiscal	72 LME cuenta con mecanismos para informar acerca de determinados comportamientos a través del canal ético. La auditoría externa de cuentas revisa y analiza las notas fiscales de LME e ILME. LME forma parte de la Asociación Nacional de Grandes de Empresas de Distribución, la cual organiza reuniones periódicas para la defensa e interés tributarios de las compañías integrantes de la asociación.
207-4: Presentación de informes país por país	16

ESTÁNDARES	PAG.	LOCALIZACIÓN / CONTENIDO
300 - IMPACTOS AMBIENTALES		
301 - MATERIALES 2016		TEMAS MATERIALES: Productos seguros y sostenibles, Racionalización del consumo de recursos, Impulso a la economía circular, Fomento del consumo responsable, Contribución al Desarrollo Sostenible, Innovación
301-1: Materiales utilizados por peso o volumen	72	Según la declaración de envases 2020 remitida a Ecoembes, se han utilizado las siguientes cantidades de envases domésticos (en kg): Madera- Corcho 194.192,775. Metales (acero) 226.298,643. Metales (aluminio) 1.995,667. Otros 7.226,722. Cartón-papel 7.387.065,690 Plásticos EPS - 146.834,226. Plásticos HDPE (Cuerpo Rígido y Bolsa Reutilizable) 192.419,518. Plásticos HDPE Flexible 61.856,893 Plásticos LDPE 490.026,838 Plásticos OTROS 512.635,336 Plásticos PET 150.992,786. Plásticos PP - 99.146,301. Plásticos PVC 80.639,718. El total de materiales empleados en envases asciende a 9.551,3 toneladas, un 12% más declarado que en 2019.
302 - ENERGÍA 2016		TEMAS MATERIALES: Productos seguros y sostenibles, Racionalización del consumo de recursos, Impulso a la economía circular, Fomento del consumo responsable, Contribución al Desarrollo Sostenible, Innovación
302-1: Consumo energético dentro de la organización	54, 81, 82	OMISIONES: no se dispone del dato de la energía renovable autoconsumida. La potencia de la energía renovable instalada es de 825 kWp.
302-4: Reducción del consumo energético	54, 79	OMISIONES: No se facilita la cantidad, sino los porcentajes de ahorro en función de la superficie de venta, que consideramos más significativoS.

305 - EMISIONES 2016	TEMAS MATERIALES: Productos seguros y sostenibles, Impulso a la economía circular, Fomento del consumo responsable, Contribución al Desarrollo Sostenible, Innovación
305-1: Emisiones directas de GEI	53 El ratio para obtener las toneladas equivalentes de CO ₂ se obtiene mediante el ratio medio por año que aparece en la calculadora de huella de carbono 2019 del Ministerio para la Transición Ecológica.
305-2: Emisiones indirectas de GEI	53 El ratio para obtener las toneladas equivalentes de CO ₂ se obtiene directamente del factor proporcionado por las comercializadoras de energía que aplican en cada caso.
306 - RESIDUOS 2020	TEMAS MATERIALES: Productos seguros y sostenibles, Impulso a la economía circular, Fomento del consumo responsable, Contribución al Desarrollo Sostenible, Innovación
306-1: Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	55, 56
306-2: Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	55, 56 Todos nuestros residuos están gestionados por gestores autorizados y previamente validados por las administraciones competentes. Las recogidas se registran a través de una plataforma online donde se tiene total trazabilidad de naturaleza, cantidad y destino, esta información es revisada mensualmente por la responsable del departamento de residuos.
306-3: Residuos generados	82 Un 4% de los datos son estimados acorde a metodología ADEO. Los datos definitivos se publicarán en el informe anual de residuos 2020.
307 - CUMPLIMIENTO AMBIENTAL 2016	TEMAS MATERIALES: Ética y cumplimiento normativo
307-1: Incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental	73 No se han producido sanciones por incumplimiento de la normativa ambiental.
308 - EVALUACIÓN AMBIENTAL DE PROVEEDORES 2016	TEMAS MATERIALES: Racionalización del consumo de recursos, Negocio responsable
308-1: Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	50, 51

