**LIDL: KNJIGA ZA DECU O OSVEŠĆENOJ ISHRANI "PLANETA SPELTA" OD DANAS U PRODAJI**

**Kompanija Lidl Srbija, u saradnji sa izdavačkom kućom JRJ, objavila je edukativnu knjigu za decu pod nazivom „Planeta Spelta“. Kao deo strateške posvećenosti kompanije društveno odgovornom poslovanju i konceptu osvešćene ishrane, Lidl je uz podršku partnera, kroz kreativne ilustracije i lako razumljive pojmove, najmlađima približio način ishrane koja "čuva zdravlje" ljudi i planete. Čak 2.700 primeraka knjige Lidl će donirati vrtićima širom Srbije i na taj način edukovati mališane o benefitima zdravije i održivije ishrane, dok je "Planeta Spelta" od danas dostupna i u prodaji u svim Lidl prodavnicama.**

U cilju pružanja podrške roditeljima u misiji formiranja što zdravijih navika mališana već u ranom detinjstvu, kroz galaktičke avanture glavnog junaka Zigija, koji dolazi sa imaginarne planete Spelte, knjiga edukuje decu o važnosti izbalansirane ishrane, kao i uticaju njihovih svakodnevnih obroka na čitavu planetu i njene stanovnike. Dečak Zigi, prilikom posete Zemlji, shvata koliko neobične navike imaju njeni stanovnici – kupuju previše hrane i bacaju je, unose previše šećera i soli, meso je podrazumevana namirnica u svakom obroku, dok celo zrno žitarica konzumiraju veoma retko. Zato tokom svog putovanja, Zigi upoznaje decu širom sveta i uči ih kako male promene u ishrani mogu dati veliki doprinos na globalnom nivou.

„*Znamo da deca najbolje uče kroz priču, slike i igru - upravo zato smo stvorili ’Planetu Speltu’, kako bismo, kroz maštovitu priču i ilustracije, mališanima pokazali da upravo oni mogu biti ti super junaci, koji svojim osvešćenim navikama imaju moć da unaprede svoje zdravlje, ali i "sačuvaju" planetu*“, izjavila je **Marija Kojčić, rukovodilac odeljenja Corporate Affairs kompanije Lidl Srbija.**

Polazeći od uverenja da je usvajanje zdravih prehrambenih navika važno od najranijeg detinjstva, a imajući u vidu da roditelji neretko nailaze na izazove u nastojanju da deci približe njihov značaj, kompanija Lidl prepoznala je svoju ulogu i odlučila da bude pouzdan i dugoročan partner porodicama u ovoj važnoj misiji. U svim Lidl prodavnicama širom Srbije, knjiga „Planeta Spelta“ u prodaji je od danas po ceni od samo 399,99 dinara, a preporučuje se za decu uzrasta od četiri i više godina.

Dodatno, kompanija Lidl Srbija će deo tiraža knjige donirati vrtićima širom Srbije, sa ciljem da knjigu učini lako dostupnom velikom broju dece. Čak 2.700 knjiga biće podeljeno u više od 340 vrtića, kako bi mališani na zabavan i afirmativan način sticali zdravije navike i tako i sami bili deo promena koje čuvaju našu budućnost.

**Šta je osvešćena ishrana?**

Lidlova osvešćena ishrana, kao jedan od stubova održivog poslovanja kompanije, zasniva se na „planetarno zdravoj dijeti“, naučno zasnovanom konceptu, koji je razvila EAT Lancet Komisija. Takva ishrana fokusira se kako na individualno, tako i na zdravlje planete, podrazumevajući pretežno biljnu ishranu, ali i očuvanje resursa kako bi bilo moguće prehraniti globalnu populaciju od 10 milijardi ljudi, koja se očekuje do 2050. godine. Više informacija o ovoj temi možete pronaći na [sajtu kompanije](https://kompanija.lidl.rs/odrzivost-u-lidlu/inicijative-i-projekti/osvescena-ishrana-2.0).

**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://kompanija.lidl.rs/press-centar)

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