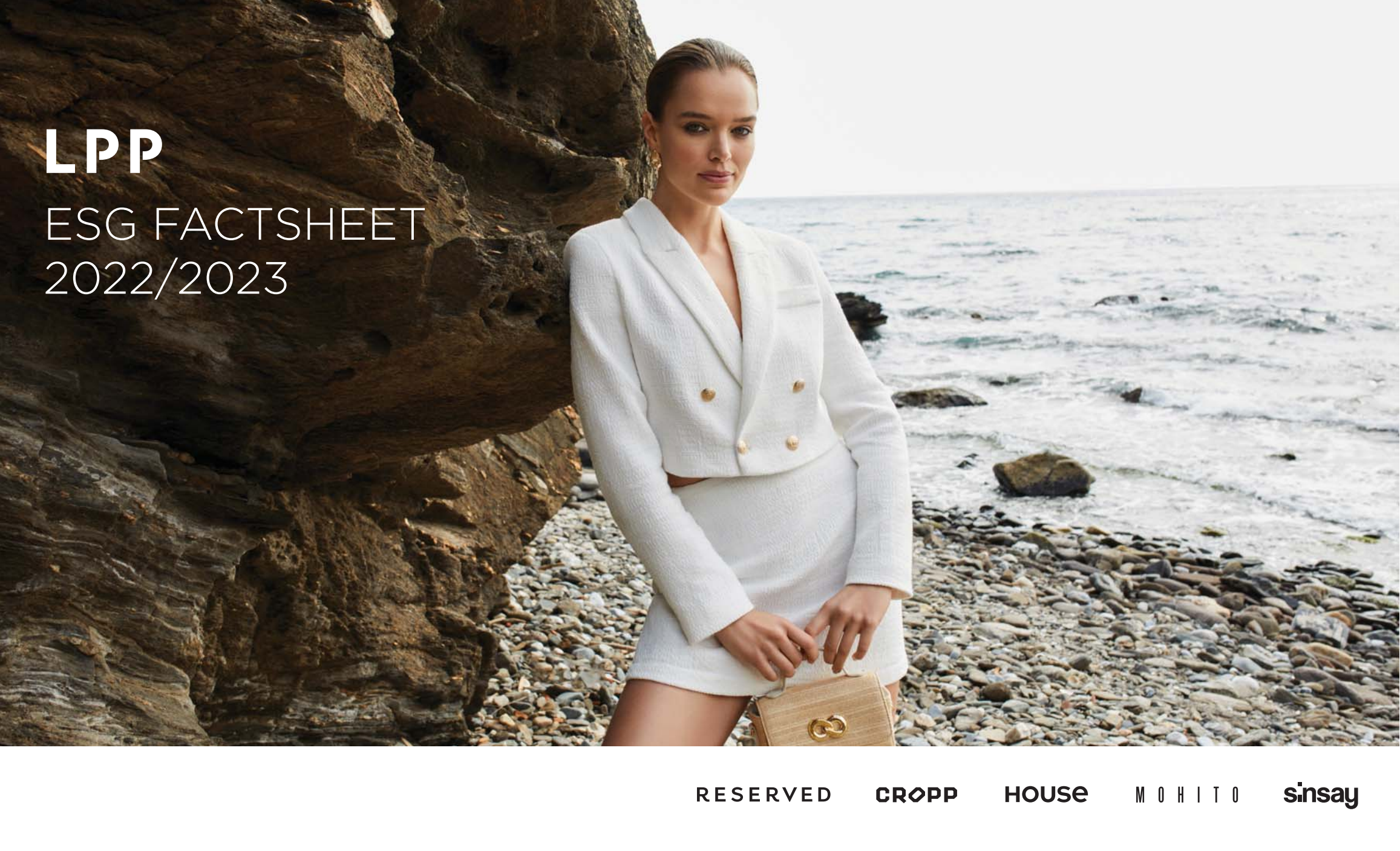


A woman with blonde hair pulled back, wearing a white double-breasted suit with gold buttons, stands on a pebbly beach. She is leaning against a large, dark, textured rock formation on the left. The background shows the ocean with gentle waves under a bright sky. She is holding a small, light-colored woven bag with a gold clasp.

LPP

ESG FACTSHEET
2022/2023

RESERVED

CROPP

HOUSE

M O H I T O

sinsay

W kierunku gospodarki cyrkularnej

GRI 2-22, GRI 2-23, GRI 2-24

Czy w czasie toczącej się wojny w Ukrainie, najtrudniejszych od wielu lat uwarunkowań makroekonomicznych jest przestrzeń do rozmowy na temat wyzwań klimatycznych i bardziej racjonalnego wykorzystywania zasobów? Myślę, że tak. W LPP bez względu na okoliczności trzymamy się przyjętej strategii zrównoważonego rozwoju.

Trwająca już trzeci rok z rzędu walka, jaką najpierw toczyliśmy z pandemią, a teraz z kryzysem wojennym za naszą wschodnią granicą, mocno zdeterminowały nas do stawienia czoła palącym problemom naszego pokolenia. Wojna w Ukrainie jeszcze bardziej unaoczniała wszystkim potrzebę poszanowania ograniczonych dóbr. Nie myślimy o nich na co dzień, a to właśnie one stanowią o naszym być albo nie być, zwłaszcza w okresie ogólnego rozchwiania względnie stabilnego dotąd świata. Jak zapewnić sobie bezpieczeństwo energetyczne, skoro wciąż większa

część gospodarki oparta jest na źródłach nieodnawialnych? Jak lepiej wykorzystać posiadane zasoby wobec nieuchronnych ich niedoborów? Wreszcie, jak oszczędzić to co mamy, aby poradzić sobie w coraz bardziej nieprzewidywalnej rzeczywistości? Tego typu pytania i dylematy, po części ekonomiczne i środowiskowe, stanowiły w minionym roku przedmiot naszych działań i dyskusji, które przyniosły konkretne wnioski i efekty. Właśnie nimi chcielibyśmy się z Wami podzielić na kartach tego raportu, który mam przyjemność oddać w Wasze ręce.

Wojna w Ukrainie i kolejne sankcje gospodarcze nałożone na Rosję, a w konsekwencji niemal całkowita blokada dwóch najważniejszych dla nas rynków zagranicznych, to ogromny cios jaki przyniósł nam miniony rok. Walka o stabilizację firmy i ludzi, którym nagle zabrano rzecz najcenniejszą – bezpieczeństwo, stanowiły sedno naszych dzia-



łań przez znaczną część roku. Odpowiedzialność społeczna i człowieczeństwo zostały ponownie wystawione na próbę.

Od pierwszych dni wojny uruchomiliśmy więc projekt pomocy Ukrainie. Toczyliśmy równoległą walkę o naszych pracowników i ich bliskich w Ukrainie, którzy znaleźli się w warunkach bezpośredniego zagrożenia życia oraz o pozostałą część ukraińskiego społeczeństwa potrzebującego w tamtym momencie niemal wszystkiego.

Naszym kolegom z pracy i ich rodzinom w Ukrainie zapewniliśmy bezpieczne dotarcie do Polski. Zorganizowaliśmy im tymczasowe lokum i pełne wyżywienie, ale także zagwarantowaliśmy wsparcie finansowe, psychologiczne i prawne.

Wiedzieliśmy, że naszą powinnością jest wyposażyć ich w niezbędny pakiet zasobów dających nadzieję i realne szanse na ponowny start w życiu. Jednocześnie wraz z naszymi partnerami społecznymi prowadziliśmy intensywną akcję wsparcia rzeczowego i finansowego dla uchodźców docierających do naszego kraju. Na ten cel przeznaczaliśmy w sumie niebagatelną kwotę 20 mln zł. Równolegle nasi pracownicy otwierali drzwi swoich domów dla najbardziej potrzebujących. Skala wsparcia każdego z naszych zespołów przerosła moje oczekiwania.

W obliczu tej tragedii nie mogliśmy podjąć innej decyzji, jak opuścić rynek rosyjski. Po 20 latach obecności w tym kraju, dokonaliśmy transakcji sprzedaży spółki rosyjskiej. Byliśmy świadomi jak

mocny to będzie miało wpływ na naszą firmę, bowiem rynek rosyjski i ukraiński generowały ponad jedną czwartą naszych przychodów.

