

# Memoria de Sostenibilidad 2021

Principales resultados

RESUMEN EJECUTIVO



En LEROY MERLIN creemos que cambiar el mundo está en nuestras manos y en las de toda la sociedad. Por eso, apostamos firmemente por un modelo de empresa sostenible, aunando el crecimiento económico y la responsabilidad con el entorno y las personas.

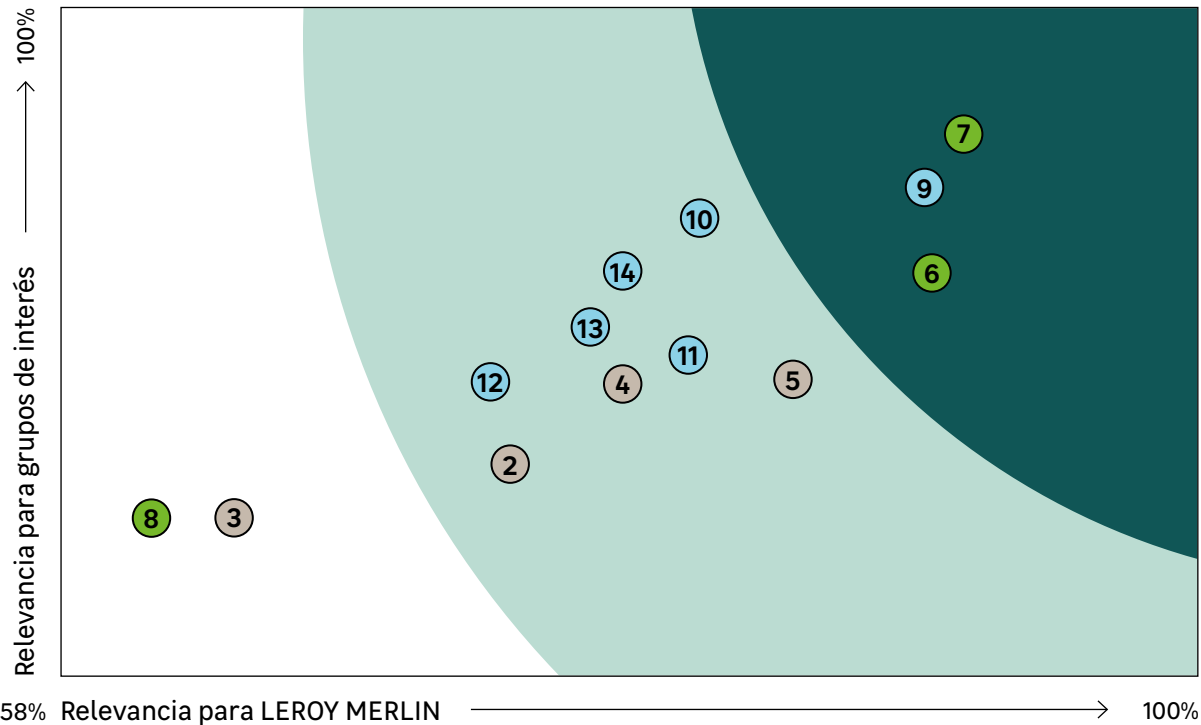
Este documento presenta nuestros principales resultados económicos, sociales y ambientales de 2021, así como los objetivos marcados para 2022. Todo enmarcado en nuestra estrategia MAKE IT POSITIVE, alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Con esta estrategia queremos crear un modelo de empresa positiva y útil para toda la sociedad.



## Temas relevantes en sostenibilidad

Anualmente, realizamos un estudio para detectar 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.

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



### Desarrollo humano

- 1 Liderazgo y negocio responsable
- 2 Vecino de referencia en la comunidad
- 3 Contribución a la Agenda 2030
- 4 Innovación y digitalización
- 5 Gestión de la cadena de valor y derechos humanos

### Nuestra responsabilidad

- 9 Empleo estable y de calidad
- 10 Salud y bienestar laboral
- 11 Diversidad e igualdad de oportunidades
- 12 Buen gobierno, ética y cumplimiento normativo
- 13 Uso responsable de los recursos
- 14 Impulso a la economía circular

### Mejora del hogar

- 6 Experiencia y satisfacción de los clientes
- 7 Productos seguros y sostenibles
- 8 Concienciación en consumo responsable

# 01. BIENVENIDOS A CASA

## Nuestro Propósito

LEROY MERLIN es la compañía líder en el acondicionamiento del hogar, perteneciente al Grupo ADEO, plataforma de empresas dedicada a la mejora del hogar. Todas nuestras decisiones giran en torno al compromiso que tenemos como marca con las personas, la calidad y el medioambiente.

Nuestro Propósito como empresa es **“despertar en cada persona la motivación de crear entornos donde vivir mejor”**. Y para lograrlo, en España contamos con 129 puntos de venta y más de 16.000 colaboradores, que es como llamamos a nuestros empleados.

Nuestros Valores nos otorgan el carácter como organización, “construyen” nuestra forma de abordar el presente y son la base para afrontar los retos futuros. Somos conscientes de la creciente importancia de la sostenibilidad y el consumo responsable como garantía para el cuidado integral de nuestro entorno. Y queremos seguir ocupando una posición de liderazgo en este movimiento.

