

Izveštaj o održivom poslovanju

2023/2024

Lidl Srbija KD







SADRŽAJ

	Uvodna reč generalnog direktora
	Pregled postignuća
	O kompaniji
	Lidl Srbija
	Naše vrednosti
	Širenje poslovne mreže
	Naši ljudi
	Održivost u Lidlu
	Upravljanje
	Posvećenost eksternim inicijativama
	Naše zainteresovane strane
	Procena materijalnosti
Dobro za planetu	Zaštita klime
	1,5 stepeni
	Očuvanje resursa
	Sveža voda
	Sirovine
Dobro za ljude	Cirkularna ekonomija
	Otpad od hrane
	Fer poslovanje
	Rad i ljudska prava
	Fer naknade
	Promocija zdravlja
	Osvešćena ishrana
	Bezbednost i zdravlje na radu
	Učešće u dijalogu
	Osnaživanje
	Odgovorni proizvodi
	GRI index

*Odabrani CSR pokazatelji prikazani u ovom izveštaju prethodno su prošli nezavisnu proveru sa ograničenim uveravanjem, u kontekstu zajednički izrađenog izveštaja kompanija Švarc Grupe. Detaljnije informacije o pokazateljima koji su prošli proces revizije, kao i dodatna objašnjenja mogu se pronaći u Izveštaju o održivosti koji su zajednički izradile kompanije Švarc Grupe: <https://gruppe.schwarz/en/how-we-act#Sustainability%20Report>



Poštovani partneri, kolege i prijatelji,

Sa izuzetnim zadovoljstvom i ponosom pozivam vas da pročitate treći Izveštaj o održivosti kompanije Lidl Srbija, koji obuhvata 2023. i 2024. poslovnu godinu.

Cilj svih kompanija Lidl grupe je da svakodnevno potrošačima ponude najbolji odnos cene i kvaliteta za svoje proizvode i asortiman, delujući u isto vreme u skladu sa postulatima održivosti na svim nivoima. I u Lidlu Srbija usredsređeni smo na postizanje ovog cilja, zajedno sa našim partnerima i dobavljačima.

U protekle dve godine napravili smo značajne korake ka našim dugoročnim ciljevima. Jedan od naših najznačajnijih uticaja, i samim tim jedna od oblasti kojoj smo izuzetno posvećeni, jeste zaštita klime. U okviru klimatskih ciljeva koje su zajednički usaglasile kompanije Švarc grupe čiji smo deo, obavezali smo se na smanjenje svih generisanih emisija do neto nultog nivoa, do 2050. godine.

Na putu ka ispunjenju tog cilja, od poslovne 2022. godine sve prodavnice Lidl Srbija koriste električnu energiju iz obnovljivih izvora, dok smo u toku poslovne 2024. godine

započeli sa proizvodnjom električne energije za sopstvenu potrošnju, u našoj solarnoj elektrani u Logističkom Centru Lapovo. Takođe, tokom 2024. godine izgradili smo još četiri solarne elektrane na krovnim površinama naših prodavnica, čije puštanje u rad očekujemo u narednom periodu.

S obzirom da značajan deo naših uticaja potiče iz uzgoja sirovina i njihove prerade za naše proizvode, naš lanac nabavke usklađujemo sa principima odgovorne i održive proizvodnje. Sarađujemo sa dobavljačima koji koriste održive sirovine i podstičemo ih da sertifikuju svoje procese u skladu sa međunarodno priznatim sertifikatima, poput Rainforest Alliance Certified, Fairtrade i Roundtable on Sustainable Palm Oil. Uz to, širimo i naš asortiman biljnih proizvoda, u skladu sa Planetarno zdravom dijetom, sa ciljem da do 2030. povećamo njihovu prodaju za 20% na nivou Lidl grupe.

“

...tokom 2024. godine izgradili smo još četiri solarne elektrane na krovnim površinama naših prodavnica, čije puštanje u rad očekujemo u narednom periodu.

U naše inicijative usmerene ka zaštiti životne sredine uključujemo i širu zajednicu. Kroz projekat “Čisto iz ljubavi” koju tradicionalno sprovodimo od 2020. godine, do sada smo okupili više od 4.000 volontera širom Srbije, i zajedničkim trudom uklonili više od 100 tona otpada iz prirode. U saradnji sa brojnim lokalnim organ- zacijama, samo u 2024. godini širom Srbije sproveli smo ukupno 28 akcija čišćenja.

Sve ovo postignuto je isključivo zahvaljujući posvećenosti naših zaposlenih. Stoga je naš prioritet da razvijamo radno okruženje u kome se garantuju poštovanje, razvoj i dobrobit svakog člana tima. Lidl Srbija ponosni je nosilac sertifikata „Poslodavac partner“ i „Top Employer“, koji potvrđuju najviši kvalitet HR procesa na svim nivoima u organizaciji.

Ponosni smo i na naše programe osnaživanja u zajednici, koji se oslanjaju na širenje standarda i deljenje resursa kojima Lidl Srbija raspolaže.

Treću godinu zaredom nastavili smo rad na projektu „Hoćeš da menjamo mesta? Pomeri se s mesta“, koji je nastao u saradnji sa Nacionalnom organizacijom osoba sa invaliditetom Srbije, sa ciljem da edukujemo javnost o pravima i potrebama osoba sa invaliditetom. Takođe smo, u dva ciklusa, realizovali konkurs „Snažne. Hrabre. Važne“, čiji je cilj podrška ženskom preduzetništvu u Srbiji, odnosno osnaživanje preduzetnica kroz edukaciju i uključivanje njihovih proizvoda u Lidlovu akcijsku ponudu.

O svim navedenim, ali i brojnim drugim sprovedenim inicijativama, više detalja pronaći ćete na stranicama koje slede. Pozivam vas da se upoznate sa našim planovima, ciljevima i postignućima, kao i da ovaj izveštaj posmatrate kao otvoreni poziv na dijalog, u daljem nastojanju da zajedno gradimo održiviju budućnost.

Srdačno,
Dragan Čigoja - Generalni direktor,
Lidl Srbija KD



Pregled postignuća

Zaštita klime

Solarna elektrana sa instaliranom snagom od

999 kWp

u Logističkom Centru Lapovo puštena u rad u **junu 2024.**

4

Solarne elektrane

postavljene na krovnim površinama naših prodavnica

Prelaskom na upotrebu električne energije dobijene iz obnovljivih izvora 2021. godine,

CO2 emisije Opsega 2 smanjene sa

20.417,12 tCO₂e (2019.)

na **37,64 tCO₂e** (2024.)

Više od

80%

prodavnica sertifikovano **EDGE** sertifikatom zelene gradnje

Očuvanje resursa

Udeo sirovina poreklom iz održivih izvora u asortimanima proizvoda privatne robne marke:

-Kafa:

97,06%

-Kakao:

98,56%

-Palmino ulje:

94,77%

Optimizacijom ambalaže flaširane vode privatne robne marke Saguaro **procenjena smanjena upotreba plastike za do 275t na godišnjem nivou.**

Tokom pet godina sprovođenja projekta **“Čisto iz ljubavi”**, više od

4.000

volontera širom Srbije uklonilo je više

od **100** tona otpada iz prirode

Udeo **pozitivnog zbrinjavanja otpada** iznosi

91%

Fer poslovanje

Lidl Srbija je već pet godina unazad **nosilac prestižnog sertifikata**

TopEmployer

Zaključno sa krajem poslovne 2024. godine svi **dobavljači voća i povrća** sertifikovani su prema **GlobalG.A.P. GRASP standard**

26

preduzetnica osnaženo kroz program

“Snažne. Hrabre. Važne”

Promocija zdravlja

Zaključno sa 2024. godinom, sadržaj soli u asortimanu proizvoda naše robne marke smanjen je za

22,90%

a sadržaj šećera za

21,28%

Učešće u dijalogu

100%

zaposlenih prošlo kroz Talent Management proces procene učinka

Odgovorni proizvodi

Udeo nacionalnih proizvoda u asortimanu na kraju poslovne 2024. godine iznosio je

28,30%

što je uvećanje od

30%

u odnosu na prethodnu poslovnu godinu.



O kompaniji

Lidl Srbija

Lidl Srbija KD, sa sedištem u Novoj Pazovi, je posredno zavisno društvo Lidl Stiftung & Co. KG.

U Srbiji, Lidl ima 77 prodavnica i dva distributivna i logistička centra, i zapošljava oko 3.100 ljudi.

U Lidlu u Srbiji kupci uživaju u sveobuhvatnom i visokokvalitetnom stalnom asortimanu koji obuhvata oko 3.100 pojedinačnih artikala za njihove svakodnevne potrebe. Pored hrane, nudimo i neprehrambene proizvode, kao što su kozmetika, odeća i mali električni uređaji. Proizvodi brenda Lidl čine 88% ukupnog asortimana. Artikli drugih brendova čine 12%. Asortiman obuhvata više od 700 domaćih proizvoda, 180 organskih i 300 „Fairtrade“ sertifikovanih proizvoda, u stalnom asortimanu i tematskim ponudama.

Kao diskontni lanac, Lidl pridaje važnost jednostavnosti i primeni pristupa zasnovanom na procesu u svim svojim prodavnicama, regionalnim i nacionalnim kompanijama. To znači da je Lidl u mogućnosti da svojim kupcima svaki dan ponudi najbolji odnos cene i kvaliteta.

