**DIGITALNI RAČUN U SLUŽBI PRIRODE: LIDL POTROŠAČIMA DAJE MOGUĆNOST KUPOVINE BEZ ŠTAMPANJA RAČUNA**

**Lidl Srbija uvodi mogućnost preuzimanja digitalnog računa za sve korisnike Lidl Plus programa lojalnosti, kao deo kontinuiranih napora da kupovinu učini praktičnijom, a poslovanje održivijim. Od sada, potrošači mogu da izaberu da li će dobiti tradicionalni papirni ili potpuno digitalni račun, čime im se pruža prilika da aktivno doprinesu očuvanju životne sredine.**

Odabirom mogućnosti „Ne štampaj moj račun“ u Lidl Plus aplikaciji, potrošači na kasi neće dobiti papirni račun, već im se račun automatski čuva u digitalnom formatu unutar aplikacije. Ova inicijativa predstavlja važan korak u strategiji društveno odgovornog poslovanja, sa ciljem direktnog očuvanja prirodnih resursa i modernizacije iskustva kupovine.

*„Kao društveno odgovorna kompanija, razvoj novih rešenja za kupce planiramo uz jednaku pažnju prema njihovoj praktičnosti i uticaju na životnu sredinu. Naši papirni računi su već izrađeni od FSC sertifikovanog, reciklabilnog papira, ali smo odlučili da odemo korak dalje. Želimo da ponudimo izbor onima koji, poput nas, veruju da tehnologija može biti u službi prirode“*, istakla je***Aleksandra Mirić, ispred CSR odeljenja kompanije Lidl Srbija.***

Na štampanje fiskalnih računa na nivou godine, samo u Lidlu, potroši se materijal, tj. papir za čiju je izradu potrebno oko 136 stabala. To je čitav jedan park koji nestane, a koji često završi zaboravljen u džepovima ili kantama za smeće.

Lidl poziva svoje potrošače da budu deo rešenja jer ukoliko bi svaki drugi korisnik Lidl Plus aplikacije odabrao digitalni umesto papirnog računa, svake godine bi se sačuvalo 68 stabala.

**Šta digitalni račun znači za potrošače?**

Prelazak na digitalno preuzimanje računa donosi višestruke benefite - račun postaje trajno dostupan potrošačima i „neuništiv“, on se ne može zagubiti i, za razliku od papirnog, nikada ne bledi, što ga čini pouzdanim dokazom kupovine i punopravnom i dostojnom zamenom. Pored toga, potrošači na ovaj način dobijaju potpun i trenutan uvid u svoje troškove, jer svojoj istoriji kupovina mogu pristupiti u bilo kom trenutku putem mobilnog telefona. Kompanija Lidl ističe i da odabir digitalnog računa ni na koji način ne umanjuje prava kupaca. Uz e-račun je, kao i do sada, moguće ostvariti povraćaj sredstava ili reklamaciju proizvoda, uz punu pravnu važnost dokumenta.

**Kako aktivirati „Ne štampaj moj račun"**

Aktivacija ove mogućnosti je jednostavna - u okviru Lidl Plus aplikacije, u delu Lidl Plus kartice gde se nalazi QR kod korisnika, aktivira se opcija „Ne štampaj moj račun“, čime potrošač bira da dobije samo digitalni račun nakon obavljene kupovine. Prilikom sledeće kupovine, nakon skeniranja aplikacije na kasi, papirni račun se neće štampati, već će se automatski pojaviti u digitalnom formatu.

Lidl Plus je aplikacija koja Lidl potrošačima omogućava da budu deo digitalnog programa lojalnosti i tako ostvare personalizovane popuste i lakše upravljanje kupovinom putem mobilne aplikacije. Umesto klasičnih plastičnih kartica, sve pogodnosti se nalaze unutar pametnog telefona: digitalni kuponi koji se aktiviraju pre kupovine, Kupon Plus (program nagrađivanja na osnovu nivoa potrošnje), virtuelne Grebalice, digitalni računi za lakšu evidenciju, nedeljni flajeri, ekskluzivni popusti kod partnera (gorivo, tehnika, osiguranje), kao i učešće u nagradnim igrama.

**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 84 prodavnice u 49 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.

**Kontakt za medije:**

Tamara Ivankovic, Represent, Email: [tamara.ivankovic@represent.rs](mailto:tamara.ivankovic@represent.rs); Mob: +381 63 384 047

Tijana Đorđević, Represent, Email: [tijana.djordjevic@represent.rs](mailto:tijana.djordjevic@represent.rs); Mob: +381 64 94 88 833

Jasmina Stakić, Represent, Email: [jasmina.stakic@represent.rs](mailto:jasmina.stakic@represent.rs); Mob: +381 69 2980 839

[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/)