Nuestros Valores son:

- Cercanía Genuina
- Generosidad Inspiradora
- Ambición Transformadora
- Colaboración Enriquecedora



# Estrategia 2021

El factor humano es clave en LEROY MERLIN ya que nuestra actividad se centra en las personas. Por ello, llevamos a cabo una escucha activa, alianzas con terceros y la creación de espacios para el diálogo, tanto para nuestros colaboradores, como para nuestros clientes, proveedores y todos nuestros grupos de interés. Solo así podemos llevar a cabo el Propósito de la compañía.

2020 supuso un antes y un después para la sociedad, en el que todos tuvimos que adaptarnos a una situación nueva y cambiante. Por su parte, 2021 ha sido el año del inicio de la recuperación de la 'normalidad' y de sentirnos orgullosos como compañía de cómo nos adaptamos a un nuevo contexto. Este año lo podemos resumir a través de 3 grandes retos:

01.

Alcanzar la excelencia en la experiencia cliente y colaborador.

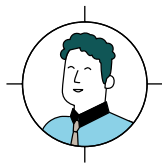
02.

Poner el foco en las palancas aceleradoras útiles para crecer.

03.

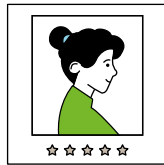
Avanzar en nuestra conquista de la venta digital y el mercado profesional.

## Nuestra estrategia para enfrentar estos tres desafíos se ha centrado en trabajar los siguientes objetivos:



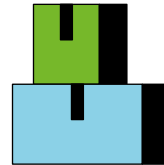
### 01. Human First

Un equipo de 16.119 colaboradores interdisciplinarios. Porque la diversidad es sinónimo de fuerza.



### 02. Customer centric

Queremos ser útiles al cliente de principio a fin y ofrecer una experiencia de cliente profesional y de calidad.



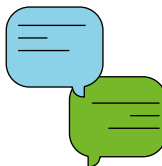
### 03. Delivery

Qué, cuándo, dónde, cómo; porque hemos aprendido que no siempre podemos o queremos salir a comprar.



### 04. Solución adaptada al cliente

Cada necesidad es distinta y nuestro equipo ofrece la respuesta adecuada.



### 05. Excelencia operativa

Agilidad, eficacia y eficiencia.



### 06. Habitante

Fomentamos la escucha activa, eres importante.



### 07. Mercado Digital

Transformación digital; comodidad, agilidad y alcance.



### 08. Mercado profesional

Compartiendo objetivos para llegar más lejos.

Hemos logrado batir nuestro récord de ventas en 2021, cerrando el año con una **facturación de 3.019 millones de euros**. Esto supone la mayor cifra de facturación de la compañía en España desde que se creó y un **14% más que el año anterior**.

Este resultado nos permite encarar con decisión los objetivos de 2022 para seguir siendo líderes en la mejora del hábitat y del acondicionamiento del hogar.

Como empresa responsable, también hemos contribuido tributariamente en España con más de 424,1 millones de euros en concepto de obligaciones fiscales, incluida nuestra aportación voluntaria del impuesto de sociedades a fines sociales (ONG con alcance estatal).

La tendencia y el incremento del comercio y de las relaciones digitales exige que avancemos en la mejora de la experiencia humana, omnicanal y phygital (experiencia que integra el mundo físico y el digital) hasta conseguir la excelencia, reforzando y mejorando la relación directa con el cliente.

Impuesto de sociedades en 2021

**36,1 M€**

36,6 M€ en 2020

IVA en 2021

**199,9 M€**

167,3 M€ en 2020

IRPF

**33,5 M€**

25,1 M€ en 2020

Seguros sociales

**121,5 M€**

90,7 M€ en 2020

Otros tributos

**33,8 M€**

24,2 M€ en 2020

Aportación voluntaria de impuesto de sociedades a fines sociales

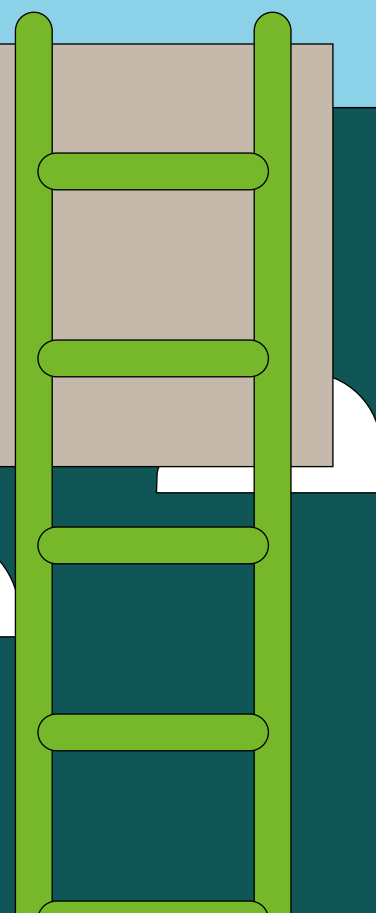
**0,26 M€**

0,255 M€ en 2020

Nuestro objetivo global de cara a 2022 es convertirnos en la plataforma multisolución líder en España para la mejora del hábitat, útil a los habitantes y a nuestro ecosistema. Para conseguirlo seguiremos trabajando en lograr una experiencia excepcional para las personas teniendo en cuenta todos los canales de comunicación y venta y uniendo el mundo físico y el digital.

## Construyendo un mejor hábitat

MAKE IT POSITIVE es nuestra estrategia para contribuir a la creación de entornos más sostenibles. Está focalizada en tres ejes: Desarrollo Humano, Mejora del Hogar y Nuestra Responsabilidad como empresa.