84,25%

udeo Lidlovih brendova u asortimanu

15,75%

udeo drugih brendova u asortimanu

77

prodavnica

3.100

zaposlenih

180

organskih proizvoda

300

„Fairtrade“ sertifikovanih proizvoda

Lidl Stiftung & Co. KG

Maloprodajni lanac Lidl, sa sedištem u Nekarsulmu, deo je Švarc grupe i jedan je od vodećih maloprodajnih lanaca prehrambenih proizvoda u Nemačkoj i Evropi. Lidl trenutno posluje sa oko 12.600 prodavnica i više od 230 distributivnih i logističkih centara u 31 zemlji. Pored toga, Lidl ima zaposlene i u Aziji. Ukupno, Lidl zapošljava više od 382.400 zaposlenih.

Lidl Stiftung & Co. KG, sa sedištem u Nekarsulmu, Nemačka, u saradnji sa nacionalnim kompanijama definiše okvir za operativno poslovanje. Kao pružalac sistemskog okvira, odgovorna je za osmišljavanje i dizajn standardizovanih procesa širom sveta.





O kompanijama Švarc grupe

Kompanija Lidl, kao deo nemačke Švarc grupe (Schwarz Gruppe), predstavlja jednog od vodećih prehrambenih trgovinskih lanaca u Nemačkoj i Evropi.

Kompanije Švarc grupe, koje posluju u **32 zemlje**, zajedno čine jednu od vodećih maloprodajnih grupa na svetu. Sa oko **14.200 prodavnica** i **595.000 zaposlenih**, kompanije Švarc grupe ostvarile su ukupni promet od **175,4 milijarde evra** na kraju fiskalne **2024. godine**. Kao jedna od retkih maloprodajnih grupa, Švarc grupa pokriva čitav lanac vrednosti — od proizvodnje i maloprodaje do reciklaže i digitalizacije.

Maloprodajni lanci Lidl i Kaufland predstavljaju stubove Grupe u oblasti trgovine prehrambenim proizvodima. Mnogi proizvodi privatnih robnih marki na policama Lidla i Kauflanda, u rasponu od sladoleda do pića, proizvode se u okviru kompanija Schwarz Produktion.

Poseban akcenat stavlja se na upotrebu održivih sirovina, kao i na proizvodnju, upotrebu i reciklažu ekološki prihvatljive ambalaže.

Pružalac usluga u oblasti zaštite životne sredine PreZero sledi viziju zatvorenog kruga reciklaže u upravljanju otpadom i reciklaži, čime doprinosi čistijoj budućnosti. Schwarz Digits, kao IT i digitalna divizija, nudi atraktivne proizvode i usluge koji su u skladu sa strogim nemačkim standardima zaštite podataka. Schwarz Corporate Solutions, korporativna servisna divizija grupe, pruža administrativne i operativne usluge, na primer u oblastima kontrolinga, finansija ili ljudskih resursa, svim ostalim kompanijama Švarc grupe.

Pregled kompanija Švarc grupe

MALOPRODAJA Maloprodajni lanci Lidl i Kaufland svojim kupcima svakodnevno nude širok spektar proizvoda u oko 32 zemlje. Obe kompanije su kontinuirano posvećene širokom spektru mera u celom lancu vrednosti, kao što su zaštita klime, očuvanje biodiverziteta i očuvanje resursa.



PROIZVODNJA Švarc proizvodnja proizvodi visokokvalitetne proizvode privatne robne marke, pića, čokolade, suvog voća, peciva, sladoleda i proizvoda od kafe za Lidl i Kaufland. Tri fabrike za plastiku i reciklažu takođe su deo jedinstvenog ciklusa materijala u kome su tela PET boca napravljena od 100 odsto recikliranog materijala.



OBRADA/RECIKLAŽA PreZero ekološka jedinica je aktivna u upravljanju otpadom i reciklažom. Njene usluge uključuju sakupljanje, sortiranje, preradu i reciklažu materijala za višekratnu upotrebu. Uz inovativna rešenja – resursi se čuvaju, a količina nereciklabilnog otpada svedena je na nulu.



ŠVARC USLUŽNA DRUŠTVA Švarc uslužna društva podržavaju Lidl, Kaufland, Švarc proizvodnju i PreZero nudeći različite administrativne i operativne usluge – u oblastima kao što su kontrola, finansije, ljudski resursi ili nabavka.

Poslovni model

Kompanije Lidl grupe posluju širom sveta sa odabranim brojem proizvoda u asortimanu koji se sastoji od prehrambenih i neprehrambenih artikala.

Sastav asortimana razvija se prema zahtevima potrošača u svakoj zemlji, nudeći najbolji odnos cene i kvaliteta. Pri tome, zajednički cilj svih kompanija Lidl grupe je da svakodnevno ispunjavaju obećanje u vezi sa kvalitetom i u isto vreme na svim nivoima deluju održivo. Kompanije Lidl grupe primenjuju međunarodno standardizovane koncepte, ali ih prilagođavaju uslovima specifičnim za svaku zemlju.

Jednostavan poslovni model je ključ našeg uspeha. Usredsređeni smo na postavljanje dobrih osnova. Efikasni procesi i pouzdana saradnja sa našim partnerima omogućavaju nam da obezbedimo najbolji odnos cene i kvaliteta kroz pažljivo odabran asortiman. Potrošači mogu da budu sigurni da naši proizvodi uvek ispunjavaju poznate Lidlove kriterijume kvaliteta i svežine. Naši zaposleni su posvećeni da kupcima svaki dan obezbede što jednostavnije iskustvo kupovine.

Pored toga što je kupovina u Lidl Srbija jednostavna, naš odnos prema zaposlenima i dobavljačima karakteriše transparentnost. Ključ uspeha našeg poslovanja krije se u standardizovanom sistemu prodavnica i velikoj brizi o procesima – ali uvek sa fokusom na odgovorno postupanje prema zaposlenima, kupcima, partnerima i okruženju.

Kao maloprodajna kompanija, Lidl Srbija deluje na spoju između proizvođača i potrošača. Naša uloga uključuje direktne i indirektne odnose sa širokim spektrom potrošača i dobavljača u raznim lancima snabdevanja. Naša aktivnost stvaranja vrednosti u lancu snabdevanja obuhvata uzgoj i žetvu primarnih poljoprivrednih proizvoda, kao i saradnju sa stočarskim i ribarskim kompanijama. Lanac vrednosti se proteže od prerade sirovina do transporta robe do logističkih centara i prodavnica. Naše gotove proizvode nudimo kupcima, koji su ključna grupa stejkholdera, a oni su u fokusu naših aktivnosti.

Sve kompanije Švarc grupe dele zajednički razrađenu strategiju i viziju održivosti. Pod okriljem ove strategije one zajedno sprovode različite aktivnosti u četiri ključne oblasti: ljudi, kvalitet proizvoda, cirkularni sistemi i ekosistemi.

Naše vrednosti

Korporativne vrednosti srž su naše kompanije i jedan od razloga našeg uspešnog poslovanja.

One su zajednički imenilac za osobine koje neguju naši zaposleni i naša kompanija, kao i za način na koji donosimo poslovne odluke, a to su:

◆ Učinak

Rastemo zajedno i prevazilazimo sopstvene granice

Naši ciljevi su ambiciozni, a pristup proaktivan – izazove pretvaramo u prilike.

◆ Poštovanje

Stavljamo čoveka u fokus

Gradimo kulturu međusobnog uvažavanja, otvorenog dijaloga i jednakih šansi za sve.

◆ Poverenje

Verujemo jedni drugima i jedni u druge

Komuniciramo iskreno, držimo se dogovora i učimo iz grešaka.

◆ Čvrsto na zemlji

Sanjamo velike snove, ali ostajemo realni

Biramo jednostavnost, gradimo kredibilitet i konstruktivno se odnosimo prema sopstvenim snagama i slabostima.

◆ Pripadnost

Jedno „MI“ je jače od mnogih „JA“

Radimo zajedno, podržavamo se i gradimo dugoročne odnose zasnovane na zajedničkom uspehu.

Širenje poslovne mreže

Na domaćem tržištu smo od oktobra 2018. godine, kada smo otvorili vrata prvih 16 prodavnica u 12 gradova Srbije, a nakon toga nastavili sa stalnim širenjem poslovne mreže.

Na kraju poslovne 2024. godine Lidl Srbija imala je ukupno 77 prodavnica u 44 grada, od kojih je u 2023. godini otvoreno 5, a u 2024. godini 7 prodavnica.

Pored toga što omogućava veću dostupnost kupcima i stvaranje novih radnih mesta u lokalnim sredinama, otvaranje novih prodavnica, kroz procese projektovanja i izgradnje, ima i značajne uticaje na životnu sredinu. Širenje poslovanja uz praksu da Lidl prvenstveno kupuje zemlju i sâm gradi svoje prodavnice dodatno potvrđuje uticaj koji kompanija kroz gradnju ima na životnu sredinu i lokalne zajednice u celini.