Determinacja i wola walki o stabilność miejsc pracy dla naszych zespołów, podobnie jak w okresie pandemii, stały się motorem napędowym naszych działań. Podjęliśmy więc decyzję o zmianie naszej strategii biznesowej. Z rynków Europy Wschodniej przekierowaliśmy naszą uwagę na południe i zachód Europy. To tam chcemy rozwijać naszą obecność, umacniać nasze marki, otwierać kolejne sklepy i prezentować polską kreatywność. Uruchomiliśmy kolejne rynki online, zaczęliśmy intensywne poszukiwania atrakcyjnych lokalizacji dla naszych salonów m.in. w Wielkiej Brytanii, Włoszech czy Grecji. Mocno rozbudowaliśmy też naszą sieć dystrybucji, a jednocześnie toczyliśmy intensywną walkę z rosnącymi kosztami, skutkami szalejącej inflacji i wciąż nie dającą o sobie zapomnieć destabilizacją geopolityczną.

Kilka lat temu, określając zobowiązania wobec świata i kolejnych pokoleń, mocno postawiliśmy na zagadnienia związane z gospodarką cyrkularną. Opracowując w 2019 roku plan działania w zakresie zrównoważonego rozwoju LPP wiedzieliśmy, że przyszłością będzie bezpieczna dla otoczenia energetyka

odnawialna. W 2021 roku podpisaliśmy największy w Polsce długoterminowy kontrakt PPA na zakup energii wiatrowej, który wypełni potrzeby naszych biur, logistyki i części salonów. Dziś mamy tego pozytywne efekty. Pierwszy wiatrak zasila nas już w energię odnawialną, a dwa kolejne wzmocnią nas niebawem. To dało nam dużą niezależność energetyczną, chroni nas przed drastycznym wzrostem kosztów energii i gwarantuje dostawy przez najbliższe 10 lat. Przede wszystkim jest to w pełni zielona energia, co jest kluczowe dla realnego zmniejszania emisyjności naszej infrastruktury. W tym duchu kontynuowaliśmy też prace nad systemem telemetrii w naszych salonach, który pozwala na precyzyjny monitoring i zarządzanie energią elektryczną. Dziś korzystamy z niego już w przeszło 800 salonach w 12 krajach, dzięki czemu w coraz większym stopniu jesteśmy w stanie kontrolować naszą energochłonność i implementować kolejne rozwiązania ograniczające eksploatację tego cennego zasobu.

Mówiąc o zasobach, nie zapominajmy o tym, co w naszej działalności najcenniejsze – o modzie, która w wydaniu naszych marek zyskuje coraz bardziej zrównoważony charakter. Podobnie jak w ubiegłych latach, kontynuujemy naszą produkcję w oparciu o nowoczesne





i coraz mniej emisyjne tkaniny i procesy. Stawiamy w dużej mierze na włókna organiczne, celulozowe, ale też tkaniny z recyklingu. Zwłaszcza w tych ostatnich postanowiliśmy zrobić krok milowy w kierunku cyrkularnego ich wykorzystania. W 2022 roku podpisaliśmy umowę z jednym z polskich start-upów, który prowadzi intensywne prace laboratoryjne nad stworzeniem innowacyjnej technologii produkcji przędzy z poliestrowych odpadów tekstylnych. Pierwsze obiecujące rezultaty jakie w tej materii uzyskaliśmy, tchnęły w nas chęć pójścia dalej i kontynuowania tej współpracy na rzecz doskonalenia wypracowanych technik. Docelo-

wo chcemy zyskać skalowalne narzędzie do całkowitego przetwarzania odpadów tekstylnych w nową przędę. Możliwość pełnego wykorzystywania zużytej odzieży i tworzenie z niej zupełnie nowych ubrań nie pogorszonej jakości przy minimalnym impakcie środowiskowym, to prekursorski projekt, z którego jestem szczególnie dumny. To inicjatywa realizowana przez polskich naukowców, którzy podobnie jak my, są dowodem na wyjątkowość naszej rodzimej kreatywności. Miniony rok przyniósł nam też pierwsze efekty pilotażowego projektu podjętego z Sustainable Fashion Institute w zakresie poszukiwania efektywnej metody prze-

twarzania materiałów wielogatunkowych. 2022 rok to wreszcie moment, w którym po raz pierwszy postanowiliśmy wyjść do naszych klientów z kampanią edukacyjną, mającą na celu zwiększenie wśród nich wrażliwości środowiskowej. Jak się okazuje, każdy z nas może dołożyć swoją cegiełkę do ograniczania śladu węglowego na świecie. Mało kto zdaje sobie jednak sprawę, że może to robić poprzez odpowiednią pielęgnację odzieży. W ciągu półrocznej kampanii „Dbaj o ubranie” wyposażyliśmy naszych klientów w narzędzia i wiedzę jak lepiej chronić odzież, by służyła nam dłużej, jak zmienić nawyki, aby w procesie pielęgnacji ubrań mniej obciążać środowisko. Wreszcie, co zrobić gdy nasza odzież nie nadaje się do użytku. Gros z nas dotąd wyrzucało ją na śmietnik, zamiast przynieść do naszych salonów, w których dziś już w całej Polsce zapewniamy zbórkę niepotrzebnej odzieży. Ta, która ma jeszcze walor użytkowy, trafia do osób potrzebujących. Pozostała może stanowić dla nas cenny zasób do produkcji w przyszłości zupełnie nowych ubrań w duchu mody cyrkularnej.

To właśnie zamykanie obiegu pozwala nam zbliżyć się do pożądanego celu, jakim jest sukcesywne zmniejszanie naszego śladu węglowego. Zwłaszcza pierwsza połowa minionego roku pochłonęła naszą uwagę i czas na wypra-

cowanie najważniejszych celów dekarbonizacyjnych, które przedłożyliśmy do profesjonalnej oceny naukowej. W tym celu jako pierwsza polska firma odzieżowa przystąpiliśmy do światowej inicjatywy Science Based Targets wspierającej sektor prywatny w działaniach na rzecz walki z globalnym ociepleniem. Rezultaty tej oceny poznamy w 2023 roku, co pozwoli nam opracować rzetelną strategię dekarbonizacji i realnie wypełnić postulaty gospodarki bezemisyjnej.

Sam nie mogę wyjść z podziwu, jak wiele pięknych rzeczy możemy wspólnie robić i jak wiele wypracowaliśmy w minionym roku pomimo wszechobecnego i tak wielowymiarowego kryzysu ekonomicznego, geopolitycznego, ludzkiego czy klimatycznego. Za to wszystko serdecznie dziękuję mojemu zespołowi. Wasza wrażliwość na drugiego człowieka i otoczenie wzrusza, a jednocześnie mobilizuje do dalszej walki o lepsze jutro. Jestem dobrej myśli i wierzę, że nikomu z nas w tym kolejnym trudnym roku nie zabraknie determinacji do realizacji następnych równie ważnych projektów.

Marek Piechocki
Prezes Zarządu LPP

Marka pełna wartości

GRI 2-1, GRI 2-6, Wskaźnik własny: Liczba salonów

Wskaźnik własny: Opis modelu biznesowego i rozwoju omnichannel

LPP to polska firma odzieżowa, największa w Europie Środkowo-Wschodniej. Działamy od 30 lat w Polsce i – obecnie – w kilkudziesięciu innych krajach. Klientom w salonach stacjonarnych oraz odwiedzającym nasze sklepy internetowe oferujemy odzież, akcesoria i obuwie pięciu marek – Reserved, Cropp, House, Mohito i Sinsay. Ponadto marki Reserved i Sinsay posiadają w swojej ofercie artykuły do domu i wystroju wnętrz.

Nasza główna siedziba mieści się w Gdańsku, gdzie funkcjonują m.in. działy projektowe Reserved, Cropp i Sinsay. Kolekcje Mohito i House powstają w biurze LPP w Krakowie. Wdrażamy innowacje i eksportujemy polską myśl twórczą do wielu krajów, od Londynu przez Helsinki po Tel Awiw. Jesteśmy firmą Fashion Tech¹ posiadającą własne

zaplecze analityczne. Nasz zespół IT dorównuje wielkością największym firmom informatycznym w Polsce, a potencjał i międzynarodowe doświadczenia w prowadzeniu obiektów magazynowych stawiają naszą logistykę w czołówce operatorów logistycznych na rynku.

Grupę LPP w roku obrotowym 2022/2023 tworzyło 35 spółek – 9 w Polsce (spółka matka i 8 spółek zależnych) i 26 za granicą. Zatrudniamy prawie 30 tysięcy osób.

