**LIDL BEZ MLEČNIH PROIZVODA KOJI SADRŽE PALMINO ULJE**

**Vlada Republike Srbije donela je Uredbu o dodatnim zahtevima za stavljanje na tržište proizvoda koji sadrže palmino ulje, palminu mast, odnosno druga biljna ulja i masti, čija primena počinje danas, 1. avgusta, a koja će regulisati pakovanje, deklarisanje, reklamiranje i postupak njihovog označavanja. Kompanija Lidl Srbija obaveštava potrošače da nijedan proizvod iz njenog mlečnog asortimana, kao i pekarski proizvodi sa nadevom i pice koje sadrže mlečnu komponentu neće imati pomenute sastojke. Ovim Lidl još jednom pokazuje da su odgovorno poslovanje i transparentna komunikacija sa potrošačima i lokalnim zajednicama među njenim ključnim strateškim ciljevima.**

Mlečni i ostali pomenuti proizvodi koji sadrže palmino ili druga biljna ulje ne mogu se označavati, oglašavati ili vizuelno predstavljati kao da su u potpunosti od mleka, te moraju biti jasno obeleženi žutim trouglom u kome se nalazi crveni uzvičnik, koji za cilj ima omogućavanje potpune transparentnosti sastava potrošačima. Kompanija Lidl Srbija tim povodom ističe da u asortimanu kompanije od 1. avgusta neće biti ni jednog proizvoda koji u svom sastavu ima pomenute sastojke, te stoga u Lidlovom prodavnicama neće ni biti dodatnog obeležavanja.

„*Lidl Srbija u svojim prodavnicama nigde neće imati oznaku za ovakav mešoviti sastav proizvoda, što znači da potrošači mogu biti sigurni da naši proizvodi od mleka zaista i jesu 100 odsto mlečni. Osim kvaliteta i transparentnosti koju pružamo potrošačima, ovim još jednom pokazujemo da smo zaista tu da ponudimo najbolji odnos cene i kvaliteta, bez pribegavanja „alternativnim“ sastavima zarad osiguranja niže cene*“, kaže **Nikola Balaban**, izvršni direktor Nabavke u kompaniji Lidl Srbija.

**Održiva nabavka palminog ulja u Lidlu**

Iako izuzetno svestrano ulje, koje ima različita korisna svojstva u proizvodnji i očuvanju hrane, kao što su otpornost na oksidaciju, stabilnost na visokim temperaturama itd., ali i pozitivne efekte na opšte zdravlje pri adekvatnoj konzumaciji, palmino ulje je u Evropskoj uniji prepoznato kao rizična sirovina. Njegova proizvodnja vidi se kao jedan od glavnih pokretača krčenja šuma sa najvećom biološkom raznolikošću na svetu, uništavanja staništa već ugroženih vrsta, kao i postojanja praksi izrabljivanja radnika i dečjeg rada. S tim u vezi Lidl na globalnom nivou, kao deo odgovornih i održivih praksi doneo je i Izjavu o namerama o održivoj nabavci palminog ulja, a kao jedan od ciljeva kompanija je postavila i tendenciju da 100% palminog ulja koje koristi bude RSPO sertifikovano - Roundtable on Sustanable Palm Oil je standard za održive izvore nabavke palminog ulja.

Kompanija Lidl svim pomenutim merama dodatno potvrđuje da su transparentna komunikacija sa potrošačima i odgovoran pristup lancu snabdevanja strateški koraci koji na duže staze osiguravaju poverenje potrošača i ekološke prakse koje su pozitivne i za ljude i planetu. Dodatno, u skladu sa principima održivog razvoja, Lidl kontinuirano unapređuje svoj asortiman razvojem raznovrsnih biljnih proizvoda, koji mogu smanjiti opterećenje biokapaciteta planete.

**O Lidlu**

Kompanija Lidl, kao deo nemačke Švarc grupe (Schwarz Gruppe), jedan je od vodećih prehrambenih trgovinskih lanaca u Nemačkoj i Evropi. Posluje sa oko 12.600 prodavnica, kao i sa više od 230 distributivnih i logističkih centara u 31 zemlji, ukupno brojeći više od 382.400 zaposlenih. Jednostavnost i usmerenost na procese određuju svakodnevne aktivnosti u prodavnicama, regionalnim distributivnim centrima i nacionalnoj centrali Lidla. Istovremeno, Lidl kroz svoje aktivnosti preuzima odgovornost za ljude, društvo i planetu. Za Lidl, održivost znači svaki dan iznova ispunjavati svoje obećanje o kvalitetu. Učinak, poštovanje, poverenje, čvrsto na zemlji i pripadnost Lidlove su korporativne vrednosti koje su srce korporativne kulture i oblikuju svakodnevno poslovanje čineći osnovu uspeha. Kompanija Lidl je u 2024. fiskalnoj godini ostvarila prodaju od 132,1 milijarde evra, vrednujući najbolji odnos cene i kvaliteta za svoje potrošače, dok su ostale kompanije u sastavu Švarc grupe zabeležile ukupni prihod od 175,4 milijarde evra u istom periodu.

Lidl je u Srbiji svoje prve prodavnice otvorio u oktobru 2018. godine i trenutno ima 79 prodavnica u 46 gradova širom zemlje. Ima dugoročne planove sa ciljem da potrošačima širom Srbije ponudi jedinstveno iskustvo kupovine i najbolji odnos cene i kvaliteta, po čemu je prepoznat u svetu. Na osnovu sertifikovanja od strane Top Employers Institute za najboljeg poslodavca, Lidl je nosilac sertifikata „Top Employer Serbia“ petu godinu zaredom i „Top Employer Europe” osmu 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 Filipović, RED Communication, Email: [teodora.filipovic@redc.rs](mailto:teodora.filipovic@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/)