Prodavnice kompanije Lidl Srbija građene su po najnovijim standardima održivosti i zadaju tržišni standard drugim akterima. Uz to, u saradnji sa lokalnim zainteresovanim stranama, Lidl Srbija ulaže i u lokalnu infrastrukturu u blizini objekata koje gradi, poput zelenih i pešačkih površina, urbanog mobilijara i dečjih igrališta. Tako je prilikom gradnje nove prodavnice u Nišu koja je otvorena u novembru 2024. godine, kompanija učestvovala i u realizaciji infrastrukturnih projekata grada, te je izgradila i pristupnu saobraćajnicu za ovu prodavnicu, dok je prilikom gradnje prodavnice na Zlatiboru 2023. uređena javna zelena površina u blizini objekta.

Naši ljudi

Kako Lidl Srbija pokreću ljudi, važno nam je da svi zaposleni u Lidlu Srbija budu zadovoljni i da rade u uslovima u kojima mogu da ostvare svoj pun potencijal.

Stoga smo dobrobit naših zaposlenih stavili na prvo mesto i njoj posvetili ne samo veliki broj projekata već i celo jedno odeljenje u Sektoru ljudskih resursa – Korporativna kultura.

Prava zaposlenih zaštićena su Zakonom o radu, Pravilnikom o radu i Ugovorom o radu. Prioriteti su nam stvaranje srdačne radne atmosfere, posvećeno i temeljno uvođenje u posao, počevši od prvog radnog dana, i razvoj zaposlenih prema njihovim ličnim ambicijama i sposobnostima.

Na kraju poslovne 2024. godine Lidl Srbija je zapošljavao više od 3.100 ljudi širom Srbije.

Kompanija Lidl Srbija je već pet godina unazad nosilac prestižnog sertifikata „**Top Employer**“, koje dodeljuje „Top Employers Institute“, vrednujući jasno definisane procese upravljanja ljudskim resursima koji utiču na izgradnju korektnog odnosa, kao i benefita koje kompanije pružaju svojim zaposlenima. Istovremeno, Lidl je na internacionalnom nivou dobitnik ovog sertifikata već osmi put.

„**Top Employers Institute**“ sertifikuje kompanije na osnovu analize procesa i praksi u oblasti upravljanja ljudskim resursima, koja obuhvata šest ključnih dimenzija: strategija sa fokusom na ljude, radno okruženje, zapošljavanje, razvoj zaposlenih, raznolikost i inkluzija, kao i zadovoljstvo poslom. Kompanija Lidl se posebno ističe u sferama zapošljavanja, korporativnog upravljanja i razvoja zaposlenih.

Poziciju jednog od najboljih poslodavca u Srbiji Lidl Srbija opravdava konstantnom brigom i uslovima koje zaposleni imaju u ovoj kompaniji. Lidl Srbija je kompanija koja posluje po precizno definisanim HR procesima i procedurama, kroz koje pokazuje svoju profesionalnost i posvećenost zaposlenima. Samo neki od benefita po kojima se Lidl Srbija ističe kao jedan od najpoželjnijih poslodavaca u Srbiji i regionu jesu privatno zdravstveno osiguranje za sve zaposlene i njihove porodice, isplata svakog minuta prekovremenog rada, obezbeđeni uslovi za kontinuirano usavršavanje zaposlenih, kao i mogućnost rada od kuće za radna mesta na kojima je to moguće.

Detaljnije informacije o posvećenosti Lidla Srbija zaposlenima možete pročitati u poglavlju Fer poslovanje.



Održivost u Lidl

Prateći i procenjujući naše uticaje na društvo i životnu sredinu, kao i povezane rizike i prilike, bavimo se ne samo aktuelnim temama, već i onima koje nas čekaju u budućnosti na svim poljima na kojima naše delovanje utiče na ljude i prirodu.

Naši napor obuhvataju ceo lanac vrednosti. Tako Lidl činimo spremnim za budućnost: naša vizija je pružanje održivog asortimana proizvoda po najboljoj ceni, a budućnost koja je u skladu sa životnom sredinom stavlja ljude u središte našeg poslovanja i doprinosi održivoj potrošnji.

Upravljanje

Naša organizaciona struktura osigurava usklađeno, efikasno i transparentno upravljanje kompanijom.

Najviše upravno telo odgovorno za vođenje poslovanja je Uprava kompanije Lidl Srbija, kao ključni organ za donošenje odluka. Svi članovi Uprave imaju mogućnost da predlože i argumentuju bilo koju temu u vezi sa uticajem Lidla Srbija na ekonomiju, životnu sredinu i društvo.

Uprava se sastoji od izvršnih direktora i direktora direkcija, a konačno donošenje odluka je odgovornost predsednika Uprave. Svi članovi Uprave poseduju bogato eksterno i interno stečeno znanje i iskustvo u oblastima koje predstavljaju u Upravi. Nema ograničenja u vezi sa trajanjem pozicije člana Uprave, niti su članovi zauzeti drugim pozicijama unutar kompanije. U izveštajnom periodu 2023/24. godina Upravu kompanije Lidl Srbija činila su 4 člana – jedna žena i tri muškarca.

U Lidl Srbija postoje dva tipa imenovanja – unutrašnje, putem unapređenja unutar kompanije, i spoljašnje, putem zapošljavanja, a oba zahtevaju odluku izvršnih direktora Lidla Stiftung i članova Nacionalnog odbora. Odabrani kandidati moraju proći programe razvoja za izvršne članove i predsednike Uprave u određenom vremenskom periodu, nakon čega preuzimaju svoje dužnosti kao članovi.

Lidl Srbija kontinuirano ulaže u razvoj kolektivnog znanja, veština i iskustva donosilaca odluka o održivom razvoju. To uključuje obuke, konsultacije sa spoljašnjim stručnjacima, radionice sa relevantnim zainteresovanim stranama, panele i javne diskusije.

Naše politike naknada za članove najvišeg upravnog tela i visoke izvršne rukovodioce osmišljene su kako bi obezbedile pravičnost, konkurentnost i usklađenost sa ciljevima naše organizacije. Svi paketi nagrada za članove Uprave i visoke izvršne rukovodioce ugovoreni su u fiksnim iznosima. Ovo pruža transparentnost i stabilnost u njihovoj kompenzaciji. Sve odluke o kompenzaciji za članove Uprave donose se u našoj matičnoj organizaciji, u Nemačkoj.

Ne nudimo bonuse za pridruživanje i stimulacije za preporuke novih zaposlenih članovima Uprave ili visokim izvršnim rukovodiocima. Naš fokus je usmeren na privlačenje i zadržavanje talenata putem konkurentnih paketa benefita, koji su usklađeni sa tržišnim standardima.

Nagrađivanje prilikom prestanka radnog odnosa sprovodi se u skladu sa važećim zakonima i propisima. Naše politike osiguravaju da su sve naknade za rad pravedne i razumne, uzimajući u obzir individualne okolnosti i ugovorne obaveze.

Sistem upravljanja usklađenošću poslovanja kao osnova

Polazeći od centralnog korporativnog principa – „Postupamo u skladu sa važećim zakonima i internim smernicama“ – Lidl Srbija je implementirao sistem upravljanja usklađenošću (Compliance Management System – CMS) koji sadrži obavezujuće zahteve.

Ovi zahtevi definišu određene kriterijume i elemente pomoću kojih želimo da obezbedimo odgovarajući nivo usklađenosti. Glavni cilj CMS-a jeste sprečavanje kršenja važećih zakona i internih smernica, kao i dosledno proce-suiranje i sankcionisanje svih utvrđenih prekršaja („princip nulte tolerancije“). CMS je fokusiran na oblasti borbe protiv korupcije i prevara, zaštite podataka, prava konkurencije, odnosa sa poslovnim partnerima, kao i na usklađenost u oblasti ljudskih resursa i proizvoda.

Kako bismo ispunili svoju finansijsku odgovornost, dodatno smo se fokusirali na poresku i računovodstvenu usklađenost. Time se obezbeđuje da Lidl Srbija ispunjava svoje poreske i druge finansijske obaveze.

Mere usklađenosti posebno obuhvataju donošenje i komunikaciju pravila (npr. u vezi sa postupanjem sa pogodnostima i pravilima o zaštiti podataka), sprovođenje obuka, kao i ispitivanje i praćenje svih značajnih internih i eksternih pokazatelja mogućih relevantnih pravnih prekršaja u oblasti usklađenosti. Implementacija CMS-a zahteva podršku svih zaposlenih i rukovodilaca, kao i odgovarajuću organizaciju za usklađenost. Nadležna odeljenja za usklađenost redovno preispituju CMS u pogledu njegove primerenosti, efikasnosti i potencijala za unapređenje.

Usklađenost (Compliance) podrazumeva dosledno poštovanje važećih propisa i internih pravila kompanije. Ona je duboko ukorenjena u osnovnom načelu kompanije Lidl Srbija: „Pridržavamo se važećih zakonskih regulativa i internih procedura kompanije.“ Ovo načelo se sprovodi kroz primenu pravila ponašanja koja se odnose na usklađenost i obuhvata sve zaposlene, uključujući i rukovodioce. Uprava podstiče poštovanje ovog poslovnog principa i prenosi značaj usklađenosti kroz svoje svakodnevne aktivnosti.

Organizacija održivosti u Lidlu Srbija

Održivost, kao strateški i operativni ključni zadatak u kompaniji, institucionalno je postavljena na nivou Uprave Lidla Srbija, a ukupna odgovornost leži kod njenog predsednika.