ESTÁNDARES	PAG.	LOCALIZACIÓN / CONTENIDO
400 - IMPACTOS SOCIALES		
401 - EMPLEO 2016		TEMAS MATERIALES: Empleo estable y de calidad, Organización líder
401-1: Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	82 No se indica el número de nuevos colaboradores por categoría de edad.	
403 - SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO 2018		TEMA MATERIAL: Empleo estable y de calidad
403-1 (2018) Sistema de gestión de la salud y de la seguridad en el trabajo	73 El sistema de gestión de la prevención de riesgos laborales de LME está basado en ley 31/95 y la normativa internacional OHSAS 18001, que abarca a todos los colaboradores de LME, y a externos, a través del procedimiento establecido para la coordinación de actividades empresariales.	
GRI 403-2 (2018) Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de accidentes	73 En cada centro existe una evaluación de riesgos, así como controles periódicos que se realizan en el propio centro. De cada evaluación de riesgos emana una planificación preventiva que indica las medidas preventivas, plazo de ejecución, responsable, etc. Hay un procedimiento establecido por el que se realiza la investigación de los incidentes y accidentes, en dicho proceso participa el manager, RR. HH. y el Departamento de Bienestar, Salud y PRL. Las medidas preventivas propuestas, forman parte de la planificación preventiva de cada centro de trabajo.	
GRI 403-3 (2018) Servicios de salud en el trabajo	73 La empresa tiene un contrato de vigilancia de la salud para realizar los reconocimientos médicos iniciales y periódicos y en caso de accidente se acude al centro asistencial de la mutua de accidentes.	

GRI 403-4 (2018) Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	21	
GRI 403-5 (2018) Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	21	
GRI 403-6 (2018) Fomento de la salud de los trabajadores	21	
GRI 403-7 (2018) Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados con las relaciones comerciales	74	La política de prevención de la empresa describe la necesidad de integrar la prevención de riesgos en todas las áreas y procesos de la compañía para garantizar la prevención de riesgos desde el origen.
GRI 403-8 (2018) Cobertura del sist. de gestión de la salud /seguridad	21	El 100% de los colaboradores de Leroy Merlin están cubierto por su sistema de gestión. El sistema está sujeto a certificación OHSAS 18001 y a auditoría reglamentaria exigida por la ley 31/95. La certificación OHSAS 18001 es exclusiva de los puntos de venta de Leroy Merlin y sus oficinas centrales.
GRI 403-9 (2018) Lesiones por accidente laboral	74	En 2020 no se han producido accidentes mortales. Se han registrado 208 accidentes de hombres y 108 de mujeres. El absentismo por enfermedad común es de un 3,7% y el absentismo por accidente de trabajo es un 0,29%. Los días perdidos por accidente de trabajo son 10.621.
GRI 403-10 (2018) Dolencias y enfermedades laborales	74	En 2020 no se ha declarado ningún caso de enfermedad profesional.
404 - FORMACIÓN Y ENSEÑANZA 2016		TEMAS MATERIALES: Empleo estable y de calidad, Organización líder
404-1: Media de horas de formación al año por empleado	83	OMISIONES: las horas de formación no están disponibles por región sino el total de España.
404-3: Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	74	El 100% de los colaboradores que llevan en la compañía más de 6 meses reciben de forma anual una evaluación de su talento y desempeño profesional a través de la herramienta SER+365. OMISIONES: se indica información cualitativa
405 - DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES 2016		TEMA MATERIAL: Empleo estable y de calidad, Igualdad de género y de oportunidades
405-1: Diversidad en órganos de Gobierno y empleados	31	
406 - NO DISCRIMINACIÓN 2016		TEMAS MATERIALES: Empleo estable y de calidad, Igualdad de género y de oportunidades
406-1: Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	74	Durante 2020 se han recibido en total 10 comunicaciones en relación a posibles incumplimientos del Código Ético.
407 - LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA 2016		TEMAS MATERIALES: Empleo estable y de calidad, Ética y cumplimiento normativo
407-1: Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	50, 51	El Código de Compras Responsables de Leroy Merlin obliga a los proveedores firmantes al cumplimiento de los diez principios del Pacto Mundial y se les indica la forma de acceso al canal "Whispli" para denunciar cualquier situación irregular. Asimismo, los proveedores son sometidos a una auditoría social. Durante 2020 no se han recibido comunicaciones en esta línea.
412 - EVALUACIÓN DE DERECHOS HUMANOS 2016		TEMA MATERIAL: Ética y cumplimiento normativo
412-2: Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	15	Los derechos humanos se incluyen dentro del Código Ético de Leroy Merlin, cuya formación es de obligado cumplimiento para todos los colaboradores. Actualmente el 91% de la plantilla ha realizado la formación y firmado el Código.
413 - COMUNIDADES LOCALES 2016		TEMAS MATERIALES: Vecino de referencia, Contribución al Desarrollo Sostenible
413-1: Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	37, 38, 44-46, 50, 51, 58-61	
414 - EVALUACIÓN SOCIAL DE PROVEEDORES 2016		TEMAS MATERIALES: Negocio responsable, Racionalización del consumo de recursos
414-1: Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	50, 51	

