

Ефектът Lidl: принос към икономиката и обществото **2022-2023 г.**

По данни от: „Оценка на въздействието от дейността на Лидл България върху икономиката и обществото в страната, 2022-2023 г.“, изготвен от Институт за пазарна икономика и РИС България, ноември 2024 г.

Ефектът Lidl: принос към икономиката и обществото

Вече 14 години на българския пазар Лидл България се стреми да бъде добър пример за бизнеса в страната като компания, която работи прозрачно, отговорно и прилага добри практики и умен подход във всяка сфера на своята дейност. Lidl е част от средата в България и осъзнава значимата роля на своето въздействие върху клиентите, служителите, бизнес партньорите, природата и обществото. Обобщените резултати от това въздействие наричаме Ефектът Lidl.

За последните няколко години Лидл България периодично споделя данни за оценката на своята дейност върху икономиката и обществото. За първи път тази година компанията обединява в един общ доклад и представя

резултатите за периода 2022-2023 г. Загълбоченият анализ в тези две направления е изготвен от Института за пазарна икономика (ИПИ) и консултантската компания PwC България.

А двете теми са изключително близки – със своето мащабно присъствие в страната Лидл България оказва влияние на доходите и заетостта, на местните производители и всички свързани производства, създава допълнително вътрешно търсене в икономиката. В допълнение – чрез социално-отговорни инициативи, гарения и спонсорства, компанията подпомага развитието на общностите и допринася за един по-качествен и пълноценен начин на живот за хората.

Лидл България днес



134

магазина



58

града



наг

4000

служители



2

логистични
бази

Социално-икономическа оценка – принос към икономика

Дейността на Лидл България оказва пряко въздействие върху българската икономика, което е резултат от разходите на компанията в страната за осъществяване на нейната дейност, включително и възнаграждения

ята за труд. По линията на търсенето и предлагането всички тези разходи създават косвени ефекти върху икономиката, в които се включват и ефектите от потребление на домакинствата на служителите в компанията.

Преки ефекти

Преките ефекти са всички разходи, които Лидл България прави в страната:

Български стоки



Хранителни и нехранителни стоки от български производители и доставчици за продажба в България; износ на български стоки; материали за поддръжка на дейността

Инвестиции



Придобиване на земи, строителни дейности, доставка и инсталация на машини и съоръжения

Услуги



Обслужване и спомагателни дейности, транспорт, административни и други професионални услуги

Възнаграждения



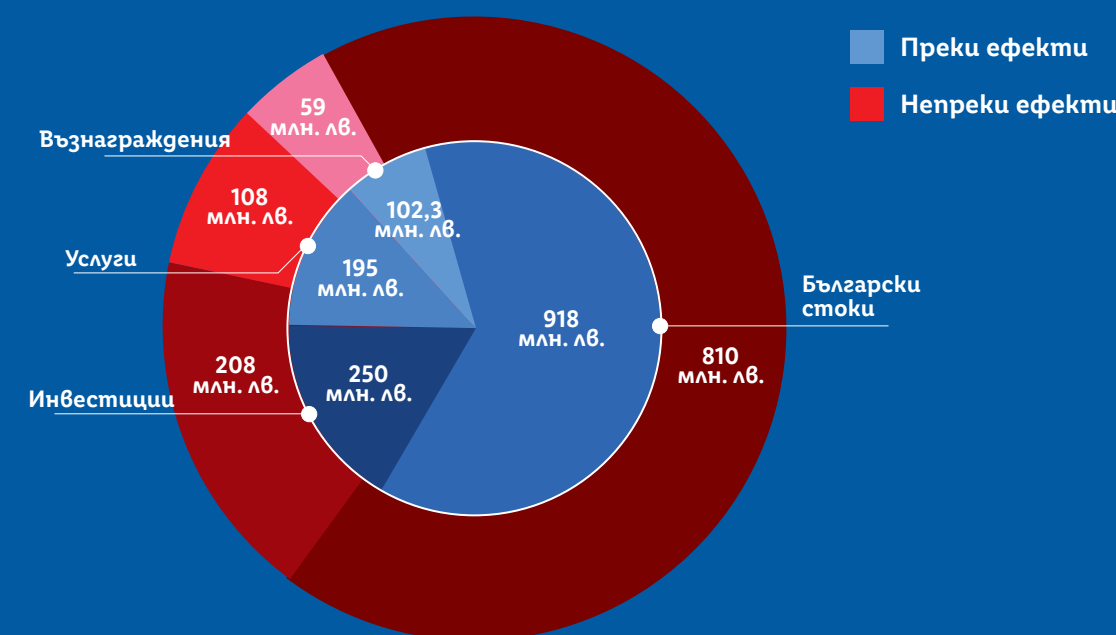
Нетни разходи за възнаграждения на служителите