# Una cultura responsable

Esta cultura ética parte del buen gobierno que está asentado sobre los pilares de los **Valores** universales compartidos, el cumplimiento legal y los acuerdos voluntariamente suscritos.

Basamos nuestro compromiso en el respeto de los Derechos Humanos, los 10 principios del Pacto Mundial, la Declaración de los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo y el principio de precaución ambiental.

Contamos con un importante despliegue de herramientas y sistemas para su seguimiento y control, basados en nuestros tres códigos y de firma obligatoria por las partes implicadas:

- **Código Ético.**
- **Código de Conducta de compras responsables para proveedores.**
- **Código de Conducta para proveedores de compras indirectas.**

Como parte de esta cultura, también se integran el diálogo social colectivo y la relación con los distintos sindicatos. En 2021 se ha negociado un nuevo Convenio Colectivo de Grandes Almacenes con una vigencia de dos años, que añade mejoras como la regulación del trabajo a distancia o la política de desconexión digital, entre otras.

En 2021 han firmado el Código Ético el

**93%**  
de nuestros  
colaboradores

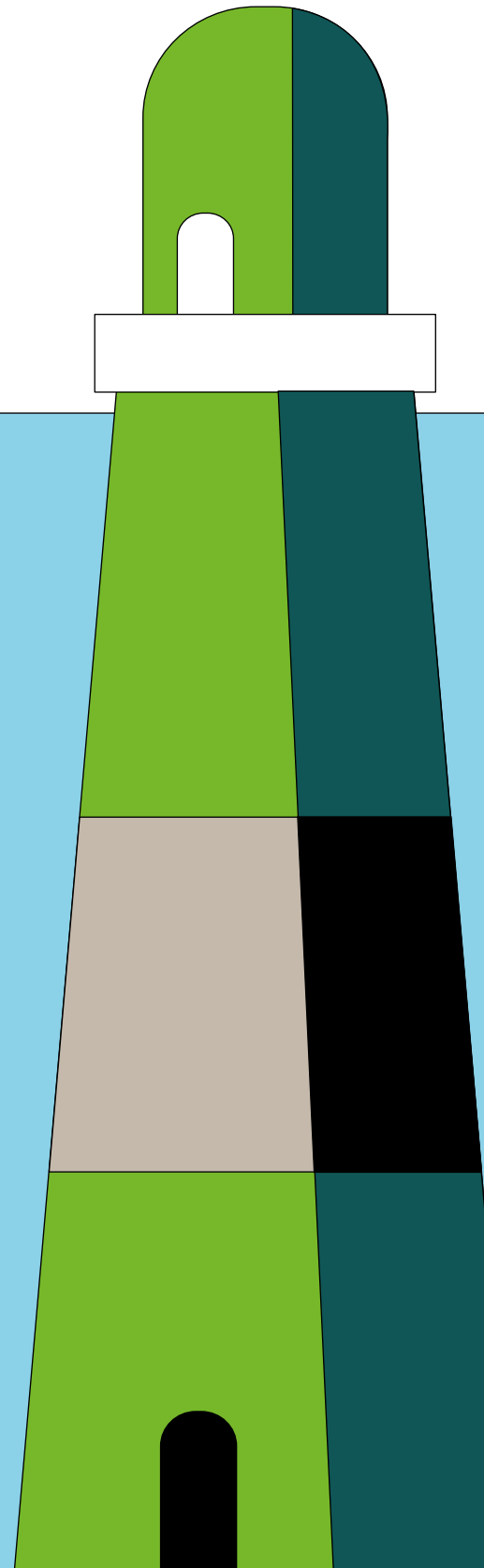
Ha sido formada en procedimientos plasmados en el Código Ético el

**92%**  
de la plantilla

Han firmado el Código de Conducta de Proveedores de Compras Responsables el

**85,8%**  
de proveedores

Contamos con un canal ético tanto para nuestro equipo como para externos (proveedores, clientes, etc.) a través del cual se pueden hacer llegar dudas, sugerencias y posibles incumplimientos. Durante 2021, se han recibido 34 comunicaciones relacionadas con posibles incumplimientos del Código Ético, de estas, 25 se han cerrado y el resto siguen en investigación.



# 02. COMPROMETIDOS CON LAS PERSONAS

## Salud y bienestar del entorno laboral

Nuestros colaboradores se desarrollan en un entorno abierto, integrador y flexible, que redunda en un clima de bienestar. Esto nos ha consolidado como una de las mejores empresas para trabajar en España y de atracción de talento.

La plantilla de LEROY MERLIN España en 2020

**14.312**  
colaboradores

En 2021

**16.103**  
colaboradores

En LEROY MERLIN integramos la prevención de riesgos laborales, la salud y el bienestar en nuestro modelo de desarrollo como empresa. Queremos impulsar un buen entorno de trabajo, hábitos de vida saludables e identificar los riesgos para la seguridad de las personas, de tal manera que podamos prevenirlos. En 2021, nos hemos centrado en la creación de espacios seguros frente a la COVID-19 y en la prevención y reducción de accidentes.

El esfuerzo e implicación de los equipos se refleja en la reducción de nuestro índice de frecuencia de accidentes. En 2021, fue de **11,59** frente a al **14,40 del sector**.



Nuestro Sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales está certificado bajo el estándar internacional ISO 45001.





## Formación y talento

El desarrollo del talento es una prioridad para nosotros. Dentro de nuestro plan de formación apostamos por impulsar los conocimientos técnicos y las habilidades necesarias para impulsar la carrera profesional de nuestro equipo y satisfacer a nuestros clientes. También incluimos formación relacionada con nuestra cultura ética y la protección de los Derechos Humanos.