Witamy w LPP!



¹ Fashion Tech – nowoczesne technologie wykorzystywane w branży modowej.

MODEL BIZNESOWY LPP GRI 2-1, GRI 2-6²

**KROK 1:
PROJEKTOWANIE**

- **3** biura projektowe w Polsce i **1** w Hiszpanii
- **338** projektantów
- **5** zróżnicowanych marek

**KROK 2:
PRODUKCJA**

- **1 238** dostawców z Azji i Europy
- Nie posiadamy własnych zakładów produkcyjnych

**KROK 3:
WYSYŁKA I LOGISTYKA**

- Zarządzana centralnie globalna sieć zaopatrzenia i dystrybucji
- **3** Centra Dystrybucyjne i **5** magazynów Fulfillment Centers³
- **459 tys. m²** powierzchni magazynowej

**KROK 4:
SPRZEDAŻ**

- **27** rynków – salony sprzedaży
- **34** rynki – sprzedaż online
- **39** rynków sprzedaży łącznie
- Prawie **430 mln** sztuk odzieży sprzedanej rocznie

STRATEGIA BIZNESOWA



Strategia Zrównoważonego Rozwoju „For People For Our Planet”

For **People** 
For Our **Planet**

1. Bardziej zrównoważone produkty, produkcja i sprzedaż
2. Bezpieczeństwo chemiczne w produkcji
3. Packaging aware – plastik pod kontrolą
4. Zrównoważona infrastruktura – budynki centrali i sieć sprzedaży



WARTOŚCI LPP

Fire-fueled, Ambition-driven, Socially-responsible, Team-oriented



² Grupa LPP nie jest związana z relacjami biznesowymi spoza jej łańcucha wartości.
³ Magazyny odpowiedzialne za szybką realizację zamówień klientów naszych sklepów internetowych.

NASZE KAPITAŁY

Kapitał naturalny

Surowce do produkcji tkanin oraz korzystanie z zasobów takich jak energia i woda.

Kapitał finansowy

Kapitał własny i zobowiązania.

Kapitał ludzki i intelektualny

Wkład pracowników i dostawców w kreację, rozwijanie i produkcję kolekcji marek LPP oraz ich dystrybucję i sprzedaż.

Kapitał społeczny i relacyjny

Inspiracje i rozwój, który zawdzięczamy relacjom z inwestorami, partnerami biznesowymi i społecznymi, klientami oraz innymi interesariuszami.

Kapitał wytworzony

Produkty, dystrybucja oraz sieć sprzedaży.

Wyniki w roku obrotowym 2022/2023

- **4 432 935,7 GJ** zużytej energii.
- **100% zielonej energii** zasilającej nasze sklepy internetowe.
- Od 01.2023 biura, centra dystrybucyjne i wybrane sklepy są zasilane energią wiatrową z Figene.
- **8% CO₂e** mniej emisji gazów cieplarnianych r/r.

- **3 984,4 mln zł:** kapitał własny.
- **8 936,7 mln zł:** kwota na zobowiązania i rezerwy długo- i krótkoterminowe.

- **29 930** pracowników w Grupie LPP.
- **1 238** dostawców na trzech kontynentach.

- Partnerstwa na rzecz realizacji celów zrównoważonego rozwoju: Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC), Polski Pakt Plastikowy, Canopy i Cotton made in Africa, International Accord, amfori BSCI.
- Wspieranie inicjatyw branżowych Związku Polskich Pracodawców Handlu i Usług (ZPPHiU).
- Skala działań i partnerstw Fundacji LPP.

- **430 mln** sztuk odzieży sprzedawanych rocznie.
- Zwiększenie wykorzystania bawełny oznaczonej Cotton made in Africa – **2 661 ton** w roku 2022/2023 vs 22 tony w roku 2021/2022.
- Zwiększenie wykorzystania materiałów bardziej zrównoważonych – **19 569 ton** w roku 2022/2023 vs 13 362 tony w roku 2021/2022.
- **1 673,4 tys. m²** łączna powierzchnia wszystkich salonów.

Wartość dla interesariuszy

- Zmniejszanie negatywnego wpływu branży na środowisko.
- Ograniczanie szkodliwych substancji chemicznych i jednorazowego plastiku z otoczenia.
- Większy wybór produktów bardziej przyjaznych środowisku z myślą o odpowiedzialnych wyborach zakupowych klientów.

- Wyniki finansowe doceniane przez inwestorów.
- Możliwość odpowiedniego wynagradzania pracowników.
- Wzmocnienie gospodarki m.in. poprzez podatki i współpracę z dostawcami z regionu.

- Przyjazne warunki pracy dla tysięcy pracowników LPP.
- Możliwości rozwoju zawodowego i podnoszenia kompetencji pracowników.

- Wsparcie dostawców w zakresie zarządzania wpływem środowiskowym i zwiększanie ich konkurencyjności na rynku.
- Wsparcie dostawców w zakresie standardów pracy i przestrzegania praw człowieka.
- Pomoc niesiona społecznościom lokalnym i społeczeństwu.

- Rozwój innowacji i zwiększenie dostępności nowych technologii w branży modowej.
- Dostępność produktów i wygoda bezpiecznych zakupów dla klienta.

Strategia zrównoważonego rozwoju

GRI 3-3

W wytycznej w 2019 roku Strategii zrównoważonego rozwoju skupialiśmy się na celach środowiskowych. Obecnie trwają prace nad jej rewizją. Planowane zmiany wynikają m.in. z przeprowadzonego wieloetapowego procesu analizy ryzyk społecznych i środowiskowych oraz prac nad celami dekarbonizacji wg metodologii SBTi. Nowa strategia zostanie ogłoszona w 2023 roku.

GLÓWNE DZIAŁANIA NA RZECZ ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU W ROKU 2022/2023

- kontynuowaliśmy działania w ramach inicjatywy „Roadmap to Zero” prowadzonej przez ZDHC,
- przystąpiliśmy do **amfori BSCI**,
- zdefiniowaliśmy i wysłaliśmy do weryfikacji do SBTi **ambitne cele dekarbonizacyjne**,
- obniżyliśmy o **10% zużycie energii** w salonach,
- w e-commerce wymieniliśmy pudełka na lżejsze koperty,
- ograniczyliśmy zużycie plastiku o kolejne **567 ton** – zakupy

- z Reserved i Mohito nie są już wysyłane w dodatkowych foliopakach,
- badaliśmy rynek tkanin z recyklingu – rozpoczęliśmy współpracę z **Sustainable Fashion Institute**,
- rozwijaliśmy technologię recyklingu poliestru z polskim start-upem **Use Waste**,
- zwiększaliśmy recykling ubrań – możliwość pozostawienia z zużytej odzieży **w każdym salonie w Polsce**,
- promowaliśmy najlepsze praktyki odzieżowe – kampania „**Dbaj o ubranie. Czytaj. Sprawdzaj. Pielęgnuj**”.





CELE STRATEGII ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU „FOR PEOPLE FOR OUR PLANET” 2020-2025
GRI 2-22, GRI 2-24, GRI 3-3

	2020	2021	2023	2025
PRODUKT I PRODUKCJA	Rozpoczęcie programu wspierania dostawców we wdrażaniu praktyk ograniczających zużycie zasobów naturalnych w procesie produkcji ubrań.	25% odzieży wyprodukowanej przez LPP to kolekcje wyprodukowane z bardziej zrównoważonych materiałów. 30% dostawców w Południowej Azji to fabryki wykorzystujące w procesie produkcji odzieży technologie zmniejszające zużycie wody i/lub energii.	100% fabryk jeansów wykorzystuje w procesie produkcji odzieży technologie zmniejszające zużycie wody i/lub energii. - System zbiórki używanej odzieży w 100% sklepów we wszystkich krajach (w 2022/2023 uzyskaliśmy 100% w Polsce). 1 mln zł na inwestycje w nowe technologie pozwalające utylizować odpady tekstylne.	50% odzieży Reserved wykonanej z bardziej zrównoważonych materiałów (tj. włókien organicznych, celulozowych lub z recyklingu). - Redukcja CO₂ o 15% (cel w rewizji wg metodologii SBTi).
BEZPIECZEŃSTWO CHEMICZNE W PRODUKCJI	Członkostwo w ZDHC.	100% produktów zawierających wełnę lub pierze posiada certyfikat RDS lub RWS.		Całkowita zgodność ze standardami ZDHC.
PACKAGING AWARE: PLASTIK POD KONTROLĄ	100% opakowań do wysyłki zamówień online Mohito i Reserved bez jednorazowego plastiku. 100% folii do wysyłki zamówień online House, Cropp, Sinsay z recyklingu. - Ograniczenie użycia jednorazowej folii do pakowania próbek handlowych o 50%.	100% zawieszek cenowych wolnych od folii.	100% kartonów z certyfikatem FSC lub z recyklingu. 100% opakowań w sklepach z recyklingu.	100% plastiku użytego w opakowaniach nadaje się do ponownego użycia, recyklingu albo kompostowania.
ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ W BUDYNKACH CENTRALI I SIECI SPRZEDAŻY	Wdrożenie programu energooszczędności w salonach i rozwiązań zmniejszających emisje.	100% zielonej energii zasilającej nasze serwery i sklepy internetowe.	Wszystkie nowe budynki z certyfikatami ekologicznymi (BREEAM/LEED).	100% sklepów objętych programem energooszczędności w salonach i rozwiązaniami zmniejszającymi emisje.
	Cel zrealizowany			