415 - POLÍTICA PÚBLICA 2016		TEMA MATERIAL: Ética y cumplimiento normativo
415-1: Contribución a partidos y/o representantes políticos	75	Tal y como se indica en nuestro Código Ético: "Leroy Merlin es una organización políticamente neutral, no financiamos, directa o indirectamente, a partidos políticos u organizaciones afines, ni a sus representantes o candidatos".
416 - SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES 2016		TEMAS MATERIALES: Atención al cliente, Productos seguros y sostenibles, Fomento del consumo responsable
416-1: Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	75	En 2020 se han retirado 9 productos por riesgos a la seguridad/salud de nuestros clientes.
417 - MARKETING Y ETIQUETADO 2016		TEMAS MATERIALES: Atención al cliente, Productos seguros y sostenibles, Negocio responsable, Contribución al Desarrollo Sostenible
417-3: Casos de incumplimientos relacionados con comunicaciones de marketing	75	No se han producido sanciones significativas (es decir, superiores a 100.000 euros) ni advertencias por incumplimientos en esta materia referidos a la normativa o a los códigos voluntarios.
418 - PRIVACIDAD DE LOS CLIENTES 2016		TEMAS MATERIALES: Atención al cliente, Ética y cumplimiento normativo
418-1: Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	75	Lo respondido en este apartado no son intrínsecamente violaciones de la privacidad de los clientes, sino incidencias que podrían considerarse un posible cumplimiento defectuoso de la normativa aplicable. El Departamento Jurídico ha tenido constancia de más de cincuenta (50) reclamaciones presentadas por clientes de LEROY MERLIN y terceros en materia de privacidad (v.g. presuntos tratamientos indebidos, cruce de datos en los sistemas de LEROY MERLIN, duplicidad de fichas de clientes, etc.). El 100% reclamaciones quedaron resueltas satisfactoriamente para las partes.
		En el año 2020, la AEPD notificó a LEROY MERLIN seis (6) "Traslados de Reclamación y Solicitud de Información". Todos quedaron archivados o fueron, finalmente, inadmitidos a trámite.
		La compañía no ha tenido constancia de filtraciones, robos o pérdidas de datos de clientes.
419 - CUMPLIMIENTO SOCIOECONÓMICO 2016		TEMAS MATERIALES: Ética y cumplimiento normativo
419-1: Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	75	No se han producido sanciones por incumplimientos en estas materias.

7.4. Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018

de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

ASUNTOS LEY 11/2018	PÁGINA/ RESPUESTA
DESCRIPCIÓN MODELO DE NEGOCIO	
Entorno empresarial	11
Organización y estructura	12, 13, 68
Mercados en los que opera	12, 68
Objetivos y estrategias	5, 33, 35, 49
Factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución	11
DESCRIPCIÓN DE LAS POLÍTICAS QUE APlica EL GRUPO	
Procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos	12
Impactos significativos y de verificación y control. Medidas adoptadas	12, 33, 35, 64, 65