En 2021 se han impartido un total de

con una inversión total de

**398.561**  
horas de formación

**2.662.349 €**

## Igualdad y diversidad

Una sociedad más justa e igualitaria no se concibe sin empresas que también lo sean. En LEROY MERLIN garantizamos el trato igualitario y la diversidad, algo por lo que velamos a través del Plan de Igualdad. Nuestro compromiso e implicación con estos principios va más allá de la compañía. Fomentamos e implementamos políticas que facilitan el empleo joven y la integración de personas con discapacidad.

Contamos, además, con las 108 medidas del Plan de Igualdad de Oportunidades y Trato Entre Hombres y Mujeres de LEROY MERLIN, que incorpora protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo y medidas que van más allá de los mínimos requeridos por la legislación.

En 2021 continuamos impulsando con nuestra Política de Integración Laboral de Personas con Discapacidad, que asegura el acceso al mercado de trabajo bajo criterios de mérito, diversidad e igualdad de oportunidades. En este marco, desarrollamos multitud de acciones para seguir impulsando el empleo de las personas con discapacidad (por contratación directa o compras a centros especiales de empleo) y hacer nuestras tiendas más accesibles.

En 2020

**306**

personas con discapacidad en plantilla

En 2021

**440**

personas con discapacidad en plantilla

Suponiendo un

**2,73%**

del total

Hemos llevado a cabo, además, programas de formación e inserción laboral para jóvenes y colectivos con dificultades de inserción laboral, en los que han participado 1.064 alumnos. En el caso de las prácticas y becas, uno de cada cinco que participaron en ellas han pasado a formar parte de nuestra plantilla.

## Protección al consumidor

Nuestros clientes y su bienestar juegan un papel clave en nuestro compromiso con las personas. Para ello, mantenemos en continua evolución nuestra oferta de productos y servicios para adaptarnos a sus necesidades y estamos pendientes en todo momento de su feedback.

## Contribución al impacto positivo local

En LEROY MERLIN estamos comprometidos con tener un impacto positivo en las regiones donde desarrollamos nuestra actividad. De esta forma, el **74% de nuestros proveedores son locales**, contamos con más de 16.000 colaboradores y tributamos nuestros impuestos en España.

En 2021 realizamos donaciones para apoyar iniciativas afines a nuestros Valores en el ámbito medioambiental y social, donde hemos desarrollado proyectos de reforma de hogares para personas en riesgo de exclusión.