Непреки ефекти

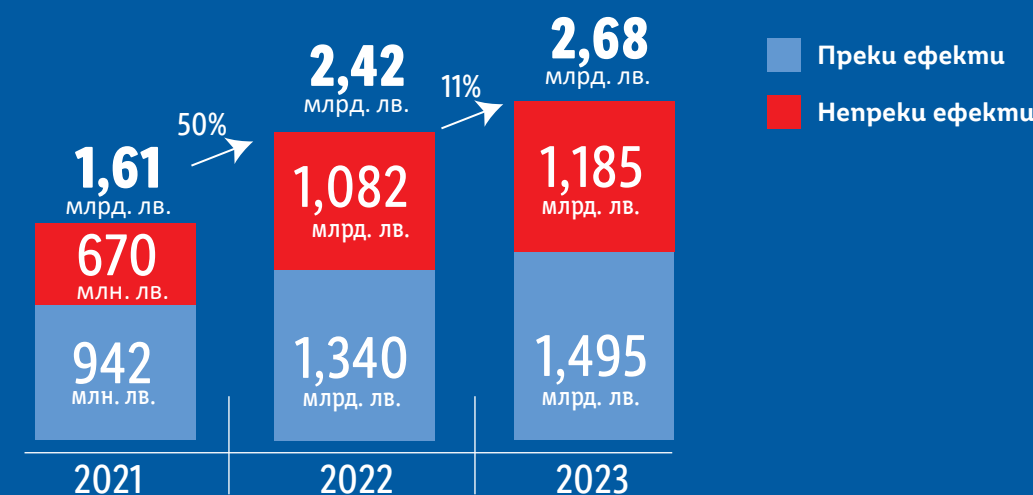
Непреки ефекти произлизат от една страна от процеса, при който доставчиците на стоки и услуги за Лидл България създават допълнително търсене на суровини, материали, промишлени стоки, горива,

различни услуги, строителство. От друга страна, когато служителите харчат от своите доходи, те създават допълнително търсене при всяка своя покупка от местен доставчик.

Преки и непреки ефекти от дейността на Лидл България - 2023 г.



Икономически принос от дейността на Лидл България



Социално-икономическа оценка – принос към обществото

Lidl е част от средата в България и осъзнава значимата роля на своето въздействие върху клиентите, служителите, бизнес партньорите, околната среда и местните общности. Освен влиянието върху обществото, което Лидл България оказва чрез своята основна дейност като ритейлър, веригата извършва и допълнителни целенасочени действия за позитивна промяна на начина на живот на общностите в страната. Усилията са насочени в две основни посоки – собствени социално-отговорни инициативи и проекти на други организации, които подкрепя чрез спонсорства и дарения.

Собствени инициативи

„Ти и Lidl за нашето утре“ - най-голяма социално-отговорна инициатива на Лидл България, в рамките на която компанията подкрепя проекти на граждански организации в цялата страна.

„Дай шанс на Балканката“ – най-дългосрочната инициатива

ва на компанията – вече 10 години, насочена към грижата за околната среда и съхраняване на биоразнообразието. „Заедно за по-чисти реки“ е изразение на дългосрочния ангажимент на компанията за намаляване на пластмасовите отпадъци в природата и насочване на вниманието на общността към този проблем.

Спонсорства и дарения

Чрез спонсорства и дарения Лидл България подкрепя активно проекти и каузи на други организации. При техния подбор компанията стриктно следва своята CSR и бизнес стратегия, залага на дългосрочни и устойчиви партньорства, като оказва подкрепа и при необходимост в ситуации на кризисни събития като бедствия е др. Сред по-големите и по-дългосрочни проекти, които компанията подкрепя, са спонсорство на Българската федерация по волейбол, подкрепа за „Заедно в час“, „Българската Коледа“ и др.

Резултати 2022-2023



*Сумата не включва дарението по програмата „Ти и Lidl за нашето утре“

Оценка на въздействието

Следвайки методологията на B4SI, проектите на Лидл България се оценяват по дълбочина и вид на въздействието, което оказват върху хората.

Дълбочина на въздействието

Оценява степената на подобрене в живота на бенефициентите, настъпило в резултат на дейността. Измерва се в три степени:

- **Свързване** – броят хора, които отчитат лека промяна в резултат на определена дейност
- **Подобрене** – броят хора, които отчитат значителна промяна в своя живот в резултат на определена дейност
- **Трансформиране** – броят хора, които отчитат значима и трайна промяна в живота си в резултат на определена дейност

Резултати по дълбочина на въздействието, 2022-2023 г.

Свързване над 273 145
Подобрене над 137 869
Трансформиране 80 785

Вид на въздействието

Определя три области, в които състоянието на бенефициентите се е подобрило в резултат на дейността:

- **Поведение/ нагласа** - социалната дейност е довела до промяна в живота на отделния човек или му е помогнала да направи по-осъзнат и информиран избор
- **Придобиване на умения/ подобряване на личната ефективност** - социалната дейност е помогнала на хората да придобият нови умения или да се усъвършенстват
- **Качество на живот** - социалната дейност е допринесла за това хората да бъдат по-здрави, по-щастливи, по-удовлетворени

Резултати по вид на въздействието, 2022-2023 г.

Поведенческа промяна над 31 780
Усъвършенстване на уменията над 362 040
Качество на живот над 195 889

Вид на въздействие по фокус области

	Придобиване на умения, подобряване личната ефективност	Качество на живот, благополучие	Поведение или нагласа
Образование Брой достигнати хора	114840	99 069	11 550
Изкуство и култура Брой достигнати хора	196 840	46 294	11 300
Околна среда Брой достигнати хора	50 360	48 250	8310*
Здраве Брой достигнати хора	-	Повече от 1980	Повече от 620*
Социално подпомагане Брой достигнати хора	-*	300*	-
Икономическо развитие Брой достигнати хора	липсват данни за дарения	0	липсват данни за дарения

*Данни не са налични