Odeljenje za koordinaciju društvene odgovornosti (CSR) Lidla Srbija, kao deo korporativnih komunikacija, zajedno sa Upravom određuje strateški pravac. Ovo odeljenje takođe koordinira međusektorske aktivnosti usmerene na održivost.

Odeljenje za koordinaciju korporativne društvene odgovornosti za Lidl Srbija preko rukovodioca Korporativnih komunikacija izveštava generalnog direktora. To se dešava, između ostalog, u okviru revizije strategije korporativne društvene odgovornosti i u okviru izveštavanja o održivosti. Izvršni direktor je uključen u proces izveštavanja u tom pogledu i takođe je odgovoran za konačno odobrenje.

Lidl je odlučio da CSR-om operativno upravlja kroz specijalizovana odeljenja, kako bi se na najbolji način podržao poslovni model. Odeljenje za koordinaciju CSR-a podržava CSR tim, koji se sastoji od predstavnika relevantnih sektora Lidla Srbija. Unutar ovog CSR tima trendovi i teme održivosti se razmatraju u pojedinačnim sektorima. Ciljevi i mere dogovoreni ovde predstavljaju se Izvršnom odboru, koji, zatim, usmerava strateški pravac i implementaciju angažmana za održivost Lidla Srbija putem svoje odluke.

Dodatne informacije dostupne su u odeljku „Naše zainteresovane strane“.

Lidlov model održivosti

Naše shvatanje održivosti obuhvata tri dimenzije:

Dobro za planetu

Zdrava priroda ne osigurava samo egzistenciju budućim generacijama, već i kvalitet i dostupnost naših proizvoda. Zbog toga smo usredsređeni na doslednu zaštitu životne sredine – na klimu, biodiverzitet i odgovorno korišćenje resursa.

Dobro za ljude

Naše poslovanje deluje na svakodnevni život velikog broja ljudi. Kao partner, poslodavac i društveni akter prepoznajemo svoju odgovornost prema njima. Stoga smo posvećeni obezbeđivanju dobrih uslova rada u našem lancu vrednosti, kao i fer saradnji u svim oblastima.

Dobro za tebe

Svaki dan radimo na ponudi održivijeg asortimana proizvoda, koji odgovara na potrebe naših potrošača. To uključuje podsticanje svesne potrošnje i zdrave ishrane uz korišćenje proizvoda koji imaju odgovarajuće sertifikate i žigove.



Dobro za planetu			Dobro za ljude		
Zaštita klime	Poštovanje biodiverziteta	Očuvanje resursa	Fer poslovanje	Promocija zdravlja	Učešće u dijalogu
1.5 stepeni	Ekosistemi	Voda za piće Sirovine Cirkularna ekonomija Otpad od hrane	Dobrobit životinja Rad i ljudska prava Fer naknade Raznolikost i inkluzija Poslovni odnosi & Integritet Corporate Citizenship & lokalni razvoj	Svesna ishrana Zdravlje i bezbednost na radu	Oснаživanje Dijalog i saradnja sa stejkholderima
Dobro za tebe					
Odgovorni proizvodi					

Posvećenost eksternim inicijativama

Kao kompanija, odgovorni smo da, gde god je to moguće, unapred sprečimo ili umanjimo sve negativne uticaje naših poslovnih aktivnosti na životnu sredinu i društvo.

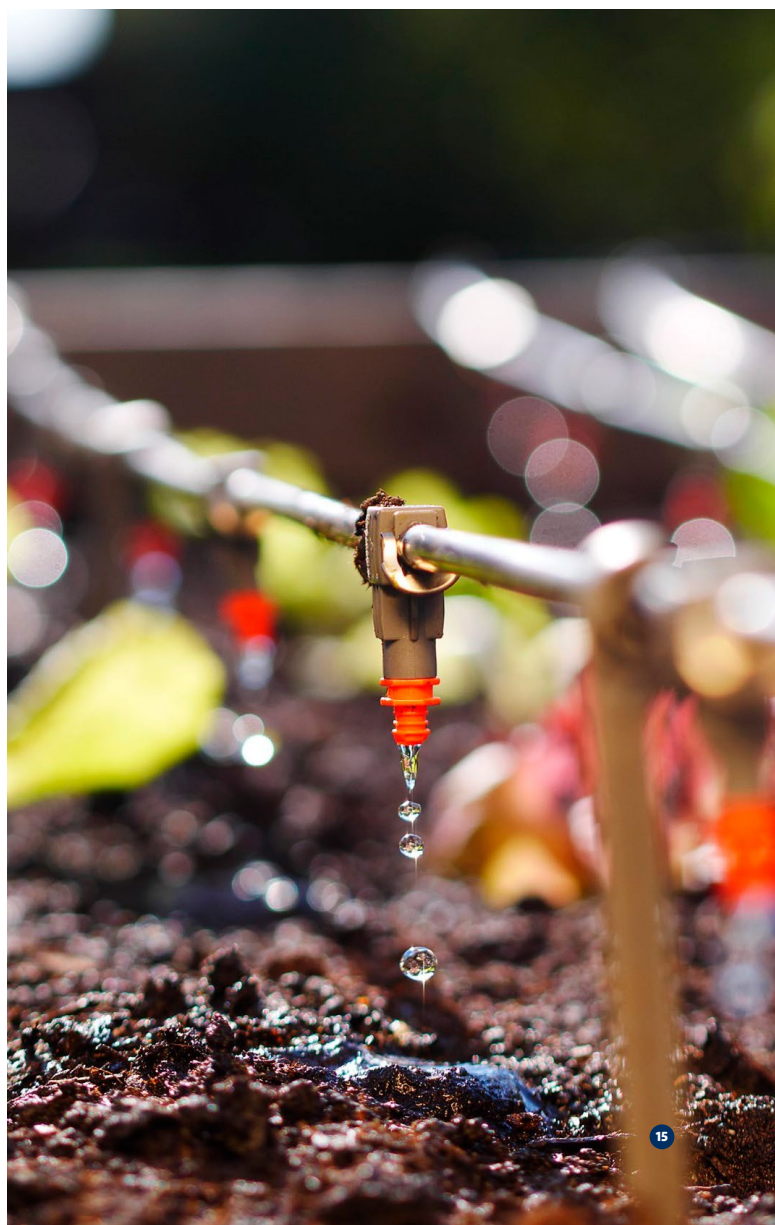
U Lidlu Srbija ovaj princip predostrožnosti, koji potiče iz Deklaracije iz Rio de Žaneira sa Konferencije Ujedinjenih nacija o životnoj sredini i razvoju (UNCED), odražava se u našim korporativnim principima, kao i u Kodeksu ponašanja za poslovne partnere kompanija Švarc grupe, koji su zajednički razvile kompanije Švarc grupe i koji predstavlja sastavni deo korporativnog upravljanja.

Kodeks ponašanja utvrđuje osnovne principe koji regulišu saradnju sa dobavljačima. Naš Kodeks ponašanja već dugi niz godina predstavlja sastavni deo pregovora sa dobavljačima, sa ciljem obezbeđivanja njihove posvećenosti ovim principima i standardima. Kodeks ponašanja sadrži jasna pravila o temama kao što su dečji i prinudni rad, zarade i radno vreme, pravično postupanje i zabrana diskriminacije, a zasniva se na sledećim međunarodnim standardima:

- ◆ Principi Globalnog dogovora Ujedinjenih nacija (United Nations Global Compact)
- ◆ Smernice Ujedinjenih nacija o poslovanju i ljudskim pravima (UN Guiding Principles on Business & Human Rights)
- ◆ Konvencija o pravima deteta (UN Convention on the Rights of the Child)
- ◆ Konvencija o eliminisanju svih oblika diskriminacije žena (UN Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women)
- ◆ Međunarodna povelja o ljudskim pravima
- ◆ Smernice OECD-a za multinacionalne kompanije (OECD Guidelines for Multinational Enterprises)
- ◆ Deklaracija Međunarodne organizacije rada (MOR) o osnovnim principima i pravima na rad (International Labour Organisation [ILO] Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work)
- ◆ Minamata konvencija
- ◆ Stokholmska konvencija
- ◆ Bazelska konvencija

Lidl Srbija prepoznaje svoju odgovornost za održivi razvoj i u svom svakodnevnom poslovanju deluje na način koji promoviše svest o društvenoj zajednici, zdravlju i životnoj sredini. Namera Lidla jeste da ovu jasnu posvećenost održivosti učini transparentnom i dostupnom javnosti.

Upravo iz tog razloga su se početkom 2020. godine kompanije Švarc grupe zajednički pridružile **Globalnom dogovoru Ujedinjenih nacija** (UNGC), najvećoj i najvažnijoj svetskoj inicijativi za odgovorno korporativno upravljanje. Time su se obavezale na poštovanje deset univerzalnih principa UNGC-a u oblastima ljudskih prava, rada, zaštite životne sredine i borbe protiv korupcije. Na taj način se kompanijama Švarc grupe pruža globalni okvir za sveobuhvatnu posvećenost održivosti, koju su razvijale godinama unazad.