RESULTADOS DE LAS POLÍTICAS	
Indicadores clave de resultados no financieros pertinentes que permitan el seguimiento y evaluación de los progresos y que favorezcan la comparabilidad entre sociedades y sectores	68-75
PRINCIPALES RIESGOS RELACIONADOS VINCULADOS A LAS ACTIVIDADES DEL GRUPO	
Relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos	55-57, 68, 72
Cómo el grupo gestiona dichos riesgos	15, 55-57. Ver también Estado de Información no Financiera de Leroy Merlin.
Procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos	15. Ver también Estado de Información no Financiera de Leroy Merlin.
Información sobre los impactos que se hayan detectado y desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo	15, 64-65. Ver también Estado de Información no Financiera de Leroy Merlin.
INFORMACIÓN SOBRE CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES	
Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente	49, 69
Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa sobre la salud y la seguridad	17-19, 43, 73, 75
Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	41, 54
Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	61, 71. Ver también Estado de Información no Financiera de Leroy Merlin.
Principio de precaución	69
Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	Ver Estado de Información no Financiera de Leroy Merlin.
Contaminación	Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente. Cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica.
Economía circular y prevención y gestión de residuos	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, recuperación y eliminación de desechos. Acciones para combatir el desperdicio de alimentos.
Uso sostenible de los recursos	Consumo de agua y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales. Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso.
Cambio climático	Consumo, directo e indirecto, de energía. Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética. Uso de energías renovables. Elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generados como resultado de las actividades de la empresa y del uso de los bienes y servicios que produce.

	Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático.	53, 71
	Metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin.	53
Protección de la biodiversidad	Medidas para preservar o restaurar la biodiversidad. Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.	61 Leroy Merlin no realiza actividades en áreas protegidas.
INFORMACIÓN SOBRE CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL		
Empleo	Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional. Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo. Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional. Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional. Las remuneraciones medias y su evolución desagregadas por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor. Brecha salarial. La remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad. La remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo. Implantación de políticas de desconexión laboral. Empleados con discapacidad.	31 30 80, 81 Ver Estado de Información no Financiera de Leroy Merlin. Ver Estado de Información no Financiera de Leroy Merlin. 22 Ver Estado de Información no Financiera de Leroy Merlin. Ver Estado de Información no Financiera de Leroy Merlin. Ver Estado de Información no Financiera de Leroy Merlin. 29 24
Organización del trabajo	Organización del tiempo de trabajo. Número de horas de absentismo. Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio correspondiente de estos por parte de ambos progenitores.	Ver Estado de Información no Financiera de Leroy Merlin. 83 23
Salud y seguridad	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo. Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo.	73, 74 74
Relaciones laborales	Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos. Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país. El balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo.	29 29 29
Formación	Las políticas implementadas en el campo de la formación. La cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	25, 26 82
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad		
		24, 37, 44

Igualdad	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres. 23
	Planes de igualdad (Capítulo III de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres). 23
	Medidas adoptadas para promover el empleo. 24
	Protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo, la integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad. 22-24
	La política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad. 22-23, 74

INFORMACIÓN SOBRE EL RESPETO DE LOS DERECHOS HUMANOS	
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos	74. Ver información adicional en el Estado de Información no Financiera de Leroy Merlin.
Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	40, 74. Ver información adicional en el Estado de Información no Financiera de Leroy Merlin.
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	74. Ver información adicional en el Estado de Información no Financiera de Leroy Merlin.
Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva	50
La eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación	36, 74
La eliminación del trabajo forzoso u obligatorio	36, 67
La abolición efectiva del trabajo infantil	36, 67
CUMPLIMIENTO Y TRANSPARENCIA	
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	12, 15, 72.
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	Leroy Merlin no está sujeta a esta normativa. Asimismo, de cara al riesgo de blanqueo de capitales el órgano de control interno comprueba todas las operaciones que realiza la compañía. Está formado por el director financiero, jurídico, control interno y control financiero. La formación, de carácter anual, es obligatoria para aquellas áreas con mayor exposición a estos riesgos.
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	45, 46
INFORMACIÓN SOBRE LA SOCIEDAD	
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible	El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local. 33-36, 74
	El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio. 33-36, 74
	Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos. 34, 69
	Las acciones de asociación o patrocinio. 83
Subcontratación y proveedores	La inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales. 73, 74
	Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental. 73, 74
	Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas. 73, 74
Consumidores	Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores. 75
	Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas. 43, 70
Información fiscal	Los beneficios obtenidos país por país. 16
	Los impuestos sobre beneficios pagados. 16
	Las subvenciones públicas recibidas. 411.578 €