**dbaj o
ubranie**

NAGRODY I RANKINGI

- Wyróżnienie za działania na rzecz zrównoważonego rozwoju i ESG w plebiscycie Listków CSR, organizowanym przez tygodnik „Polityka”: Złoty Listek za całokształt prowadzonych działań z perspektywy środowiskowej, społecznej i ładu korporacyjnego oraz Zielony Listek, przyznawany po raz pierwszy firmom, dla których ograniczenie negatywnego wpływu na klimat jest kluczowym elementem działań biznesowych.
- Tytuł najlepszej spółki z indeksu WIG20 w konkursie czasopisma Rzeczpospolita „Byki i Niedźwiedzie”.
- Tytuł najlepszego eksportera i pracodawcy wg rankingu „TOP 100 POMORZA”.
- Pierwsze miejsce w badaniu relacji inwestorskich w spółkach WIG30 w ocenie analityków i instytucji finansowych.
- Nagroda New Warehouse of the Year 2022 konkursu Eurobuild Awards dla Centrum Dystrybucyjnego LPP w Brześciu Kujawskim. Centrum uznane zostało za Najlepszy Nowy Magazyn Roku w Europie Środkowo-Wschodniej.
- Nagroda Złote Spinacze za kampanię „Dbaj o ubranie”.



Obszar środowiskowy

E – Environmental

ENERGIA I EMISJE

GRI 302-1 Zużycie energii w organizacji [GJ]	02.2021 – 01.2022		02.2022 – 01.2023	
	Grupa LPP	W tym LPP SA i salony sprzedaży w Polsce	Grupa LPP	W tym LPP SA i salony sprzedaży w Polsce
Zużycie energii elektrycznej	1 065 944,10	603 904,78	770 160,06	377 349,67
Ciepło	4 032 735,51	1 108 942,32	2 732 448,56	1 197 336,84
Gaz ziemny	99 846,77	49 888,37	904 886,95	287 053,20
Olej napędowy	16 128,99	16 128,99	9 531,57	9 531,57
Benzyna	11 078,81	11 078,81	15 826,16	15 826,16
Olej opałowy	0	0	82,41	82,41
Suma [GJ]	5 225 734,19	1 789 943,27	4 432 935,70	1 887 179,84
Zużycie energii ze źródeł odnawialnych	0	0	3 636,22	3 636,22

Przyjęta metoda
Dane dotyczą całej Grupy LPP. Zużycie paliw zostało przeliczone na GJ przy wykorzystaniu przeliczników publikowanych przez Krajowy Ośrodek Bilansowania i Zarządzania Emisjami KOBIZE.

GRI 305-1 Łączne bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych (Zakres 1), GRI 305-2 Łączne pośrednie emisje gazów cieplarnianych (Zakres 2), GRI 305-3 Inne pośrednie emisje gazów cieplarnianych (Zakres 3)

	02.2021 – 01.2022			02.2022 – 01.2023		
	Zakres 1	Zakres 2	Zakres 3	Zakres 1	Zakres 2	Zakres 3
Emisje gazów cieplarnianych (GHG) [t CO ₂ e]	4 420,67 (0,15%)	10 267,11 (0,36%)	2 865 952,63 (99,49%)	13 762,35 (0,52%)	7 827,65 (0,30%)	2 631 555,82 (99,18%)

Zakres 3 emisji: emisje podzielone według typów źródeł	02.2021 – 01.2022		02.2022 – 01.2023	
	t CO ₂ e	%	t CO ₂ e	%
Zakres i kategoria emisji	2 865 927,21	100	2 631 555,83	100
Kat. 1 Zakupione towary i usługi	1 892 769,20	66,04	1 705 738,53	64,82
Kat. 2 Dobra inwestycyjne	197 454,69	6,89	198 798,33	7,55
Kat. 3 Emisje związane ze zużywaniem energii i paliw (nieujęte w zakresach 1 i 2)	3 555,63	0,12	5 777,88	0,22
Kat. 4 Transport i dystrybucja zakupionych produktów	157 610,94	5,50	176 198,81	6,70
Kat. 5 Odpady generowane podczas działalności	385,10	0,01	400,13	0,02
Kat. 6 Podróże służbowe	2 390,09	0,08	3 062,98	0,12
Kat. 7 Transport pracowników do pracy	16 319,17	0,57	16 891,80	0,64
Kat. 8 Aktywa wzięte w najem	388 443,36	13,55	277 908,89	10,56
Kat. 9 Transport i dystrybucja sprzedanych produktów	26 212,33	0,91	28 959,62	1,10
Kat. 10 Przetwarzanie sprzedanych produktów	0,00	0,00	0,00	0,00
Kat. 11 Użytkowanie sprzedanych produktów	146 559,20	5,11	171 358,99	6,51
Kat. 12 Utylizacja sprzedanych produktów	32 969,36	1,15	45 179,33	1,72
Kat. 13 Aktywa oddane w najem	0,00	0,00	0,00	0,00
Kat. 14 Franczyzy	1 283,55	0,04	1 280,54	0,05
Kat. 15 Inwestycje	0,00	0,00	0,00	0,00

GRI 305-4 Intensywność emisji gazów cieplarnianych	02.2021 – 01.2022	02.2022 – 01.2023
Emisje GHG Grupy LPP w zakresie 1 i 2 w przeliczeniu na przychód [t CO ₂ e / 1 mln zł]	1,04	1,36

Przyjęta metoda

Dane uwzględniają emisje całej Grupy LPP w zakresie 1 i 2 w przeliczeniu na przychody. Zmiana wartości z roku 2021/2022 z 1,15 na 1,04 wynika z przeliczenia energii elektrycznej w zakresie 2 metodą market-based, czego wymaga od nas SBTi.

Opakowania i odpady

GRI 306-3 Odpady wytworzone

Masa opakowań wprowadzonych na rynek przez Grupę LPP (t)	02.2020 – 01.2021	02.2021 – 01.2022*	02.2022 – 01.2023
Opakowania kartonowe	19 707	27 068	15 112
Opakowania foliowe	2 105	3 986	2 373
Opakowania z drewna	50	82	2 563
Opakowania ze szkła	Raportowane od roku obrotowego 2021/2022	7	0

Przyjęta metoda

Dane dotyczą wagi opakowań wprowadzonych przez spółki Grupy LPP na rynek w danym roku obrotowym.

* Dane po odjęciu Rosji.

⁴ Opakowania kartonowe, etykiety cenowe, etykiety kurierskie.

GRI 306-4 Odpady przekazane do odzysku*

Masa odpadów przekazanych do recyklingu (t)	02.2020 – 01.2021		02.2021 – 01.2022		02.2022 – 01.2023	
	Grupa LPP	LPP SA	Grupa LPP	LPP SA	Grupa LPP	LPP SA
Makulatura kartonowa przekazana do recyklingu ⁴	5 901	4 572	8 829	5 839	16 096	13 167
Opakowania foliowe przekazane do odzysku	82	64	437	222	624	583
Materiały drewniane przekazane do odzysku	119	118	141	141	181	181
Razem	6 102	4 754	9 407	6 202	16 901	13 931

*Nie było żadnych odpadów niebezpiecznych przekazanych do odzysku.