Globalni dogovor očekuje od kompanija da prihvate, podrže i uspostave, u okviru svoje sfere uticaja, niz vrednosti iz oblasti ljudskih prava, prava na rad, zaštite životne sredine i anti-korupcione politike:

Ljudska prava:

- ◆ **Princip 1:** Kompanije treba da podrže i poštuju zaštitu međunarodno zagantovanih ljudskih prava
- ◆ **Princip 2:** Kompanije ne smeju da budu saučesnici u kršenju ljudskih prava

Standardi rada:

- ◆ **Princip 3:** Kompanije treba da podrže pravo na slobodno udruživanje i pravo na kolektivne ugovore
- ◆ **Princip 4:** Eliminišu prinudni rad
- ◆ **Princip 5:** Zabrane dečiji rad
- ◆ **Princip 6:** Zabrane diskriminaciju u vezi sa zapošljavanjem i zanimanjem

Zaštita životne sredine:

- ◆ **Princip 7:** Kompanije treba da preduzimaju mere predostrožnosti u vezi sa životnom sredinom
- ◆ **Princip 8:** Kompanije treba da preduzimaju mere radi promocije odgovornosti vezane za životnu sredinu
- ◆ **Princip 9:** Kompanije treba da ohrabre razvoj i širenje tehnologija koje čuvaju životnu sredinu

Anti-korupcija:

- ◆ **Princip 10:** Kompanije treba da učestvuju u borbi protiv korupcije u svakom smislu, uključujući iznude i pronevere.

U januaru 2016. godine Ujedinjene nacije usvojile su **Ciljeve održivog razvoja** (Sustainable Development Goals – SDGs), koji predstavljaju univerzalan poziv vladama, kompanijama i zajednicama na delovanje, kako bi se do 2030. godine iskorenili najkritičniji globalni izazovi, poput siromaštva, diskriminacije i klimatskih promena.



Lidl Srbija, kao deo kompanija Švarc grupe, daje važan doprinos i već je sproveda niz mera kako bi podržala principe i ciljeve održive globalne ekonomije, koje su detaljno opisane u narednim poglavljima, dok je pregled našeg doprinosa dostupan u tabeli GRI Indeks.



Lidl Srbija neguje uverenje da su jednake prilike za sve zaposlene i poštovanje različitosti glavni elementi dugoročnog uspeha



U okviru globalne inicijative za poboljšanje položaja žena na radnom mestu, kompanija Lidl Srbija potpisala je **Principe Ujedinjenih nacija za osnaživanje žena** (Women Empowerment Principles – WEPs), čime se i javno obavestila na poštovanje i promovisanje principa jednakosti unutar kompanije, kao i tamo gde poslovanje Lidla može da ima uticaj.

Principe za osnaživanje žena su organizacije „UN Women” i „UN Global Compact” predstavile 2010. godine, i to kao prvu svetsku inicijativu čiji je cilj promovisanje i jačanje uloge žena u poslovnom okruženju.

Dokument obuhvata sedam osnovnih principa koji daju smernice kompanijama u promovisanju rodne ravnopravnosti:

- ◆ Uspostavljanje kulture korporativnog liderstva po principu jednakosti;
- ◆ Korektno ophođenje prema svim ženama i muškarcima na poslu – poštovanje i podržavanje ljudskih prava i zabrana diskriminacije;
- ◆ Briga o zdravlju, sigurnosti i blagostanju svih zaposlenih;
- ◆ Promovisanje obrazovanja, obuke i profesionalnog razvoja za žene;
- ◆ Promovisanje preduzetništva među ženama, zahtev za jačanjem uloge žena kod kompanija u lancu nabavke i poštovanje dostojanstva žena u prenošenju poruka;
- ◆ Promovisanje rodne ravnopravnosti kroz inicijative i zalaganje u zajednici;
- ◆ Merenje i javno izveštavanje o napretku kompanije u oblasti rodne ravnopravnosti.

Lidl Srbija neguje uverenje da su jednake prilike za sve zaposlene i poštovanje različitosti glavni elementi dugoročnog uspeha, pa u skladu sa time već primenjuje većinu potpisanih principa i nastavlja da ih razvija kao važan deo u okviru svoje strategije održivog poslovanja. Više o našim inicijativama pročitajte u odeljku Rad i ljudska prava.

Kao kompanija imamo odgovornost da, gde je to moguće, izbegavamo ili smanjujemo negativne uticaje na životnu sredinu i društvo koji mogu proizaći iz naših poslovnih aktivnosti. U Lidlu Srbija ovaj princip predostrožnosti, koji proizlazi iz Deklaracije iz Rio de Žaneira sa Konferencije Ujedinjenih nacija o životnoj sredini i razvoju (UNCED), reflektuje se u našim korporativnim principima, kao i u Kodeksu ponašanja za poslovne partnere, i predstavlja integrisani deo našeg korporativnog upravljanja.

Praćenje zakonodavstva, razgovor sa donosiocima odluka i rad sa udruženjima na temama od značaja sastavni su deo našeg rada. Naš krajnji cilj je da budemo u mogućnosti da zakonske zahteve prenesemo u operativnu praksu što je brže i lakše moguće i da radimo sa partnerima kako bismo rano identifikovali buduće teme.

Lidl Srbija je član sledećih poslovnih udruženja: NALED, Privredna komora Srbije, Forum za odgovorno poslovanje, AHK (Srpsko-nemačka privredna komora), AmCham, lokalna mreža Globalnog dogovora UN u Srbiji.

Lidl Srbija je, preko Lidl Stiftung & Co. KG, takođe zastupljen u brojnim međunarodnim udruženjima, organizacijama, i inicijativama, među kojima su:

- ◆ ACT – Action, Collaboration, Transformation
- ◆ Alliance for Water Stewardship
- ◆ amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI)
- ◆ Partnership for Sustainable Textiles
- ◆ Women Empowerment Principles (WEP)
- ◆ Charter of Diversity
- ◆ Danube soya
- ◆ Econsense
- ◆ Ethical Tea Partnership
- ◆ Ethical Trade Initiative
- ◆ Food for Biodiversity
- ◆ Forest Stewardship Council (FSC)
- ◆ Fur Free Retailer
- ◆ GlobalG.A.P., GlobalG.A.P. GRASP Technical Committee
- ◆ Global Round TABLE on Sustainable Beef (GRSB)

- ◆ ILO Better Work
- ◆ International ACCORD
- ◆ International Network of Leading Executives Advancing Diversity (LEAD)
- ◆ Leather Working Group
- ◆ Round TABLE on Responsible Soy (RTRS)
- ◆ RoundTABLE on Sustainable Palm Oil (RSPO)
- ◆ RMG Sustainability Council (RSC) Bangladesh
- ◆ Sustainable Nut Initiative
- ◆ Sustainable Rice Platform (SRP)
- ◆ World Banana Forum
- ◆ World Wide Fund For Nature (WWF)

Lidl Srbija je, preko kompanija Švarc grupe, član sledećih organizacija: Ellen MacArthur Foundation, UN Global Compact, Science Based Target Initiative.

Radi poštovanja zakona i pravila o zaštiti konkurencije, svi zaposleni koji učestvuju u sastancima udruženja obavezni su da prođu obuku „Sastanci udruženja i zaštita konkurencije”.

Sadržaj obuke usmeren je na to da zaposleni budu spremni da prepoznaju i pravilno reaguju u kritičnim momentima tokom sastanaka udruženja, naročito kada je u pitanju razmena informacija sa trećim licima. Naš cilj je da zaposleni budu obučeni i informisani pre nego što prisustvuju sastancima, kako bi znali kako da postupaju u skladu sa propisima o zaštiti konkurencije. Obuka pruža jasne smernice i praktična uputstva koja pomažu u izbegavanju situacija koje bi mogle dovesti do kršenja zakona. Poštovanje propisa o zaštiti konkurencije za našu kompaniju ima izuzetnu važnost, a redovna edukacija zaposlenih predstavlja ključni korak ka očuvanju etičkog i zakonitog poslovanja.

Naše zainteresovane strane

Sa svim našim zainteresovanim stranama - zaposlenima, potrošačima, poslovnim partnerima, državnim institucijama, neprofitnim organizacijama i medijima – negujemo dvosmernu komunikaciju.

Za obaveštavanje eksternih zainteresovanih strana o našim aktivnostima koristimo različite formate namenjene spoljnoj komunikaciji, kao što su izveštaji o održivosti, saopštenja za medije, leci (u onlajn i štampanom izdanju), aplikacija „Lidl plus”, i njuzleter (bilten). Za komunikaciju sa našim zaposlenima koristimo intranet portal „Lidl na dlanu”, mobilnu aplikaciju „We are Lidl” i polugodišnji magazin za naše zaposlene „Sveže iz Lidla”. Uz to, kroz program „Upravljanje idejama” (nem. Ideenmanagement), zaposleni imaju mogućnost da predlože mere za unapređenje poslovanja u različitim oblastima, i da budu nagrađeni ukoliko njihove ideje budu implementirane.

Takođe, organizujemo događaje, stručne skupove i sastanke, i učestvujemo u formatima dijaloga i razmene znanja koje organizuju poslovne mreže i drugi eksterni partneri. Na taj način stičemo uvid u stavove i prioritete naših zainteresovanih strana, i dobijamo povratne informacije koje uključujemo u procenu materijalnosti i donošenje odluka u oblasti održivosti.