7.5. Anexo estadístico

GRI 102-7: Volumen de pasivos - financiación

	LME	ILME
M DE €	2019	2020
Valor de los fondos propios	423	483
Valor del pasivo corriente	777	833
Valor del pasivo no corrientes	8	5
	120	76

GRI 102-8. Empleados por jornada y género

JORNADA	2019			2020		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Jornada completa	4976	4092	9068	5087	4186	9273
Otro tipo de jornadas	1935	2985	4920	2012	3027	5039
TOTAL	6911	7077	13988	7099	7213	14312

Promedio anual de tipos de contrato por género, edad y clasificación profesional

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS INDEFINIDOS	2019			2020			
	EDAD	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Administración	Total	556,67	600,92	1157,59	523,59	563,5	1087,09
	18-30 años	42,42	68,58	111	30,92	45,75	76,67
	30-50 años	432,75	484,42	917,17	400,17	472,08	872,25
	Más de 50 años	81,5	47,92	129,42	92,5	45,67	138,17
Cajas	Total	59,92	1297,25	1357,17	65,51	1286,59	1352,1
	18-30 años	18,92	155	173,92	23,92	148	171,92
	30-50 años	37,75	1013,42	1051,17	39,67	987,92	1027,59
	Más de 50 años	3,25	128,83	132,08	1,92	150,67	152,59
Equipo directivo	Total	493,08	205,92	699	467,83	203,33	671,16
	18-30 años	42,83	29,92	72,75	25,75	26,75	52,5
	30-50 años	418,33	165,92	584,25	410,75	168,08	578,83
	Más de 50 años	31,92	10,08	42	31,33	8,5	39,83
Logístico	Total	456,17	77,92	534,08	518,75	120,08	638,83
	18-30 años	65,08	6,33	71,42	85,25	8,83	94,08
	30-50 años	355,17	65,67	420,83	390,67	102,33	493
	Más de 50 años	35,92	5,92	41,83	42,83	8,92	51,75
Mando Intermedio	Total	667,58	447,08	1114,67	712,42	457,58	1170
	18-30 años	109,5	78,42	187,92	103,92	81,08	185
	30-50 años	516,67	338,75	855,42	557,25	342,17	899,42
	Más de 50 años	41,42	29,92	71,33	51,25	34,33	85,58
Reponedor	Total	191,67	95,67	287,33	187,58	105,25	292,83
	18-30 años	47,17	5	52,17	45,67	1,83	47,5
	30-50 años	125,42	68,17	193,58	127,08	75,5	202,58
	Más de 50 años	19,08	22,5	41,58	14,83	27,92	42,75
Vendedor	Total	2789	2550,42	5339,42	2934,17	2713,16	5647,33
	18-30 años	392,58	359,92	752,5	419,67	375,08	794,75
	30-50 años	2149,17	1928,83	4078	2201,75	2016,83	4218,58
	Más de 50 años	247,25	261,67	508,92	312,75	321,25	634

TOTAL	Total	5214,08	5275,17	10489,25	5409,85	5449,49	10859,34
	18-30 años	718,5	703,17	1421,67	735,1	687,32	1422,42
	30-50 años	4035,26	4065,18	8100,44	4127,34	4164,91	8292,25
	Más de 50	460,34	506,84	967,18	547,41	597,26	1144,67

