**LIDL SMANJIO UPOTREBU PLASTIKE U AMBALAŽI**

**„Bolje i manje – odgovorno pakovanje“**

**Kompanija Lidl Srbija je u okviru svoje dugoročne strategije REset Plastic smanjila upotrebu plastike u ambalaži flaširane vode privatne robne marke Saguaro za oko 30%. Kompanija na ovaj način, optimizacijom ambalaže flaširane vode, planira da smanji upotrebu plastike za više od 275 tona na godišnjem nivou. Redukcija plastike je samo jedna od mera kojima kompanija dosledno pokazuje da je društvena odgovornost jedan od osnovnih stubova njenog poslovanja.**

Lidl preduzima ključne korake ka smanjenju upotrebe plastike, time neprestano postavljajući standarde u odgovornom poslovanju. Kroz REset Plastic strategiju, kompanija je zacrtala i nekoliko ključnih ciljeva:

* Smanjenje količine plastike u asortimanu privatne robne marke za 30%;
* Povećanje udela reciklirane plastike od 25%;
* Postizanje maksimalne reciklabilnosti plastike u celokupnom asortimanu.

Kako bi se ostvarili pomenuti ciljevi, Lidl usko sarađuje sa svojim dobavljačima, unapređujući i optimizujući plastičnu ambalažu proizvoda. Kompanija smanjuje količinu upotrebljene plastike, a istovremeno zadržava dosledan kvalitet i gramažu proizvoda. Poseban fokus stavljen je na proizvode sa najvećom potrošnjom plastike, kao što su flaširana voda brendova Saguaro i Saguaro Edition. Redukcija plastike obuhvatila je sve formate ovih proizvoda, od 0,5 l do 1,5 l, uključujući i različite arome. Među proizvodima kod kojih je smanjena količina plastike u ambalaži su: Saguaro mineralna negazirana voda, Saguaro mineralna gazirana voda, Saguaro Edition i drugi.

*„Veoma smo ponosni što smo uspeli da optimizujemo i redukujemo količinu plastike u ambalaži Saguaro flaširane vode za čak oko 30%. Kroz smanjenje upotrebe plastike, Lidl aktivno doprinosi stvaranju zdravije i čistije budućnosti za sadašnje i buduće generacije*“, **izjavila je predstavnica CSR odeljenja kompanije Lidl Srbija Aleksandra Mirić.**

Svi proizvodi sa optimizovanom ambalažom sada nose oznaku „Bolje i manje – odgovorno pakovanje“, jasno ukazujući potrošačima da je kompanija Lidl predana očuvanju prirodnih resursa i smanjenju plastičnog otpada. Kao deo svoje šire vizije odgovornog poslovanja, kompanija Lidl Srbija ostaje predana inovacijama koje doprinose održivijoj budućnosti, potvrđujući svoju lidersku poziciju u maloprodaji kroz odgovorne odluke i aktivnosti.

**O** **Lidlu**

Kompanija Lidl, kao deo nemačke Švarc grupe (Schwarz Gruppe), predstavlja jednog od vodećih prehrambenih trgovinskih lanaca u Nemačkoj i Evropi. Posluje u 32 zemlje širom sveta, sa oko 12.200 prodavnica, kao i više od 220 logističkih centara i skladišta u 31 zemlji sveta.

Lidl je u Srbiji svoje prve prodavnice otvorio u oktobru 2018. godine i trenutno ima 72 prodavnice u 41 gradu širom zemlje. Imamo dugoročne planove sa ciljem da potrošačima širom Srbije ponudimo jedinstveno iskustvo kupovine i najbolji odnos cene i kvaliteta, po čemu smo prepoznati u svetu. Na osnovu sertifikovanja od strane Top Employers Institute za najboljeg poslodavca, Lidl je nosilac sertifikata „Top Employer Serbia“ i „Top Employer Europe” već četvrtu godinu zaredom. Dodatno, u nezavisnim istraživanjima, potrošači u Srbiji su Lidl odabrali kao „Izabranu prodavnicu godine“, pečat koji dodeljuje organizacija „Izabran proizvod godine“, dok je na osnovu reprezentativnog uzorka Lidl u sklopu kampanje „Najbolje u Srbiji“ proglašen za „Miljenika potrošača“.

**Kontakt za medije:**

Dragana Milačak, RED Communication, Email: [dragana.milacak@redc.rs](mailto:dragana.milacak@redc.rs) , Mob: +381 64 875 2671

Teodora Ivanović, RED Communication, Email: [teodora.ivanovic@redc.rs](mailto:teodora.ivanovic@redc.rs), Mob: +381 62 109 7896

[press@lidl.rs](mailto:press@lidl.rs)

[www.lidl.rs](https://www.lidl.rs/)

[Media centar LINK](https://www.lidl.rs/sr/Press-883.htm)

[Instagram Lidl Srbija](https://www.instagram.com/lidlsrbija/)