Procena materijalnosti

Lidl Srbija je 2022. godine revidirao proces utvrđivanja svojih materijalnih CSR tema.

Ovim pristupom omogućeno je da se pravovremeno uzmu u obzir novi i izmenjeni (regulatorni) zahtevi, uključujući ažuriranu definiciju materijalnosti prema GRI standardima iz 2021. godine. Novi pristup takođe unapred uzima u obzir koncept dvostruke materijalnosti, kako je definisan u Direktivi Evropske unije o izveštavanju o korporativnoj održivosti (CSRD).

U skladu sa konceptom dvostruke materijalnosti, Lidl razmatra svoje uticaje, rizike i prilike kroz dva aspekta:

- ◆ Uticaji Lidlovog poslovanja na društvo i životnu sredinu (perspektiva „iznutra ka spolja”)
- ◆ Relevantnost tema iz oblasti održivosti za Lidlov poslovni uspeh (perspektiva „spolja ka unutra”)

U okviru našeg redovnog izveštavanja o održivosti, sprovodimo analizu materijalnosti svake dve godine. Ovaj postupak je standardizovan u svim nacionalnim kompanijama Lidl grupe, uz istovremeno uvažavanje i uključivanje nacionalnih perspektiva.

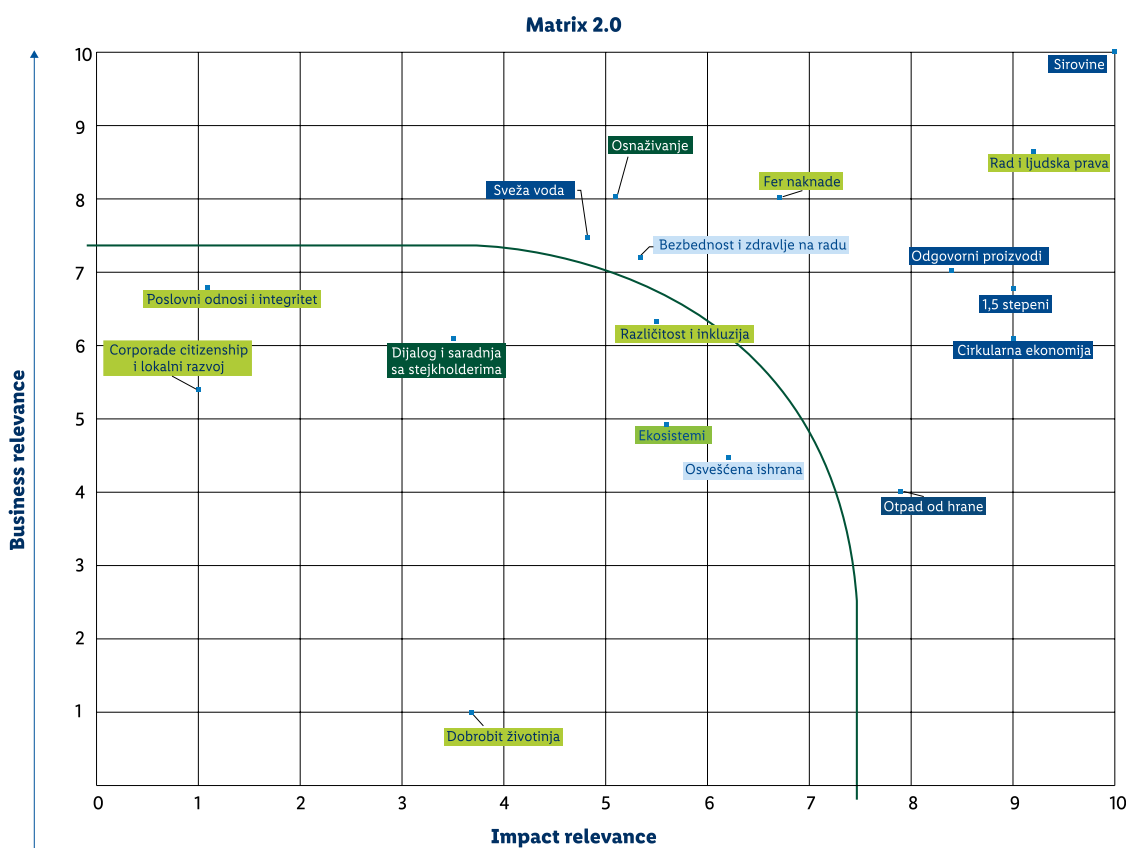
Osnovu za procenu materijalnosti čini Lidlov model odgovornosti, koji se sastoji od 17 tema, podeljenih u šest strateških oblasti.

Analiza tema se sprovodi u tri koraka:

- ◆ **Značaj uticaja** – sprovodi se na internacionalnom nivou kompanije, i obuhvata kvantitativnu analizu i intervju sa ekspertima
- ◆ **Poslovni značaj** – sprovodi se na nacionalnom nivou kompanije, u formi radionice u kojoj učestvuju predstavnici različitih sektora – članovi CSR tima
- ◆ **Validacija** – diskusija i usvajanje finalnih materijalnih tema od strane Uprave kompanije na nacionalnom nivou.

Tema Ekosistemi nije identifikovana kao materijalna na nacionalnom nivou, a deo uticaja povezanih sa ovom temom opisan je u poglavlju „Sirovine“. Takođe, iako tema Osvešćena ishrana nije identifikovana kao materijalna na nacionalnom nivou, obrađena je u ovom izveštaju zbog poslovnog značaja koji ima za Lidl Srbija.

Matrica materijalnosti 2023/24.



Zaštita klime

1,5 stepeni

Prema Izveštaju o globalnim rizicima za 2024. godinu Svetskog ekonomskog foruma, klimatske promene predstavljaju jedan od najvećih globalnih rizika. Kao jedan od najvećih trgovaca prehrambenim proizvodima u Evropi, Lidl preuzima odgovornost za zaštitu klime i svestan je njenog značaja za buduću uspeh svog poslovnog modela.

Klimatske promene ubrzavaju gubitak biodiverziteta, menjaju ekosisteme i dovode do sve češćih ekstremnih vremenskih pojava. To ima dalekosežne društvene i ekološke posledice, uključujući i uticaj na poslovni model Lidla kao trgovca prehrambenim proizvodima: smanjena dostupnost sirovina, na primer, dovodi do rasta cena kaka, kafe, pomorandži i maslinovog ulja. Ekstremni vremenski događaji poput razornih padavina i poplava, mogu direktno uticati i na naše lokacije, skladišta i prodavnice. Porast nivoa mora i erozija obala takođe utiču na naše poslovanje, jer dovode do nestajanja staništa ljudi, biljaka i životinja. Istovremeno, zagrevanje i zakiseljavanje okeana ugrožavaju morski svet. Sve navedeno ima uticaj na lance ishrane, lance snabdevanja u Lidlu – i, u krajnjoj liniji, na globalnu bezbednost hrane.

Uništavanje životne sredine i klimatske promene takođe ugrožavaju ljudska prava širom sveta. Prema podacima Svetske zdravstvene organizacije (SZO), oko 12,6 miliona smrtnih slučajeva godišnje može se pripisati ekološkim faktorima rizika koje je moguće izbeći. Društvene nejednakosti se produbljuju; zemlje u razvoju su posebno snažno pogođene posledicama klimatskih promena i raspolažu sa manje resursa za prilagođavanje. Klimatske promene primoravaju milione ljudi da napuste svoje domove, što dovodi do društvenih tenzija i humanitarnih kriza. Istovremeno se narušava i međugeneracijska pravda: današnja deca i mladi moraju da žive sa posledicama klimatskih promena, iako su im u svom životnom veku malo doprineli.

U septembru 2024. godine, kompanije Švarc grupe podnele su zvaničnu Net-Zero obavezu inicijativi Science Based Targets Initiatives (SBTI). Ovom obavezom, kompanije Švarc grupe se obavezuju da najkasnije do 2050. godine smanje sve emisije na neto nulu. U februaru 2025. godine, kratkoročni klimatski ciljevi za Opseg 1, 2 i 3 potvrđeni su od strane SBTi.



Net-Zero predstavlja dugoročnu viziju za Lidl i zahteva jasno strateško usmerenje. U okviru novih i ažuriranih klimatskih ciljeva kompanija Švarc grupe, Lidl je postavio cilj da do 2030. godine smanji operativne emisije gasova sa efektom staklene bašte (Opseg 1 i 2) za 70%. Takođe su definisani novi ciljevi za uzvodni i nizvodni lanac vrednosti (Opseg 3) do 2034. godine: do 2034. Lidl ima za cilj da smanji emisije gasova sa efektom staklene bašte u poljoprivredi, šumarstvu i drugim oblicima korišćenja zemljišta za 42,4%, kao i za 35% u energetskom i industrijskom sektoru.

Podstičemo dobavljače koji su odgovorni za 75% emisija povezanih sa proizvodima da do 2026. godine postave sopstvene klimatske ciljeve u skladu sa kriterijumima SBTi. Lidl takođe radi na proširenju asortimana proizvoda i ima za cilj da poveća udeo prehrambenih proizvoda na biljnoj bazi za 20% u poređenju sa 2023. godinom..