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS TEMPORALES	2019						2020	
	EDAD	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	
Administración	Total	13,67	30,33	44	8,08	19,42	27,5	
	18-30 años	8,92	18	26,92	5,17	14,5	19,67	
	30-50 años	2,58	12,33	14,92	1,83	4,67	6,5	
	Más de 50	2,17	0	2,17	1,08	0,25	1,33	
Cajas	Total	191,5	971,42	1162,92	157	984,58	1141,58	
	18-30 años	164	609,83	773,83	130,75	609	739,75	
	30-50 años	27,5	340,75	368,25	25,83	358,33	384,16	
	Más de 50	0	20,83	20,83	0,42	17,25	17,67	
Equipo directivo	Total	0,83	0,17	1	1,25	0	1,25	
	18-30 años	0	0	0	0	0	0	
	30-50 años	0	0,17	0,17	0,33	0	0,33	
	Más de 50	0,83	0	0,83	0,92	0	0,92	
Logístico	Total	295,58	18,58	314,17	253,67	25,67	279,34	
	18-30 años	161	7,17	168,17	140,25	11,17	151,42	
	30-50 años	130,08	11,42	141,5	108,5	14,5	123	
	Más de 50	4,5	0	4,5	4,92	0	4,92	
Mando Intermedio	Total	0,92	0,33	1,25	0,67	1,17	1,84	
	18-30 años	0	0	0	0	0	0	
	30-50 años	0,92	0,33	1,25	0,67	1,17	1,84	
	Más de 50	0	0	0	0	0	0	
Reponedor	Total	406,67	47,83	454,5	405,41	54,16	459,57	
	18-30 años	261,75	16,83	278,58	258,83	22,5	281,33	
	30-50 años	136,75	30,58	167,33	138,5	30,83	169,33	
	Más de 50	8,17	0,42	8,58	8,08	0,83	8,91	
Vendedor	Total	1005,25	904,67	1909,92	837	741,58	1578,58	
	18-30 años	509	445,25	954,25	421,67	350	771,67	
	30-50 años	462,58	428,42	891	386,58	361,08	747,66	
	Más de 50	33,67	31	64,67	28,75	30,5	59,25	
TOTAL	Total	1914,42	1973,33	3887,76	1663,08	1826,58	3489,66	
	18-30 años	1104,67	1097,08	2201,75	956,67	1007,17	1963,84	
	30-50 años	760,41	824	1584,42	662,24	770,58	1432,82	
	Más de 50	49,34	52,25	101,58	44,17	48,83	93	

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS A TIEMPO PARCIAL	2019						2020	
	EDAD	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	
Administración	Total	12	46	58	7,75	33,92	41,67	
	18-30 años	7	15,67	22,67	3,75	11,67	15,42	
	30-50 años	3,17	25,42	28,58	2,92	18,25	21,17	
	Más de 50 años	1,83	4,92	6,75	1,08	4	5,08	
Cajas	Total	204,83	1583,17	1788	174,92	1471,58	1646,5	
	18-30 años	165	649,17	814,17	139,75	660,58	800,33	
	30-50 años	39,83	844,08	883,92	34,75	736	770,75	
	Más de 50 años	0	89,92	89,92	0,42	75	75,42	

Equipo directivo	Total	0,75	0	0,75	1,25	0	1,25
	18-30 años	0	0	0	0	0	0
	30-50 años	0	0	0	0,33	0	0,33
	Más de 50 años	0,75	0	0,75	0,92	0	0,92
Logístico	Total	295,83	30,5	326,33	285,59	45,5	331,09
	18-30 años	153	10,33	163,33	148,17	13,75	161,92
	30-50 años	137,75	20,17	157,92	130,75	31,33	162,08
	Más de 50 años	5,08	0	5,08	6,67	0,42	7,09
Mando Intermedio	Total	0	0	0	0,42	0,5	0,92
	18-30 años	0	0	0	0	0	0
	30-50 años	0	0	0	0,42	0,5	0,92
	Más de 50 años	0	0	0	0	0	0
Reponedor	Total	506,92	102	608,92	481,17	98	579,17
	18-30 años	282,42	19,08	301,5	278,5	23,25	301,75
	30-50 años	208,08	68,42	276,5	188,92	62,42	251,34
	Más de 50 años	16,42	14,5	30,92	13,75	12,33	26,08
Vendedor	Total	932,75	1111,83	2044,58	899,25	1006,59	1905,84
	18-30 años	493,67	476,75	970,42	461,92	417,92	879,84
	30-50 años	409,08	571,92	981	406,25	532,67	938,92
	Más de 50 años	30	63,17	93,17	31,08	56	87,08
TOTAL	Total	1953,08	2873,5	4826,58	1850,35	2656,09	2159,26
	18-30 años	1101,09	1171	2272,09	1032,09	1127,17	2159,26
	30-50 años	797,91	1530,01	2327,92	764,34	1381,17	0
	Más de 50 años	54,08	172,51	226,59	53,92	147,75	0