# 285

voluntarios de LEROY  
MERLIN involucrados

# 2.728

horas de voluntariado

# 90

proyectos ejecutados

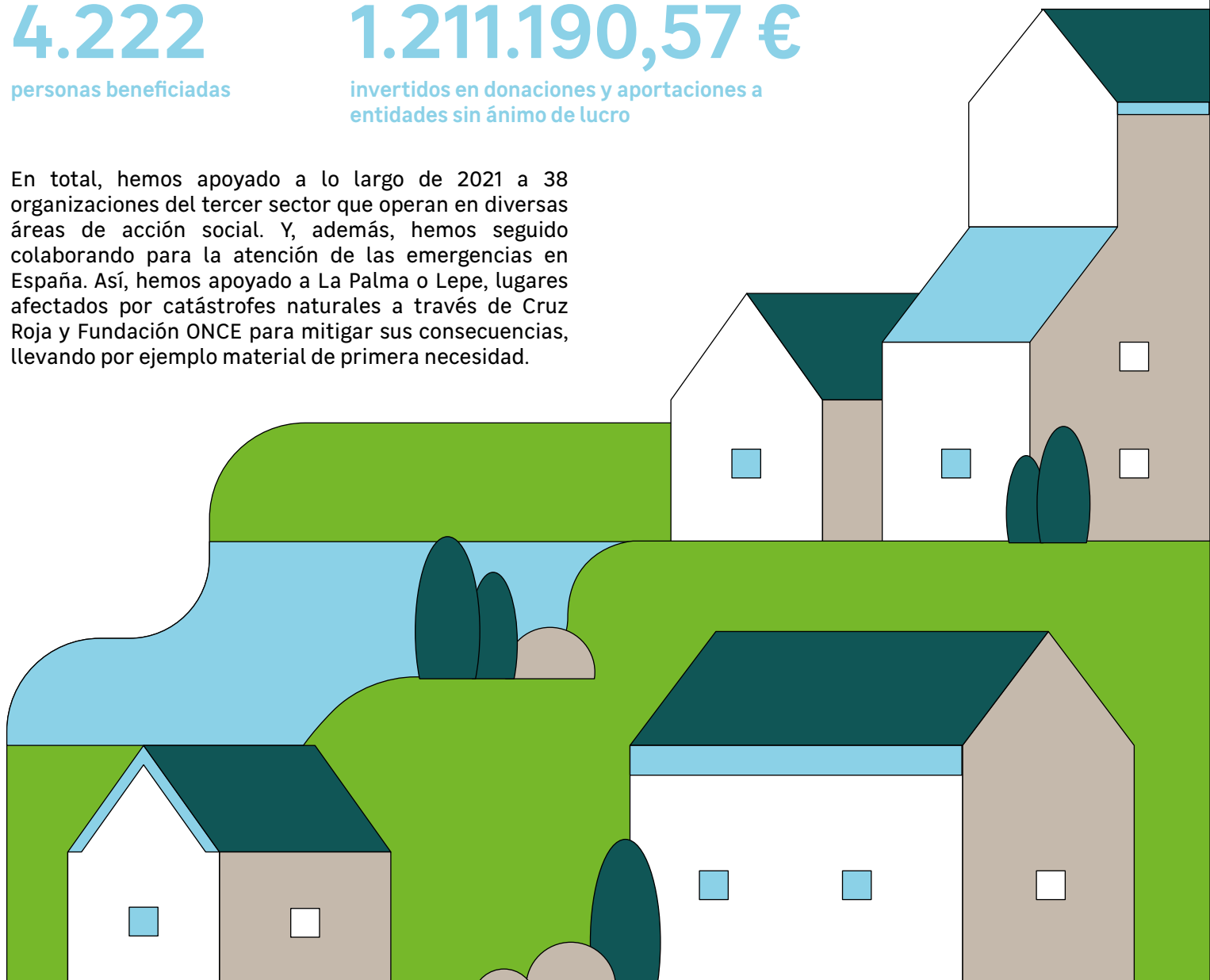
# 4.222

personas beneficiadas

# 1.211.190,57 €

invertidos en donaciones y aportaciones a  
entidades sin ánimo de lucro

En total, hemos apoyado a lo largo de 2021 a 38 organizaciones del tercer sector que operan en diversas áreas de acción social. Y, además, hemos seguido colaborando para la atención de las emergencias en España. Así, hemos apoyado a La Palma o Lepe, lugares afectados por catástrofes naturales a través de Cruz Roja y Fundación ONCE para mitigar sus consecuencias, llevando por ejemplo material de primera necesidad.



# 03. CUIDAMOS DE NUESTRO ENTORNO

## Cuidado del medioambiente

Trabajamos para contribuir a la protección del medioambiente mediante una oferta de productos y servicios que contribuyan a la reducción de los impactos ambientales y la promoción de hábitos sostenibles entre nuestros colaboradores, clientes, proveedores y la sociedad en general.

También trasladamos este compromiso a nuestras tiendas. Desde 2008 contamos con estándar de Construcción Sostenible y en 2021:

### 98%

de la energía consumida es de

**origen renovable**

### 26

de nuestros puntos de venta

**generan energía solar fotovoltaica**

### 44

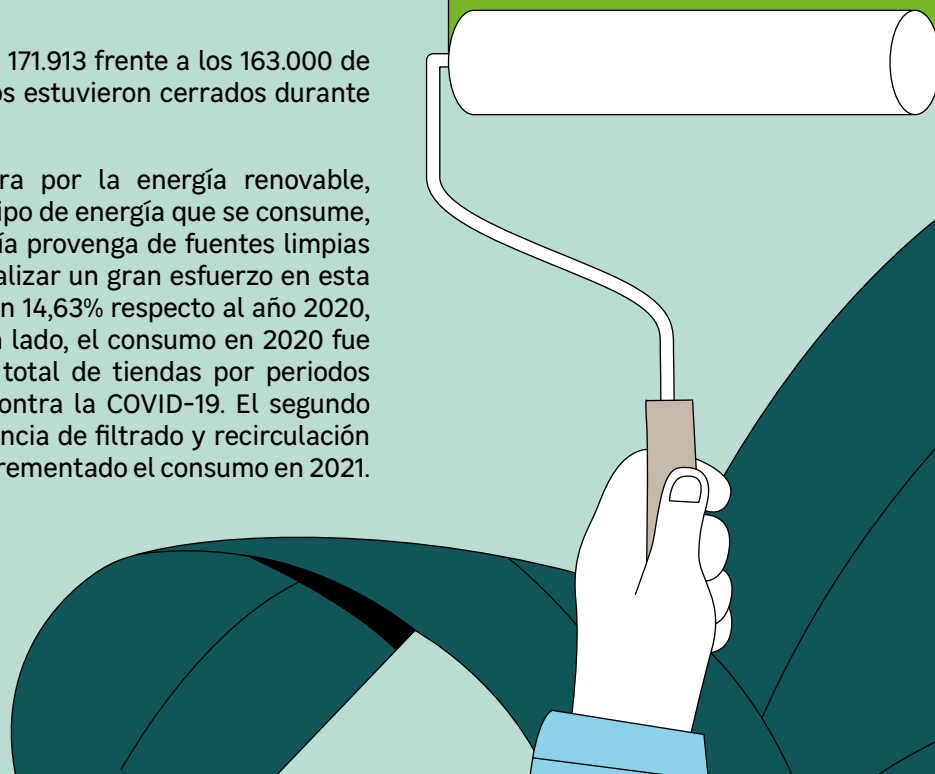
de nuestros puntos de venta

**cuenta con producción de agua caliente sanitaria por energía solar térmica**

El consumo de agua realizado por la compañía no es intensivo y se respeta en todo caso la normativa local. Somos conscientes de que el agua es un recurso valioso, por lo que realizamos un consumo racional, mejorando la eficiencia de nuestros centros, impulsando medidas de ahorro de agua (con elementos como grifos o aireadores) y recuperando el agua de lluvia en las tiendas en las que nos es posible.

Consumo de agua en los puntos de venta (m3)\*: 171.913 frente a los 163.000 de 2020, año en el que muchos de nuestros centros estuvieron cerrados durante varios periodos.