Sveobuhvatna zaštita klime predstavlja složen zadatak. Njeno upravljanje zahteva saradnju različitih oblasti unutar kompanije. U Lidlu, sektori za korporativne poslove, nabavku, korisnike, operacije i nekretnine zajednički rade na implementaciji. Svaki sektor ima svoje pojedinačne zadatke, ali zajednički cilj - smanjenje emisija.

Proizvodnja naših proizvoda čini najveći udeo u ukupnom ugljeničnom otisku kompanija Lidl grupe. Pored toga, generišemo emisije u našim prodavnicama, logističkim centrima, upravnoj zgradi i voznom parku. Na ove operativne emisije gasova staklene bašte možemo značajno uticati i preduzimamo mere da ih direktno izbegnemo ili smanjimo, unapređujući sopstvene prakse i prakse naših partnera.

Emisije GHG (u ekvivalentima tCO₂)*

Kategorije prema GHG protokolu	2019. (bazna godina)	2021**	2022**	2023	2024
OPSEG 1	1,075.72	1.312,46	1.606,48	1.877,93	2.252,27
Fugitivne emisije	19,73	103,12	73,11	278,98	385,73
Pokretno sagorevanje	892,11	950,59	1.127,05	1.216,84	1.474,90
Stacionarno sagorevanje	163,88	258,75	406,32	382,11	391,64
OPSEG 2	20,417,12	3.802,97	106,15	37,64	37,64
Daljinsko grejanje	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Električna energija: tržišni pristup	20,417,12	3.802,97	106,15	37,64	37,64
Električna energija: pristup po lokaciji***	20,417,12	30.672,30	38.863,17	38.485,06	45.491,80
OPSEG 3****	577,859,15	1.047.764,66	1.304.792,65	1.086.604,29	1.293.144,26
Kupljena dobra i usluge	529,826,97	918.562,05	981.027,31	859.763,39	976.815,04
Kapitalna dobra	/	/	27.330,92	13.628,38	6.249,13
Emisije u vezi sa gorivom i energijom	6,646,96	9.639,11	12.147,76	11.763,48	13.560,08
Transport u snabdevanju	4,675,12	8.199,42	121.897,84	121.513,90	132.911,63
Operativni otpad	4,735,00	1.590,64	2.687,38	2.883,73	2.817,22
Poslovna putovanja	936,18	571,75	1.321,48	821,06	946,11
Dolazak i odlazak zaposlenih	2,515,20	3.718,80	4.300,80	3.873,60	3.670,80
Faza korišćenja prodatih proizvoda	27,771,32	104.109,08	101.364,79	38.764,07	113.954,69
Povrat prodatih proizvoda	752,40	1.373,81	52.714,37	33.592,68	42.219,56
UKUPNE EMISIJE	599,351.99	1.052.880,09	1.306.505,28	1.088.519,86	1.295.434,16

* Ugljenični otisak (emisije gasova sa efektom staklene bašte, prema opsegu) prošli su reviziju sa ograničenim uveravanjem, u okviru revizije kompanija Švarc grupe. Detaljnije informacije o pokazateljima koji su prošli proces revizije, kao i dodatna objašnjenja mogu se pronaći u zajednički izrađenom Izveštaju o održivosti kompanija Švarc grupe: <https://gruppe.schwarz/en/how-we-act#Sustainability%20Report>

** Vrednosti za 2021. i 2022. godinu ne podudaraju se u potpunosti sa vrednostima objavljenim u prethodnom izveštaju o održivosti, usled promena u načinu sagledavanja pripadnosti pojedinih emisija odgovarajućim kategorijama

*** Vrednosti zasnovane na lokaciji ne doprinose ukupnim emisijama prikazanim u tabeli.

**** 1. Za određivanje faktora emisije koriste se različiti izvori, uključujući javno dostupne baze podataka (npr. ecoinvent, Ecotransit), međunarodne i međuvladine organizacije (npr. IPCC, IEA, DEFRA), kao i modeli ifeu-instituta.

2. Prikupljanje emisija gasova sa efektom staklene bašte vrši se u skladu sa tržišno zasnovanim pristupom GHG protokola.

3. Povećanje emisija u poređenju sa prethodnim godinama posledica je poboljšane baze podataka.

U poslovnoj godini 2022. retroaktivno je izvršeno prilagođavanje faktora emisije za kategoriju „Upotreba prodatih proizvoda“. Vrednosti emisija za poslovnu godinu 2022. same po sebi, međutim, nisu naknadno menjane. U poslovnoj godini 2023. došlo je do prelaska sa faktora emisije DBEIS na ecoinvent. Pored toga, uzet je u obzir i otpad od hrane, što je dovelo do povećanja emisija u odnosu na prethodne godine. Od poslovne godine 2024. kategorija 3.2 „Kapitalna dobra“ uzima se u obzir retroaktivno, zaključno sa baznom godinom 2022.

Prikaz emisija gasova staklene bašte za kompaniju Lidl Srbija u tonama ekvivalenta ugljen-dioksida i odnosi se na prodavnice, logističke centre i upravnu zgradu. U proračunu smo pratili zahteve Protokola o gasovima staklene bašte (GHG). Naše operativne emisije GHG uključuju direktne emisije GHG (Opseg 1) i indirektne emisije GHG od kupovine energije – električna energija, grejanje, para i hlađenje (Opseg 2), kao i indirektne emisije GHG u našem lancu snabdevanja (Opseg 3).

Koristimo pristup zasnovan na lokaciji i tržištu kako bismo izvestili o našim emisijama Opsega 2. Pristup zasnovan na tržištu oslanja se na faktore emisije koje dobijamo od Lidl Stiftung, dok pristup zasnovan na lokaciji tokom konverzije koristi faktore emisije za geografsku regiju – u našem slučaju, Srbiju – koje dobijamo od IEA 2022, UK DEFRA. Pristup zasnovan na tržištu za električnu energiju iz obnovljivih izvora računa se sa 0g CO₂ po kWh. Koristili smo pristup zasnovan na tržištu kako bismo izračunali ukupne emisije za Opseg 1, 2 i 3.

Podaci o potrošnji električne energije prikupljaju se za prodavnice, usluge i skladišta. Za naša eksterna skladišta (skladištenje neprehrambenih proizvoda, delova polica itd.) koristimo ekstrapolaciju na osnovu površina skladišta i prosečne potrošnje energije.

Kada je reč o emisijama Opsega 3, javlja se složenost u prikupljanju podataka. Zahtevane podatke o potrošnji tražimo od spoljnih dobavljača usluga (npr. kilometri pređeni kamionom za logistiku prodavnica), sami ih prikupljamo za pojedinačne kategorije (npr. količina papira korišćenog za promotivne materijale) ili pravimo pretpostavke u saradnji sa spoljnim konsultantima (npr. putovanja zaposlenih na posao). Kako bismo na osnovu prikupljenih podataka donosili ispravne odluke, kontinuirano radimo na unapređivanju procesa prikupljanja podataka sa ciljem povećanja udela primarnih podataka iz godine u godinu.

Zaštita klime kroz lanac vrednosti

Optimizacija lanca snabdevanja

Obavezujemo se i osnažujemo dobavljače koji su odgovorni za 75% emisija povezanih sa proizvodima da do 2026. godine postave sopstvene klimatske ciljeve u skladu sa kriterijumima SBTi.

Transformisanje asortimana

Proširujemo naš asortiman da bismo uključili više proizvoda na biljnoj bazi, koji su znatno bolji za klimu od proizvoda životinjskog porekla.

Održiviji transport

Kako bismo smanjili karbonski otisak našeg voća i povrća, u našim prodavnicama nemamo voće i povrće koje se transportuje avionom.

Obuka o zaštiti klime za dobavljače

Naša kompanija je u saradnji sa Privrednom komorom Srbije i Nemačkom saradnjom u Srbiji (GIZ) za svoje dobavljače održala trening na temu zaštite klime u proizvodnim procesima.

U saradnji sa Responsible Business Hub-om, koji je deo Privredne komore Srbije, održali smo dvodnevnu obuku pod imenom „Climate Academy“ i na taj način pružili dobavljačima uvid u prakse kalkulacije otiska CO₂ i postavljanja klimatskih ciljeva.

Intenzitet naših emisija gasova sa efektom staklene bašte Opsega 1 i 2 vezan je za kvadratni metar prodajne površine:

	2021	2022	2023	2024
Opseg 1 emisije GHG po kvadratnom metru prodajne površine*	0,018 tCO ₂ e/m ²	0,018 tCO ₂ e/m ²	0,020 tCO ₂ e/m ²	0,022 tCO ₂ e/m ²
Opseg 2 emisije GHG po kvadratnom metru prodajne površine*	0,051 tCO ₂ e/m ²	0,001 tCO ₂ e/m ²	0,00 tCO ₂ e/m ²	0,00 tCO ₂ e/m ²

*pristup zasnovan na tržištu

Upravljanje energijom

Lidl Srbija iz godine u godinu proširuje svoje poslovne aktivnosti otvaranjem novih prodavnica širom zemlje.

Stoga, smanjenje ukupne potrošnje energije u kratkom roku nije moguće. Zato se fokusiramo na racionalizaciju potrošnje, oslanjajući se na naše razvijene sisteme i modele.