Dodatkowe informacje:

- użyliśmy ponownie ponad 2,1 mln sztuk kartonów, co pozwoliło zaoszczędzić nam ok. **41 000 drzew**
- poziom redukcji plastiku w opakowaniach marek Reserved i Mohito – **567 ton**
- wszystkie materiały przeznaczone do odzysku przekazujemy zewnętrznym organizacjom.

Przyjęta metoda

Dane dotyczą wagi opakowań wprowadzonych przez spółki Grupy LPP na rynek w danym roku obrotowym. Wzrost liczby opakowań wprowadzonych na rynek jest spowodowany dynamicznym rozwojem biznesu oraz wzrostem udziału sprzedaży e-commerce w całej sprzedaży.

Obszar społeczny

S – Social

Wpływy do budżetu państwa [tys. zł]	02.2020-01.2021	02.2021-01.2022	02.2022-01.2023
Podatek VAT	457 190	761 231	895 713
Podatek VAT sklep e-commerce UE	-	-	33 056
Podatek dochodowy od osób prawnych - CIT	40 458	360 180	183 927
Podatek CFC od zagranicznych podmiotów kontrolowanych	50 945	31 528	0
Podatek od sprzedaży detalicznej PSD	-	38 024	53 599
Cło	115 953	202 426	270 662
Podatek dochodowy od osób fizycznych - PIT	19 656	31 831	35 755
ZUS łącznie	64 267	153 603	223 224
PFRON	880	5 022	7 143
Podatek od nieruchomości	4 919	6 018	7 466
Podatek od środków transportowych	2	2	1
RAZEM [tys. zł]	754 270	1 589 865	1 710 546
Zmiana r/r	-31%	111%	8%



Liczba pracowników zatrudnionych na umowę o pracę, stan na dzień 31.01.2023

GRI 2-7 Pracownicy		Grupa LPP		W tym:	LPP SA		LPP Retail		Pozostałe spółki polskie		Zagraniczne spółki zależne*	
		Liczba osób	FTE		Liczba osób	FTE	Liczba osób	FTE	Liczba osób	FTE	Liczba osób	FTE
Zatrudnieni na umowę o pracę	Kobiety	23 309	19 352,07		2 362	2 356,53	10 037	7 790,64	489	485,9	10 421	8 719
	Mężczyźni	3 221	2 896,75		566	566	522	397,25	567	565,5	1 566	1 368
	Suma	26 530	22 249		2 928	2 923	10 559	8 188	1 056	1 051	11 987	10 087

* Spadek liczby pracowników w spółkach zagranicznych w stosunku do poprzedniego okresu raportowego wynika z zamknięcia działalności na rynku rosyjskim.

Liczba osób zatrudnionych bezpośrednio przez spółki Grupy LPP w oparciu o inne formy umów niż umowa o pracę w podziale na płeć i typ kontraktu, stan na dzień 31.01.2023

GRI 2-8 Osoby wykonujące pracę na rzecz organizacji niebędące jej pracownikami		Grupa LPP	W tym:	LPP SA	LPP Retail	Pozostałe spółki polskie	Zagraniczne spółki zależne
Zatrudnieni w oparciu o umowy cywilnoprawne	Kobiety	1 662		31	1 568	2	61
	Mężczyźni	231		14	196	11	10
	Suma	1 893		45	1 764	13	71
Pozostałe (kontrakty menedżerskie; B2B, stażyści)	Kobiety	1 133		2	-	43	1 088
	Mężczyźni	374		3	-	273	98
	Suma	1 507		5	-	316	1 186

Przyjęta metoda

W spółce LPP Retail duża część osób zatrudnionych w salonach pracuje w oparciu o umowy cywilnoprawne (w przypadku rynku polskiego), a w przypadku spółek zagranicznych w oparciu o inne formy zatrudnienia bezpośredniego (kontrakty studenckie) lub pośredniego (agencje pracy tymczasowej). Często są to ludzie młodzi, którzy zatrudniają się sezonowo lub w niepełnym wymiarze godzin.

Osoby wykonujące pracę na rzecz organizacji niebędące jej pracownikami, zatrudnione przez inne podmioty niż spółki Grupy LPP

GRI 2-8 Osoby wykonujące pracę na rzecz organizacji niebędące jej pracownikami		Grupa LPP	W tym:	LPP SA	LPP Logistics	Pozostałe spółki polskie	Zagraniczne spółki zależne
Pracownicy agencji pracy tymczasowej		6 596		0	5 991	0	605
	Suma	6 596		0	5 991	0	605

Przyjęta metoda

Liczba osób wg stanu na dany okres raportowania 01.02.2022 – 31.01.2023. Ze względu na specyfikę tego obszaru zaraportowane jest tu zatrudnienie średnioroczne. Pracownicy agencji pracy tymczasowej obsługują centra logistyczne Grupy LPP na rynku polskim oraz na rynkach zagranicznych.

GRI 2-7 Pracownicy

Liczba pracowników w podziale na płeć i czas trwania umowy	Grupa LPP		W tym:	LPP SA			LPP Retail	Pozostałe spółki polskie		Zagraniczne spółki zależne	
	Czas nieokreślony	Czas określony		Czas nieokreślony	Czas określony	Czas nieokreślony	Czas określony	Czas nieokreślony	Czas określony		
Kobiety	11 985	11 324		1 323	1 039	3 048	6 989	228	261	7 386	3 035
Mężczyźni	2 010	1 211		311	255	160	362	251	316	1 288	278
Suma	13 995	12 535		1 634	1 294	3 208	7 351	479	577	8 674	3 313

Przyjęta metoda

Dane uwzględniają wyłącznie osoby zatrudnione przez spółki Grupy LPP na podstawie umowy o pracę (liczba osób). Stan na koniec raportowanego okresu.

Liczba pracowników w podziale na płeć i na wymiar godzin		Grupa LPP		W tym:	LPP SA		LPP Retail		Pozostałe spółki polskie		Zagraniczne spółki zależne	
		Pełen etat	Część etatu		Pełen etat	Część etatu	Pełen etat	Część etatu	Pełen etat	Część etatu	Pełen etat	Część etatu
Kobiety		13 653	9 656		2 342	20	5 064	4 973	477	12	5 770	4 651
Mężczyźni		2 295	926		566	0	272	250	563	4	894	672
Suma		15 936	10 582		2 908	20	5 336	5 223	1 040	16	6 664	5 323

Przyjęta metoda

Dane uwzględniają wyłącznie osoby zatrudnione przez spółki Grupy LPP na podstawie umowy o pracę. Stan na koniec raportowanego okresu.

Dla pozostałych form bezpośredniego zatrudnienia (umowy cywilnoprawne, B2B, kontrakty menedżerskie) kryteria czasu pracy nie mają zastosowania.

W przypadku umów cywilnoprawnych w Spółce LPP Retail podano etat wstępnie deklarowany przy zawieraniu umowy. Umowy cywilnoprawne cechują się elastycznością i faktycznie przepracowany zakres godzin może odbiegać od deklarowanego w umowie.

Wskaźnik własny: Pracownicy w podziale na kategorie według płci, wieku oraz innych wskaźników różnorodności

Zatrudnienie w podziale na płeć, wiek i poziom zatrudnienia		Grupa LPP			W tym:	LPP SA			LPP Retail			Pozostałe spółki polskie			Zagraniczne spółki zależne		
		< 30	30-50	50 <		< 30	30-50	50 <	< 30	30-50	50 <	< 30	30-50	50 <	< 30	30-50	50 <
Liczba pracowników	Kobiety	8 991	3 800	97		905	1 403	54	7 930	2 081	26	156	316	17	6 744	3 496	181
	Mężczyźni	802	772	81		193	346	27	430	89	3	179	337	51	1 016	520	30
	Razem	9 793	4 572	178		1 098	1 749	81	8 360	2 170	29	335	653	68	7 760	4 016	211
Odsetek pracowników w poszczególnych kategoriach w całości zatrudnienia	Kobiety	61,8	26,1	0,7		30,9	47,9	1,8	75,1	19,7	0,2	14,8	29,9	1,6	56,2	29,1	1,5
	Mężczyźni	5,5	5,3	0,6		6,6	11,8	0,9	4,1	0,8	0,03	17,0	31,9	4,8	8,5	4,3	0,3
	Razem	67,3	31,4	1,2		37,5	59,7	2,8	79,2	20,6	0,3	31,8	61,8	6,4	64,7	33,5	1,8

Wskaźnik własny: Pracownicy w podziale na kategorie według płci, wieku oraz innych wskaźników różnorodności

Różnorodność w składzie Zarządu i Rady nadzorczej	Liczba osób	Udział procentowy
Skład Zarządu	• 5 mężczyzn • 0 kobiet • 2 osoby w przedziale wiekowym 30-50 lat • 3 osoby w wieku powyżej 50. roku życia	• 100% składu Zarządu • 0 • 40% składu Zarządu • 60% składu Zarządu
Skład Rady nadzorczej	• 5 mężczyzn • 1 kobieta • 2 osoby w przedziale wiekowym 30-50 lat • 4 osoby w wieku powyżej 50. roku życia	• 83% składu Rady • 17% składu Rady • 33,3% składu Rady • 66,6% składu Rady

Przyjęta metoda
Skład wg stanu na dzień 31.01.2023. Dane dla spółki LPP SA.