GRI 102-13. ORGANIZACIONES CON LAS QUE COLABORAMOS EN 2020

ABD	Corporate Excellence	Fundación También
AECOC	DIRSE	Fundación Tengo Hogar
Aidemar	ECODES	GEA Chapuzas sin Fronteras
Aldeas Infantiles SOS	Ecoembes	Ilunion
ANGED	Forética	Intress
Apadis	FSC	Médicos del Mundo

Consumo de gas para calefacción (kWh)*	596.418	375.614
--	---------	---------

* Para el gas, para el paso de m³ a kWh se utilizan los factores de conversión facilitados por la entidad comercializadora. Los únicos centros que consumen gas para calefacción son la sede y la tienda de San Sebastián de los Reyes.

** El total de la compañía. Incluye tiendas, centros logísticos y servicios centrales.

CONSUMO DE AGUA	2019	2020
Consumo de agua en los puntos de venta (m ³)*	194.101,23	163.008,00*

*Procedente de la red pública de distribución en un 100%. No se computa el agua recuperada.

GRI 306-3: Residuos generados en las actividades de la organización (toneladas)

RESIDUOS NO PELIGROSOS (TONELADAS)	2019	2020	RESIDUOS PELIGROSOS (TONELADAS)	2019	2020
Residuos a vertedero	15.342,37	16.409,27	Aparatos eléctricos	266,19	173,98
Cartón y papel	5.756,47	5.976,71	Bombillas fluorescentes	251,58	58,27
Plástico	742,17	625,85	Otros Residuos ²	-	179,32
Madera	17.018,07	18.241,58	TOTAL	517,77	411,57
Soportes madera recuperados por logística inversa	24.611,91	21.3998,06 ¹			
Chatarra	470,6	380,85			
RCDs	8.229,11	7.245,84			
TOTAL	72.170,70	65.371,72			

¹ Dato parcial, no se incluyen los soportes de madera recuperados por logística inversa en el Centro Logístico de Barcelona.

² Los otros residuos son aerosoles, envases de plástico contaminados, residuos de adhesivos, colas y sellantes peligrosos, residuos de pintura y trapos y absorbentes.

GRI 401-1. Nuevas contrataciones de empleados durante el año 2020, por género y región

REGION	ALTAS			BAJAS		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Barcelona	686	654	1340	620	587	1207
Noreste	561	457	1018	623	516	1139
Centro	830	808	1638	855	893	1748
Islas	537	417	954	573	431	1004
Levante	1143	1198	2341	1043	1084	2127
Noroeste	404	518	922	406	520	926
Norte	348	446	794	386	485	871
Sureste	616	554	1170	617	529	1146
Suroeste	1439	1606	3045	1321	1494	2815
Servicios centrales	44	53	97	42	61	103
TOTAL	6608	6711	13319	6486	6600	13086

Tasa de rotación 2020 (= (Altas - Bajas) / N° total de empleados) 1,63%

TASA TOTAL DE ROTACIÓN	HOMBRES				MUJERES			
	18-30 AÑOS	30-50 AÑOS	MÁS DE 50 AÑOS	TOTAL	18-30 AÑOS	30-50 AÑOS	MÁS DE 50 AÑOS	TOTAL
Barcelona	-0,83	-1,92	0	-1,32	5,71	-2,49	-3,03	0,34
Noreste	4,29	2,23	-15	2,08	-6,36	-0,4	0	-2,03
Centro	0,65	-3,21	-4,35	-2,28	-7,59	-7,33	-7,63	-7,43
Islas	-9,17	-6,07	-3,77	-6,47	-5,15	-2,6	0	-2,78
Levante	34,01	1,15	-6,15	9,95	30,97	6,59	-1,25	12,32
Noroeste	10,34	-1,33	-4,65	0,17	16,39	-4,14	0	0,16
Norte	-7,91	-4,66	-14,06	-6,51	1,92	-6,25	-4,85	-4,55
Sureste	17,87	-1,17	4,55	5,04	15	5,44	-11,11	7,88