En LEROY MERLIN apostamos de forma clara por la energía renovable, incrementando cada año el porcentaje de este tipo de energía que se consume, con el objetivo final de que el 100% de la energía provenga de fuentes limpias con certificado de garantía de origen. Pese a realizar un gran esfuerzo en esta materia nuestro consumo eléctrico ha crecido un 14,63% respecto al año 2020, y se debe principalmente a dos motivos: por un lado, el consumo en 2020 fue anormalmente bajo debido al cierre parcial o total de tiendas por periodos importantes debido a las medidas sanitarias contra la COVID-19. El segundo motivo es el considerable aumento de la frecuencia de filtrado y recirculación del aire con motivo de la pandemia, lo que ha incrementado el consumo en 2021.



Nuestra Política de Medioambiente se fundamenta en tres ejes:

## 1. Fomento del consumo responsable

Entendemos el consumo responsable no solo como una tendencia si no como una responsabilidad que integrar en nuestras compras, en nuestra oferta y en nuestra comunicación con el objetivo de contribuir a realizar elecciones de consumo más sostenibles.

### Compras responsables

No somos fabricantes, por lo que nuestras compras y relación con proveedores son claves para lograr hogares más sostenibles. Nuestro objetivo es establecer relaciones duraderas con nuestros proveedores basadas en la confianza, el respeto mutuo y la transparencia.

A través de la estrategia Positive Products, impulsamos junto a nuestros proveedores, 5 ejes para que nuestros productos sean más positivos para las personas y el planeta; **seguridad, durabilidad, producción responsable, fabricación sostenible y que cuenten con funcionalidades que favorezcan la sostenibilidad en el hogar.**

Para convertirse en proveedores de LEROY MERLIN, las empresas y sus productos deben superar un proceso específico de certificación y adherirse al Código de Conducta de Proveedores de Compras Responsables.

Asimismo trabajamos para que los proveedores que por su proceso de fabricación se consideran de alto impacto pasen una auditoría de medioambiente.

Una vez que los proveedores se han homologado, tienen acceso a herramientas de formación y se someten periódicamente a mecanismos de supervisión, verificación y mejora.

---

El **100%** de los nuevos proveedores y el **97%** de los históricos han superado en 2021 una auditoría tanto técnica como social, y esta cifra será del **100% en 2022.**

---

## Ecopciones, una oferta responsable

Para ayudar a los ciudadanos a construir entornos más sostenibles y sanos, contamos con una gama de productos y soluciones llamada “Ecopciones” avalada por la Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES). Todas ellas son respetuosas con las personas y el planeta.

Contamos con 5 categorías de soluciones para hacer más sostenibles los hogares:



Entorno  
saludable



Ahorro  
de agua



Confort  
sostenible



Energía  
renovable



Economía  
circular

En 2021, contábamos con

**13.285**

referencias de Ecopciones

Supusieron el

**9,3%**

de nuestra cifra de venta

## Sensibilización para un consumo mejor

Para contribuir a crear conciencia social respecto al consumo responsable desarrollamos las siguientes acciones:

- **Información directa al cliente** a través de nuestros asesores de venta sobre beneficios ambientales y uso sostenible de los distintos productos y soluciones.
- **Comunicación** a través de nuestra web, redes sociales, tiendas y La Comunidad de LEROY MERLIN: campañas específicas, ideas y consejos para elegir productos sostenibles, hacer que estos duren más tiempo (correcto uso y mantenimiento) o puedan transformarse o reutilizarse. También nos unimos a terceros en campañas de sensibilización sobre retos ambientales globales (lucha contra incendios, cambio climático, reciclaje, etc.)
- **Hazlo Verde:** programa de sensibilización ambiental desarrollado por voluntarios de LEROY MERLIN en centros educativos de toda España. En su 5ª edición, se han sensibilizado a más de 108.000 jóvenes de entre 8 y 16 años.
- **Jornadas de voluntariado ambiental con clientes y colaboradores.** En 2021, estas actividades se han visto reducidas por la COVID-19 pero aún así se ha celebrado 9 jornadas de sensibilización (limpiezas de residuos y reforestaciones) en espacios naturales españoles, sumando más de 340 voluntarios.



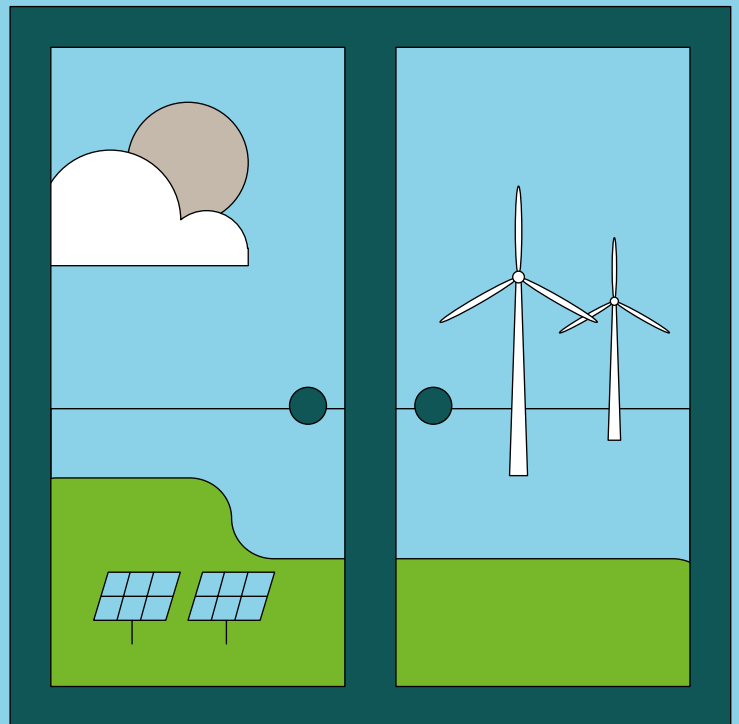
## 2. Mitigación del cambio climático y protección de la biodiversidad