Stosunek wynagrodzenia kobiet do wynagrodzenia mężczyzn	02.2022-01.2023
LPP SA	98%
Stanowiska managerskie	96%
Stanowiska niemanagerskie	99%
Pozostałe spółki Grupy LPP w Polsce	99%
Stanowiska managerskie	95%
Stanowiska niemanagerskie	99%
Grupa LPP w Polsce	98%

⁵ Kobiety zarabiają 3% więcej.

Liczba i odsetek pracowników z niepełnosprawnościami w Grupie LPP	02.2021 - 01.2022		02.2022 - 01.2023	
	Grupa LPP, w tym:	LPP SA	Grupa LPP, w tym:	LPP SA
Liczba pracowników z niepełnosprawnością	325	50	381	54
Odsetek pracowników z niepełnosprawnością	1,0%	1,9%	1,4%	1,8%

Przyjęta metoda
Dane uwzględniają wyłącznie osoby zatrudnione przez spółki Grupy LPP na podstawie umowy o pracę. Stan na koniec raportowanego okresu.

Komentarz
O ile w samych salonach sprzedaży liczba zatrudnionych z niepełnosprawnościami jest niska ze względu na specyfikę pracy, intensywnie współpracujemy z gronem telepracowników, rozwijając nasz projekt aktywizacji osób z niepełnosprawnościami. Pomagają nam oni w licznych procesach HRowych i związanych z BHP.

Gender Pay Gap	02.2021-01.2022	02.2022-01.2023*
LPP SA	4%	2%
Stanowiska managerskie	+3% ²¹	4%
Stanowiska niemanagerskie	6%	1%
Pozostałe spółki Grupy LPP w Polsce	4%	1%
Stanowiska managerskie	6%	5%
Stanowiska niemanagerskie	0%	1%

Przyjęta metoda
*W związku z koniecznością raportowania różnic wynagrodzeniowych w naszej organizacji do różnych instytucji finansowych, zdecydowaliśmy się na ujednolicenie metody liczenia wskaźnika Gender Pay Gap. Wskaźnik Gender Pay Gap w wyliczeniach został wyznaczony dla homogenicznych grup stanowisk jako stosunek średniego wynagrodzenia ogółem kobiet do średniego wynagrodzenia ogółem mężczyzn zatrudnionych na umowę o pracę. Wynagrodzenie ogółem oznacza sumę średniego wynagrodzenia podstawowego z całego okresu w ujęciu miesięcznym przeliczone do pełnego etatu wraz ze średnią premią, która została wyliczona w oparciu o kwotę wypłaconą w okresie raportowanym w przeliczeniu na jeden miesiąc.

Poziom rotacji pracowników w spółkach Grupy LPP w Polsce

Wskaźnik własny: Liczba nowych pracowników oraz wskaźnik fluktuacji		Grupa LPP			W tym:	LPP SA			LPP Retail			Pozostałe spółki polskie		
		< 30	30-50	50 <		< 30	30-50	50 <	< 30	30-50	50 <	< 30	30-50	50 <
Liczba osób przyjętych do pracy	Kobiety	12 223	1 273	32		423	241	4	11 650	805	15	150	227	13
	Mężczyźni	1396	425	59		94	73	4	1 123	35	2	179	317	53
	Razem	13 619	1698	91		517	314	8	12 773	840	17	329	544	66
Odsetek osób przyjętych do pracy	Kobiety	261,6	123,1	138,7		46,7	17,2	7,4	123,4	37,8	50,0	91,5	68,2	81,3
	Mężczyźni	301,7	118,6	181,5		48,7	21,1	14,8	180,3	38,0	66,7	72,8	59,5	100,0
	Razem	254,2	118,5	157,0		47,1	18,0	9,9	126,9	37,8	51,5	80,2	62,8	95,7
Liczba osób, które przestały być pracownikami	Kobiety	11 573	919	20		192	153	3	11 354	738	16	27	28	1
	Mężczyźni	1204	134	14		52	42	2	1 104	40	2	48	52	10
	Suma	12 777	1 053	34		244	195	5	12 458	778	18	75	80	11
Ogólny wskaźnik rotacji	Kobiety	105,1	36,5	43,5		21,2	10,9	5,6	120,2	34,6	53,3	16,5	19,5	18,3
	Mężczyźni	99	20,6	25		26,9	12,1	7,4	177,2	43,5	66,7	8,4	9,8	9,2
	Suma	104,5	33,2	33,3		22,2	11,2	6,2	123,8	35	54,6	6,3	18,9	15,9

Przyjęta metoda

W danych dotyczących rotacji została uwzględniona liczba osób pracujących na rzecz spółek Grupy LPP w oparciu o wszystkie rodzaje umów zawartych bezpośrednio przez spółki Grupy LPP (umowy o pracę, umowy cywilnoprawne, B2B, kontrakty managerskie). Pracujemy nad rozszerzeniem i usprawnieniem procesów raportowania danych przez nasze spółki zagraniczne. W przypadku Spółki LPP SA ze względu na specyfikę działalności uwzględniono jedynie umowy o pracę, a nie uwzględniono umów cywilnoprawnych, które z reguły nie stanowią stałej współpracy, a jednorazowe lub okresowe kupowanie usług. Wskaźnik przyjęć obliczono według wzoru: liczba pracowników przyjętych do pracy w danej kategorii przez liczbę osób na koniec raportowanego okresu (stan zatrudnienia na 31.01.2023 roku), pomnożona przez 100. Ogólny wskaźnik rotacji pracowników liczony wg wzoru: całkowita liczba pracowników w danej kategorii, którzy odeszli z organizacji w raportowanym roku obrotowym (12 miesięcy) podzielona przez całkowitą liczbę zatrudnionych w danej kategorii w raportowanym roku obrotowym (stan zatrudnienia na 31.01.2023 roku), pomnożona przez 100. Spółkę LPP Retail ze względu na model prowadzonej działalności, charakteryzuje wysoki wskaźnik rotacji osób świadczących pracę na rzecz spółki na podstawie innej umowy niż umowa o pracę. Są to głównie osoby młode, w tym studenci, którzy traktują pracę w salonie sprzedaży jako pracę dorywczą i krótkoterminową.

Poziom rotacji pracowników w spółkach Grupy LPP w Polsce

GRI 401-3 Urlopy związane z rodzicielstwem.
Wskaźniki powrotu do pracy i utrzymania zatrudnienia po urlopie rodzicielskim, macierzyńskim, wychowawczym i ojcowskim w podziale na płeć

	LPP SA									Silky Coders			LPP Retail					
	02.2021-01.2022			02.2022-01.2023			02.2021-01.2022			02.2022-01.2023			02.2021-01.2022			02.2022-01.2023		
	Kobiety	Mężczyźni	Suma	Kobiety	Mężczyźni	Suma	Kobiety	Mężczyźni	Suma	Kobiety	Mężczyźni	Suma	Kobiety	Mężczyźni	Suma	Kobiety	Mężczyźni	Suma
Liczba osób, które rozpoczęły urlop rodzicielski, macierzyński, wychowawczy, ojcowski	204	34	238	178	28	206	2	10	12	10	11	21	627	2	629	714	5	719
Liczba osób, które zakończyły urlop rodzicielski, macierzyński, wychowawczy, ojcowski	140	35	175	121	27	148	0	10	10	3	11	14	569	2	571	600	5	605
Liczba osób, które odeszły z pracy po tym, jak w poprzednim okresie zakończyły urlop rodzicielski, macierzyński, wychowawczy, ojcowski	0	0	0	9	1	10	0	0	0	0	1	1	0	0	0	96	0	96
Odsetek osób, które odeszły z pracy po tym, jak w poprzednim okresie zakończyły urlop rodzicielski, macierzyński, wychowawczy, ojcowski	0	0	0	6,43	2,86	9,29	0	0	0	0	10,00	10	0	0	0	16,87	0,00	16,87

