**„PRUŽAM TI ŠAPU“ – LIDL DONIRAO TONU HRANE NAPUŠTENIM ŽIVOTINJAMA**

**U susret Međunarodnom danu napuštenih životinja, koji se obeležava svake treće subote u avgustu, kompanija Lidl je donirala tonu hrane i grickalica za mačke udruženju za spasavanje životinja Animal Rescue Serbia (ARS). Pored toga, s ciljem podizanja svesti o udomljavanju, zajedno sa ARS-om, organizovala je druženje javnih ličnosti sa macama u prihvatilištu kroz kampanju „Pružam ti šapu“.**

Tokom posete centru, osim druženja, hranjenja i maženja sa macama, učesnici i predstavnici Lidla imali su priliku da naprave hranilice i pojilice za napuštene životinje uz pomoć iskusnijih volontera, ali i da od njih saznaju sa kakvim se izazovima svakodnevno susreću kako napuštene životinje, tako i oni koji im pružaju pomoć. U Srbiji ne postoji jedinstveni registar, te nije poznat tačan broj lutalica, ali se procenjuje da na ulicama naše zemlje živi više od 800.000 napuštenih životinja, od čega više od pola miliona čine mačke.

***„Verujemo da odgovornost prema zajednici uključuje i one koji nas ne mogu zamoliti za pomoć, ali je i te kako zaslužuju. Ova kampanja je naš način da podržimo i četvoronožne prijatelje, ali i one koji im svakodnevno pružaju drugu šansu***“, izjavila je **Aleksandra Mirić ispred CSR odeljenja kompanije Lidl Srbija.**

Kao centar za privremeno zbrinjavanje brojnih životinja u blizini Beograda, neprofitna organizacija ARS proteklih devet godina okuplja dobrovoljce sa značajnom misijom – pružanje pomoći životinjama u nevolji i njihovo zbrinjavanje do oporavka ili trajnog udomljavanja. Sa željom da im obezbedi toplo utočište na duži period, volonteri ovog udruženja nastoje da, iz godine u godinu, edukuju što veći broj građana o važnosti udomljavanja životinja, kao i o pravilnom ophođenju prema njima, i to kroz različite kampanje, projekte i saradnje.

Od početka svog rada do danas, organizacija ARS bila je oslonac za više od 5.000 životinja, dok se danas u prihvatilištu nalazi oko 150 njih koje se oporavljaju i čekaju novi dom – trenutno imaju 91 macu, 60 ptica i 2 kunića. Pomenuta poseta njihov dan učinila je lepšim, jer su mace istraživale nove mirise, mazile se sa učesnicima i uživale u obilju pažnje koju zaslužuju.

*„Udomljavanje i briga o napuštenim životinjama odgovornost je cele zajednice. Bilo da je reč o udomljavanju, volontiranju ili nekom drugom vidu podrške, svaka akcija doprinosi stvaranju boljih uslova za život ovih životinja. Ovakvi događaji pružaju mogućnost da zajednički ostvarimo vidljiv i značajan uticaj“,* izjavila je **Sanja Radosavljević ispred organizacije Animal Rescue Serbia.**

Principi društvene odgovornosti, kojima se Lidl vodi u svakom segmentu svog poslovanja, za kompaniju podrazumevaju i brigu o onima koji su ugroženi, ali nas rečima ne mogu zamoliti za pomoć. Smatrajući da svaka napuštena šapa sutra može biti omiljeni kućni ljubimac i najverniji prijatelj, Lidl će i u narednim godinama nastaviti da podržava one koji se bore za njihovo lepše sutra.

**O Lidlu**

Kompanija Lidl, kao deo nemačke Švarc grupe (Schwarz Gruppe), jedan je od vodećih prehrambenih trgovinskih lanaca u Nemačkoj i Evropi. Sa oko 12.600 prodavnica i više od 230 distributivnih i logističkih centara u 31 zemlji, broji ukupno više od 382.400 zaposlenih širom sveta. 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 80 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/)