El compromiso global de todas las empresas que formamos ADEO es reducir su huella de carbono en un **50% en 2035** y contribuir a la **neutralidad de carbono en 2050**. Para conseguir este reto, nuestra estrategia es:

<p><b>Reducir</b></p> <p>Mediante el ecodiseño, la producción local, la eficiencia energética y una logística más sostenible.</p>	<p><b>Conservar</b></p> <p>Impulsando la reparabilidad, el reciclaje, la reutilización, el alquiler, la extensión de garantías y la modularidad.</p>	<p><b>Contribuir</b></p> <p>Colaborando en la reducción de emisiones de los hogares a través de productos y soluciones sostenibles, compensación de CO<sub>2</sub> (reforestaciones) y sensibilización social.</p>
<p><b>Sustituir</b></p> <p>Evitando el uso de combustibles fósiles y materiales altos en emisiones.</p>	<p><b>Crear</b></p> <p>Desarrollando nuevas soluciones de negocio que limiten/reduzcan la huella de carbono.</p>	

En 2021, aumentamos el consumo de energía renovable, que supuso el 98% del consumo total frente al 76% en el periodo anterior. Nuestro reto es ampliar ese alcance incluyendo los consumos que implican a terceros como, por ejemplo, medir y reducir las emisiones relacionadas con la fabricación, uso y fin de vida útil de nuestros productos. Es un objetivo sobre el que trabajaremos en los próximos años.

La logística supone un importante impacto en nuestra huella de carbono. Por eso **nos hemos unido a la iniciativa Lean & Green, con el objetivo de reducir en un 20% las emisiones de gases de efecto invernadero de nuestra cadena logística entre 2020 y 2023** (tomando como referencia el año 2019).



- ✓

Reducir del consumo de recursos naturales.
- ✓

Priorizar la compra de materiales y productos que minimicen su impacto en el medio natural durante su extracción, fabricación, uso y gestión después de su vida útil.
- ✓

Fomentar la compra de materiales certificados bajo criterios de protección de los ecosistemas y de las poblaciones que dependan de su conservación.
- ✓

Búsqueda de alternativas más sostenibles a los productos que contengan sustancias que puedan suponer un impacto negativo para el medioambiente.
- ✓

Impulsar de iniciativas de restauración de espacios naturales en España.

## Madera con garantía de extracción sostenible

La protección de los bosques resulta fundamental ya que son una importante fuente de biodiversidad y contribuyen a evitar los efectos del cambio climático. Además en 2021, más de 29.000 referencias de nuestro catálogo contienen madera o derivados. Por eso contamos desde 2019 con la Estrategia de Madera Responsable que implica a toda nuestra cadena valor para protegerlos.

En 2021 un **87%** de nuestros productos que contienen madera provienen de bosques con garantía de extracción sostenible.

Nuestro objetivo es llegar al

**100%**  
en 2022

Entre 2020 y 2021 hemos llevado a cabo reforestaciones ecológicas que han supuesto la plantación de más de **30.000 árboles** en España.