SZKOLENIA

Liczba godzin szkoleniowych w Grupie LPP	02.2020-01.2021		02.2021-01.2022		01.2022-01.2023	
	Grupa LPP	W tym LPP SA	Grupa LPP	W tym LPP SA	Grupa LPP	W tym LPP SA
Średnia liczba godzin szkoleniowych przypadająca na pracownika	3,2	7,4	4,5	18,4	6,2	18,3
Całkowita liczba godzin szkoleniowych (łącznie szkolenia stacjonarne i e-learningowe)	70 958	18 752	142 564	50 435	182 235	54 413

GRI 404-1 Średnia liczba godzin szkoleniowych na pracownika według płci i struktury zatrudnienia w raportowanym roku		Grupa LPP:	W tym:	LPP SA	LPP Retail	Pozostałe spółki polskie	Zagraniczne spółki zależne
Stanowiska managerskie	Kobiety	13,0		16,8	15,6	15,6	10,1
	Mężczyźni	14,7		17,3	35,6	10,6	9,5
	Razem	13,3		16,9	16,7	11,8	10,0
Pozostali pracownicy	Kobiety	5,1		18,2	5,9	12,5	1,2
	Mężczyźni	6,7		19,9	8,9	8,5	0,9
	Razem	5,3		18,5	6,1	10,4	1,2

Przyjęta metoda
Dane dotyczą całej Grupy LPP, uwzględniają szkolenia stacjonarne i e-learningowe. Szkolenia obejmują nie tylko pracowników na umowę o pracę. Wskaźnik został obliczony z uwzględnieniem pracowników zatrudnionych przez spółki Grupy LPP w oparciu o pozostałe formy umów (umowy zlecenie, B2B)

Urazy związane z pracą i wskaźnik wypadkowości w roku obrotowym 2022/2023 i w latach poprzednich

GRI 403-9

	02.2020-01.2021		02.2021-01.2022		02.2022-01.2023	
	Grupa LPP	LPP SA	Grupa LPP	LPP SA	Grupa LPP	LPP SA
Liczba wypadków w raportowanym okresie	78	130	130	9	204	16
W tym liczba wypadków śmiertelnych	0	0	0	0	0	0
Wskaźnik wypadków przy pracy	3,4	0,6	3,7	2,3	3,8	3,4
Główne rodzaje odnotowywanych wypadków:	Stłuczenia, powierzchniowe urazy, skręcenia.					

Przyjęta metoda

Dane dotyczą wszystkich wypadków w miejscu pracy odnotowanych przez spółki Grupy LPP w roku. Dane nie uwzględniają liczby wypadków w drodze do lub z pracy.
Wskaźnik wypadkowości: od roku obrotowego 01.2019-01.2020 wskaźnik ten jest obliczany według wzoru: liczba wypadków odnotowanych w okresie raportowania podzielona przez łączną liczbę godzin przepracowanych przez wszystkich pracowników pomnożona przez 1 000 000. Wskaźnik ujmuje również wypadki śmiertelne.

Wypadkowość w roku obrotowym 2022/2023

		Grupa LPP	W tym:	LPP SA	LPP Retail	Pozostałe spółki polskie	Zagraniczne spółki zależne
Łączna liczba raportowanych wypadków, w tym:							
	Kobiety	184		11	107	1	65
	Mężczyźni	20		5	4	1	10
	Razem	204		16	111	2	75
Liczba wypadków śmiertelnych							
	Kobiety	0		0	0	0	0
	Mężczyźni	0		0	0	0	0
Liczba wypadków skutkujących utratą czasu pracy							
	Kobiety	183		11	107	0	65
	Mężczyźni	20		5	4	1	10
Liczba dni straconych spowodowanych wypadkami w pracy							
	Kobiety	2902		32	1 786	0	1 084
	Mężczyźni	436		43	62	68	263
	Razem	3338		75	1 848	68	1 347

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE

Wskaźniki własne: Wartość przekazanych darowizn, Liczba wolontariuszy zaangażowanych w projekty w raportowanym roku

Wsparcie społeczności lokalnych	02.2021-01.2022	02.2022-01.2023
Całkowita wartość wsparcia (łącznie darowizny pieniężne i rzeczowe)	6 691 542 zł	26 390 950 zł
W tym:		
Darowizny pieniężne	2 058 781 zł	7 760 501 zł
Darowizny rzeczowe	4 632 761 zł	18 630 449 zł

Przyjęta metoda

Dane obejmują kwoty przeznaczone na działania społeczne przez spółki Grupy LPP w Polsce i zagranicą oraz Fundację LPP.



Skala działalności Fundacji LPP	02.2021-01.2022	02.2022-01.2023
Wartość przekazanych darowizn pieniężnych w raportowanym roku	1 617 517 zł	3 099 840 zł
W tym:		
Kwota na ochronę zdrowia	798 533 zł	696 500 zł
Kwota na projekty proekologiczne	32 881 zł	45 000 zł
Kwota na wsparcie społeczności lokalnej oraz projektów przeciwdziałających wykluczeniu społecznemu	786 103 zł	1 358 340 zł
Kwota w ramach akcji #LPPUkrainie	-	1 000 000 zł
#LPPUkrainie (całkowite wsparcie rzeczowe i pieniężne)	-	21 685 824 zł
Liczba organizacji wspartych przez Fundację LPP	43	58
Liczba wolontariuszy zaangażowanych w projekty w raportowanym roku	374	975
Liczba godzin przepracowanych przez wolontariuszy	5 257	8 212
Liczba sztuk odzieży przekazana na cele społeczne	123 000	180 014
Liczba podmiotów, które otrzymały odzież	120	127

Obszar ładu organizacyjnego

G – Governance

GRI 2-1 Szczegóły dotyczące organizacji, GRI 2-2 Podmioty objęte raportowaniem zrównoważonego rozwoju organizacji

Spółki wchodzące w skład Grupy LPP i ujęte w niniejszym sprawozdaniu (stan na 31.01.2023)

W skład Grupy Kapitałowej LPP wchodzi: LPP SA (jednostka dominująca), 8 krajowych spółek zależnych oraz 26 zagranicznych spółek zależnych. Spółki zagraniczne są podmiotami realizującymi głównie dystrybucję towaru LPP poza granicami Polski. Natomiast spółki polskie zajmują się: obsługą salonów na terenie Polski (LPP Retail Sp. z o.o.), sprzedażą odzieży promocyjnej (LPP Printable Sp. z o.o.), obsługą logistyki (LPP Logistics Sp. z o.o.), pracami budowlanymi związanymi z centrami logistycznymi (Veviera Investments Sp. z o.o.), zarządzaniem projektami informatycznymi dla Grupy Kapitałowej LPP (Silky Coders Sp. z o.o. i Dock IT Sp. z o.o.) oraz działalnością w zakresie wynajmu nieruchomości w Polsce, gdzie

zlokalizowane są sklepy naszych marek (DP&SL Sp. z o.o., IL&DL Sp. z o.o.). W okresie sprawozdawczym miały miejsca zmiany w strukturze Grupy LPP, polegające na: sprzedaży spółki rosyjskiej Re Trading OOO kontrahentowi zewnętrznemu, zamknięciu jednej z dwóch spółek słoweńskich Reserved Fashion BIS Modne Znamke DOO, likwidacji spółki IPMS Management Services FZE z siedzibą w ZEA oraz utworzeniu czterech nowych spółek zagranicznych: włoskiej LPP Italy SRL z siedzibą w Mediolanie, albańskiej LPP Albania LTD z siedzibą w Tiranie, hiszpańskiej LPP Clothing Retail Spain S.L. z siedzibą w Madrycie i greckiej LPP Greece Single Member Private Company z siedzibą w Atenach. Nowo powstałe spółki zostały utworzone w związku z ekspansją działalności w tych krajach.

Dodatkowo, zmiany w strukturze Grupy Kapitałowej LPP w roku finansowym dotyczyły sprzedaży podmiotowi zewnętrznemu 50% udziałów w spółce Veviera Investments Sp. z o.o. Spółki wchodzące w skład Grupy LPP są ujęte w niniejszym sprawozdaniu.