Suroeste	27,27	3,92	1,2	7,37	29,9	4,31	0	8,87
Servicios Centrales	7,89	-0,59	-5	-0,46	9,09	-2,4	-18,75	-2,16
TOTAL	10,51	-0,73	-4,52	1,72	10,21	-0,74	-4,15	1,54

GRI 403: Salud y Seguridad en el Trabajo

	2019	2020
· N° de accidentes mortales en 2020 (hombres)	0	0
· N° de accidentes mortales en 2020 (mujeres)	0	0
· Índice de frecuencia de accidentes (por cada millón de horas trabajadas)	12,95	16,87
Índice de incidencia		2,2
· Índice de gravedad (por cada mil horas trabajadas)	0,44	0,57
· Índice de gravedad (mujeres)	0	0
- N° de hombres con enfermedad profesional reconocida en 2020 . Indicar detalle de tipo de enfermedad	0	0
- N° de mujeres con enfermedad profesional reconocida en 2020 . Indicar detalle de tipo de enfermedad	0	0
Índice de siniestralidad laboral (sin itinere)	2,03	2,2
Absentismo por enfermedad común	3,2%	3,70%
Absentismo por accidente de trabajo	0,2%	0,29%
Días de absentismo por accidente de trabajo (nº)	10.575	10.621
Número de accidentes de trabajo (hombres) con baja	202	209
Número de accidentes de trabajo (mujeres) con baja	106	107

Utilizamos como referencia el índice de incidencia exigido por la autoridad laboral según el CNAE de la empresa: 2,43. No disponemos de horas trabajadas por género, por lo que no nos es posible calcular la tasa de frecuencia y de gravedad desagregada. Las principales causas de accidente en la compañía son golpes y sobreesfuerzos.

GRI 404-1. Media de horas de formación por empleado en 2020, desglosada por género y colectivo

	MEDIA DE HORAS DE FORMACIÓN POR PERSONA		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Administración	3,48	8,09	5,70
Cajas	1,88	140,17	14,90
Equipo directivo	48,24	8,64	20,63
Logístico	41,70	2,45	9,49
Mando Intermedio	18,30	10,62	13,64
Reponedor	35,48	2,47	10,11
Vendedor	21,60	16,89	19,12
TOTAL	15,46	16,32	15,89

	HORAS TOTALES DE FORMACIÓN IMPARTIDAS EN 2020		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Administración	1974	4272	6246
Cajas	4166	32238	36404
Equipo directivo	9696	4001	13697
Logístico	7381	1979	9360
Mando Intermedio	8381	7496	15877
Reponedor	5783	1337	7120
Vendedor	74144	64536	138680
Total	111525	115859	227384

7.6. Informe de verificación externa



DECLARACION DE ASEGURAMIENTO DE SGS INTERNATIONAL CERTIFICATION SERVICES IBERICA, S.A.U, ACERCA DEL "INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2020" DE LEROY MERLIN ESPAÑA, S.L.U.

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 31.12.2020, incluida en el Informe de Sostenibilidad 2020.

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 del Informe de Sostenibilidad 2020.

El contenido de esta Declaración y las opiniones contenidas en la misma 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 los principios establecidos en los Estándares GRI (GRI STANDARS).

El trabajo de verificación independiente ha consistido en la formulación de preguntas a determinados departamentos de Leroy Merlin implicados en la elaboración del Informe de Sostenibilidad, 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 contenidos incluidos en el Informe, su correspondencia con los recomendados por los Estándares GRI 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 contenidos GRI y su adecuada compilación.
- 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 compuesto por un verificador coordinador y un verificador, ambos con la competencia requerida por SGS.

4. CONCLUSIONES

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

- El Informe de Sostenibilidad 2020 ha sido elaborado de conformidad con las exigencias de los Estándares GRI.
- 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, se ha proporcionado a la Dirección un informe que contiene los hallazgos y áreas de mejora propuestas.

Elvira Rodriguez

Marina Cernuda

Madrid, 29 de marzo de 2021

SGS INTERNATIONAL CERTIFICATION SERVICES IBERICA, S.A.U,