Nuestro objetivo es llegar al

**100.000**  
antes de 2025

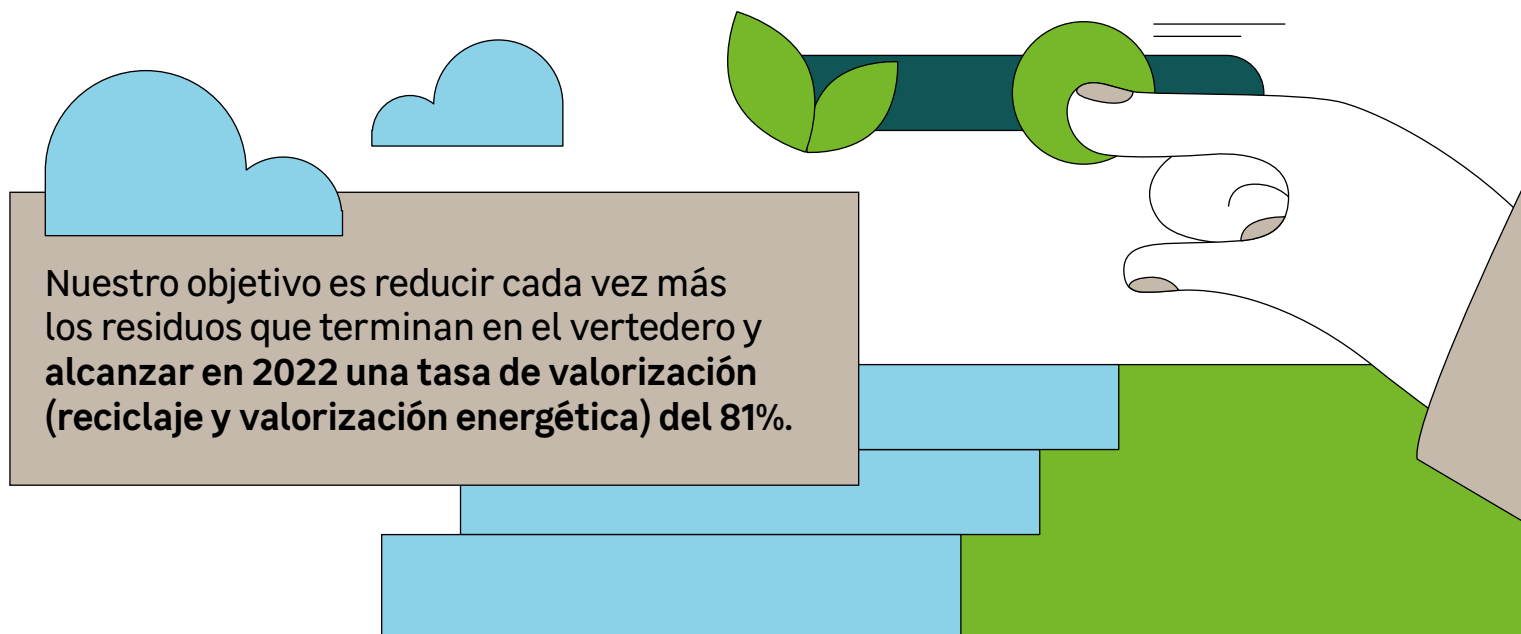
## 3. Economía circular y reciclaje

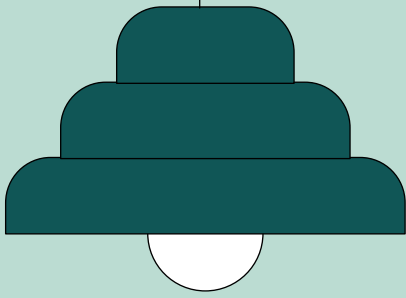
La economía circular es un modelo de producción y consumo que promueve la optimización de recursos, la reducción en el consumo de materias primas y el aprovechamiento de los residuos, reciclándolos o dándoles una nueva vida.

El objetivo de la economía circular es, por tanto, aprovechar al máximo los recursos materiales de los que disponemos alargando el ciclo de vida de los productos.

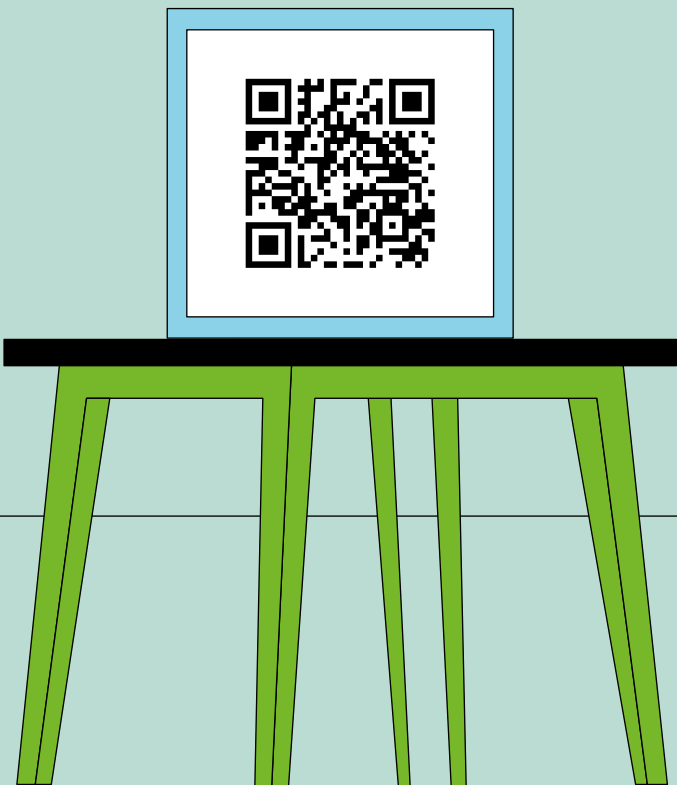
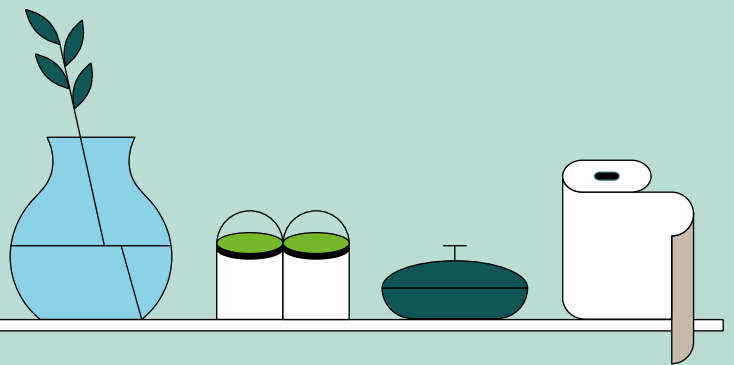
Para impulsarla aplicamos este enfoque a nuestra gestión de residuos, nuestro *packaging* y nuestra oferta de productos y servicios, fomentando el uso de materiales con componentes reciclados y/o reutilizados. También hemos extendido la duración de la garantía de nuestros productos a un periodo mínimo de 2 años, impulsamos la fabricación de piezas de recambio y contamos con un servicio de reparación de herramientas.

Además, buscamos implicar a nuestros proveedores, clientes y a la sociedad en general hacia este modelo más sostenible sensibilizándoles e impulsando soluciones de economía colaborativa como el alquiler o la reparación de herramientas.





Gracias por ayudarnos a cumplir con nuestros objetivos. Cambiar el mundo está en nuestras manos. ¡Únete!



Para ver el informe completo escanea este QR.