- | | |
|-----------------------------------|--|
| 1. LPP SA | 19. LPP Kazakhstan LLP |
| 2. LPP Retail Sp. zo.o. | 20. LPP Bulgaria EOOD |
| 3. DP&SL Sp. z o.o. | 21. LPP Fashion Bulgaria EOOD |
| 4. IL&DL Sp. z o.o. | 22. LPP Romania Fashion SRL |
| 5. LPP Printable Sp. z o.o. | 23. LPP Croatia DOO |
| 6. LPP Logistics Sp. z o.o. | 24. LPP Reserved DOO Beograd |
| 7. Dock IT Sp. z o.o. | 25. Reserved Fashion, Modne Znamke DOO |
| 8. Silky Coders Sp. z o.o. | 26. LPP BH DOO |
| 9. Veviera Investments Sp. z o.o. | 27. LPP Macedonia DOOEL |
| 10. LPP Czech Republik SRO | 28. LPP Albania LTD |
| 11. LPP Slovakia SRO | 29. LPP Greece Single Member Private Company |
| 12. LPP Hungary KFT | 30. LPP Deutschland GmbH |
| 13. LPP Lithuania UAB | 31. LPP Reserved UK LTD |
| 14. LPP Latvia LTD | 32. LPP Finland LTD |
| 15. LPP Estonia OU | 33. LPP Italy SRL |
| 16. LLC Re Development | 34. LPP Clothing Retail Spain S.L. |
| 17. LPP Ukraina AT | 35. P&L Marketing&Advertising Agency SAL |
| 18. OOO LPP BLR | |

GRI 205-2 Komunikacja i szkolenia poświęcone politykom i procedurom antykorupcyjnym GRI 205-3 Potwierdzone przypadki korupcji i podjęte w związku z nimi działania	01.2020-02.2021	02.2021-01.2022	02.2022-01.2023	
		Grupa LPP	Odsetek	Liczba
Odsetek członków Zarządu, których poinformowano o polityce i procedurach antykorupcyjnych organizacji	100%	100%	100%	5
Odsetek dostawców poinformowanych o procedurach i politykach antykorupcyjnych LPP	100%	100%	100%	1 238
Liczba i odsetek członków Zarządu, którzy przeszli szkolenia z zakresu przeciwdziałania korupcji	b/d	b/d	100%	5
Liczba i odsetek pracowników, którzy przeszli szkolenia z zakresu przeciwdziałania korupcji w ramach szkoleń onboardingowych dla nowo zatrudnionych pracowników	b/d	b/d	100%	LPP SA - 838 Silky Coders - 169 LPP Logistics - 498
Liczba potwierdzonych przypadków korupcji	0	0	0	0
Liczba potwierdzonych przypadków incydentów, w których pracownicy zostali zwolnieni lub ukarani dyscyplinarnie za korupcję	b/d	b/d	0	0
Liczba incydentów, w których umowy z partnerami biznesowymi zostały rozwiązane lub nie zostały przedłużone z powodu naruszeń związanych z korupcją	b/d	b/d	0	0

GRI 406-1 Całkowita liczba przypadków dyskryminacji oraz podjęte działania naprawcze	01.2020-02.2021	02.2021-01.2022	02.2022-01.2023	
		Grupa LPP	Odsetek	Liczba
Liczba zgłoszeń sytuacji potencjalnych nieprawidłowości (zgłoszenia za pośrednictwem skrzynki etyki) ⁶	6	LPP SA - 14 LPP Retail - 58		LPP SA - 12 LPP Retail - 143
Liczba potwierdzonych przypadków dyskryminacji w miejscu pracy	0	0	0	0

W raportowanym okresie zostało wszczęte postępowanie przeciwko Grupie LPP (LPP SA) dotyczące naruszenia zasady równego traktowania względem pracownika.

⁶ Zgłoszenia wymagające zdaniem zgłaszających je pracowników sprawdzenia pod kątem zgodności z zasadami etyki, dotyczące m.in. kwestii relacji na linii przełożony-podwładny czy też zasad komunikacji za pośrednictwem mediów społecznościowych.

KLUCZOWE WSKAŹNIKI EFEKTYWNOŚCI

Liczba salonów	1 962 salony stacjonarne w 27 krajach
Liczba nowych salonów ⁷	271
Liczba pracowników na świecie	29 930
Liczba osób zatrudnionych na umowę o pracę w Polsce ⁸	14 543
Łączna powierzchnia salonów Grupy LPP	1 673 360 m ²
Liczba sztuk odzieży wysyłanych średnio dziennie do salonów	3 mln sztuk
Przychody ze sprzedaży	15,9 mld zł
Przychody z działalności e-commerce	4 392 mln zł
Udział sprzedaży e-commerce	27,6%
Nakłady inwestycyjne (CAPEX)	1 157 mln zł
Liczba transakcji dokonanych przez klientów	165 mln

Składowe ceny produktu (zł)	2021/2022	2022/2023
Przykładowa cena produktu	123 zł	123 zł
Koszty produkcji (w tym wynagrodzenia pracowników fabryk)	37 zł	44 zł
Koszty utrzymania sklepów	35 zł	28 zł
Podatek VAT	23 zł	23 zł
Koszty dystrybucji i transportu	12 zł	14 zł
Zysk marki	7 zł	7 zł
Koszty projektowania i administracji	6 zł	4 zł
Podatek dochodowy CIT	2 zł	1 zł
Cło	2 zł	2 zł

⁷ Liczba nowo otwartych salonów skorygowana o liczbę salonów zamkniętych w danym roku, na działalności kontynuowanej (czyli po przeliczeniu bez rynku rosyjskiego).

⁸ W Polsce, dla osób zatrudnionych na umowę o pracę na cały etat standardowo obowiązuje 40-godzinny czas pracy w przeciętnie 5-dniowym tygodniu pracy. Tygodniowy czas pracy łącznie z godzinami nadliczbowymi nie może przekraczać 48 godzin w przyjętym okresie rozliczeniowym. Każdy pracownik zatrudniony na podstawie umowy o pracę ma prawo do co najmniej 11 godzin nieprzerwanego odpoczynku dobowego oraz 35-godzinnego nieprzerwanego odpoczynku tygodniowego. W ciągu dnia pracy, pracownikowi przysługuje przerwa trwająca co najmniej 15 minut, jeżeli dobowy wymiar pracy wynosi co najmniej 6 godzin. W wypadku pracy przed ekranem komputera pracownikowi przysługuje dodatkowa 5-minutowa przerwa od komputera po każdej przepracowanej godzinie. Przerwy wliczane są do czasu pracy. Co do zasady urlop wypoczynkowy przysługuje każdej osobie zatrudnionej na podstawie umowy o pracę. W Polsce, roczny wymiar urlopu zależy od stażu pracy pracownika, do którego wlicza się także okres edukacji i wynosi 20 dni roboczych na rok kalendarzowy dla pracownika ze stażem pracy poniżej 10 lat i 26 dni roboczych na rok kalendarzowy dla pracownika ze stażem pracy co najmniej 10 lat. Pracownicy mają możliwość korzystania z dni wolnych na różnego rodzaju okoliczności życiowe np. własny ślub, ślub dziecka, czy pogrzeb członka rodziny. Dodatkowo, w Polsce obowiązuje 13 dni świątecznych w roku, ustawowo wolnych od pracy.

GRI 416-2 Przypadki niezgodności dotyczące wpływu produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo

Łączna liczba tego typu przypadków (wady jakościowe produktów)	13 Wszystkie zakwestionowane produkty zostały wycofane ze sprzedaży i przekazane odpowiednim zakładom utylizacji. Nie zidentyfikowaliśmy żadnych innych wad, w szczególności wad mogących mieć negatywny wpływ na zdrowie i bezpieczeństwo klientów.
Incydenty niezgodności z regulacjami skutkujące nałożeniem grzywny lub kary	0
Przypadki niezgodności z przepisami skutkujące ostrzeżeniem	0
Przypadki niezgodności z dobrowolnymi kodeksami	0



LPP

Zapraszamy do kontaktu

media@lpp.com
www.lpp.com

www.lpp.com

 [discoverlpp](#)

 [company/lpp-sa](#)

 [discoverlpp](#)

 [discoverlpp](#)