U svakodnevnim operacijama koristimo dve vrste energenata. Prva i najzastupljenija vrsta je električna energija. Svi tehnički sistemi u objektima Lidl Srbija, uključujući HVAC, osvetljenje, čuvanje smrznutih proizvoda i kancelarijsku opremu, koriste električnu energiju. Svi tehnički uređaji u našoj upravnoj zgradi, logističkim centrima i prodavnicama moderni su i novi uređaji koji zadovoljavaju najviše standarde u pogledu potrošnje električne energije (energetski razred A i viši). Drugi energent koji koristimo, iako u manjem obimu, jeste prirodni gas. Ovaj energent se koristi u logističkim centrima za sistem podnog grejanja i radi u sinergiji sa sistemom rekuperacije otpadne toplote iz industrijskog hlađenja.

Lidl Srbija nabavlja obnovljivu energiju iz električne mreže. U maju 2021. godine kompanija Lidl Srbija je potpisala Aneks ZeLEPS, čime smo obezbedili da svi naši objekti budu snabdevani isključivo električnom energijom dobijenom iz obnovljivih izvora energije (OIE), što znači da koristimo potpuno „zelenu” energiju. Ovo se odnosi na sve prodavnice Lidl Srbija, uključujući i objekte koji su u našem zakupu, koji se od poslovne 2022. godine, takođe, snabdevaju strujom iz obnovljivih izvora.¹

Pored toga, Lidl Srbija proizvodi električnu energiju za sopstvenu potrošnju, u svojoj solarnoj elektrani u Logističkom Centru Lapovo sa instaliranom snagom od 999 kWp (Kilo Watt Peak). Solarna elektrana je u punom operativnom radu od juna 2024. godine. Takođe, tokom 2024. godine izgradili smo još četiri solarne elektrane na krovnim površinama naših prodavnica, instalisane snage po 160 kWp, koje su fazi dobijanja neophodne administrativne dokumentacije i njihovo puštanje u rad očekuje se u narednom periodu.

Direktna i indirektna potrošnja energije po primarnom izvoru (u GJ i kWh)²

		2021	2022	2023	2024
Potrošnja goriva iz neobnovljivih izvora, uključujući vrste goriva koje se koriste	Električna energija (kWh)	7.060.908,00	0,00	0,00	0,00
	Električna energija (GJ)	25.419,27	0,00	0,00	0,00
	Prirodni gas (kWh)	1.419.377,32	2.228.852,25	2.096.039,33	2.148.343,21
	Prirodni gas (GJ)	5.109,76	8.023,87	7.545,74	7.734,04
Potrošnja goriva iz obnovljivih izvora, uključujući vrste goriva koje se koriste					59.178.125,60
	(kWh)	33.943.573,00	50.447.819,00	54.224.670,06	*kupljena
					805.208,70
					*proizvedena
					213.041,25
	(GJ)	122.196,86	181.612,15	195.208,812	*kupljena
Ukupna potrošnja energije					2.898,75
					*proizvedena
	Električna energija (kWh)	41.004.481,00	50.447.819,00	54.224.670,06	59.983.334,30
	Električna energija (GJ)	147.616,13	181.612,15	195.208,81	215.940,00
Ukupna potrošnja energije	Prirodni gas (kWh)	1.419.377,32	2.228.852,25	2.096.039,33	2.148.343,21
	Prirodni gas (GJ)	5.109,76	8.023,87	7.545,74	7.734,04

Povećanje potrošnje energije u gigadžulima (GJ) i kilovat-satima (kWh)*

Izmerena količina povećanja potrošnje energije	2021	2022	2023	2024
Električna energija	+8.907.920,00 kWh (+32.068,51GJ)	+9.443.338,00 kWh (+33.996 GJ)	+3.776.851,10 kWh (+13.596,66 GJ)	+5.758.664,30 kWh (20.731,19 GJ)
Prirodni gas	+223.801,30 kWh (+805,68 GJ)	+809.474,90 kWh (+2914,11GJ)	-132.812,90kWh (-478,12 GJ)	+52.303,90 kWh (+188,29 GJ)

¹ Izuzimajući sve ugovore o nabavi na koje Lidl ne može da utiče, kao što su ugovori za pojedinačne iznajmljene objekte sa obavezujućom klauzulom o snabdevanju električnom energijom.

Za više informacija, molimo posetite www.gruenstrom.schwarz

² 1 kWh = 0.0036 GJ

* iz godine u godinu

Pratimo potrošnju obe vrste energenata putem detaljnog pregleda računa od dobavljača i distributera, upoređujući ih sa internim merenjima kompanija Lidl grupe. Naša kompanija koristi sofisticirane softvere i računarske alate koji su specifično razvijeni za Lidlovu grupaciju, ali se uvek pridržavamo industrijskih standarda. Zahvaljujući tim softverima, računarskim alatima i internim merenjima,

možemo precizno pratiti potrošnju energenata za svaki sistem i svaku grupu potrošača, u realnom vremenu. Svaku definisanu i odobrenu meru uštede energenata ili optimizacije finalne potrošnje možemo pratiti na satnom nivou, što nam omogućava brzo i efikasno implementiranje mera za unapređenje energetske efikasnosti naše kompanije u svim segmentima poslovanja.

U narednoj tabeli dat je prikaz planiranih mera u našim prodavnicama, koje za cilj imaju optimizaciju i uštedu električne energije.

Naziv projekta / inicijative	Opis projekta / inicijative	Datum početka	Datum završetka	Očekivana ušteda energije vezane za inicijativu u GJ/KWh GJ (2023.)	Očekivana ušteda energije vezane za inicijativu u GJ/KWh GJ2024
Dimovanje rasvete – prodavnice, prodajni prostor	Smanjenje izlazne snage unutrašnjeg osvetljenja u prodajnom prostoru prodavnica na 55% izlazne snage lampi (najmanje 500 luksa osvetljenja, zakonska obaveza)	Januar 2025.	Tekuća aktivnost Mera se primenjuje na svakoj novootvorenoj prodavnici	971.344,00 kWh (3.496,84 GJ)*	0 kWh (0 GJ)*
HVAC – temperatura u prodajnom prostoru prodavnica	Prilagođavanje zadatih vrednosti temperatura, parametara HVAC sistema kako bi temperatura u prodajnom prostoru bila najviše 20°C	Januar 2025.	Tekuća aktivnost Mera se primenjuje na svakoj novootvorenoj prodavnici	236.688,69 kWh (852,08 GJ)**	59.445,81 kWh (214,00 GJ)**
Izgradnja solarnih panela na krovovima prodavnica	Izgradnja solarnih panela na krovovima četiri prodavnice	Mart 2025.	Kraj kalendarske godine 2025.	0 kWh (0 GJ)***	678.114,00 kWh (2.441,00 GJ)***

* Procenjena ušteda prema podacima dobijenim od strane isporučilaca rasvete (2023.). Podaci za 2024. godinu biće dostupni tokom 2026. godine.
** Planirane uštede nisu u potpunosti ostvarene zbog dinamike rada prodavnica, povećanog broja kupaca, i nepovoljnih vremenskih uslova (ekstremno visoke temperature u letnjem periodu). Zadate vrednosti hlađenja/grejanja se i dalje primenjuju, uz prilagođavanja navedenim izazovima koji se javljaju u svakodnevnom poslovanju.
*** Usled administrativnih poteškoća u dobijanju finalnih odobrenja za puštanje izgrađenih solarnih elektrana u stalni operativni rad, prikazane uštede predstavljaju procenu, odnosno potencijal za uštedu u narednom vremenskom periodu.



Održiva gradnja i sertifikacija

Od početka poslovanja u Srbiji, kompanija Lidl je u fazi ekstenzivne izgradnje (prodavnica i logističkih centara), što primenu kriterijuma održivosti čini izuzetno važnom temom za nas.

Smernice gradnje izrađuju se na osnovama koje je postavila kompanija Lidl na međunarodnom nivou.

Smernice, između ostalog definišu:

- ◆ Izbor građevinskih materijala koji imaju visoke energetske ocene
- ◆ Izbor opreme koja utiče na smanjenu potrošnju resursa – bilo da se radi o električnoj energiji, rashladnim medijumima, vodi (senzori, kontroleri, i slično)
- ◆ Implementaciju sistema koji kontrolišu i vode rad objekata i vrše analizu trendova

Automatizovani sistemi uključuju kontrolu/regulaciju zasnovanu na potrebama, kako bi se optimizovala upotreba energije. Kao deo naših energetskih operativnih ciljeva, usmerili smo se na upravljanje vremenom rada unutrašnjeg i spoljašnjeg osvetljenja u našim prodavnicama, usklađivanje rada sistema za klimatizaciju i ventilaciju u svim našim objektima, kao i optimizaciju rasvete putem dimovanja/prigušenja unutrašnje rasvete, u skladu sa važećim zakonodavnim i podzakonskim aktima u ovoj oblasti.

Od 2020. kompanija Lidl Srbija sertifikovana je standardom ISO50001 za sisteme upravljanja energijom.

Principi održive gradnje Lidl Srbija primenjeni su i prilikom izgradnje naše Upravne zgrade i logističkih centara.

Upravna zgrada naše kompanije prva je zgrada u Srbiji sa LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) Platinum sertifikatom, dok logistički centri poseduju LEED Gold (DC Nova Pazova) i LEED Platinum sertifikat (DC Lapovo).



Naše prodavnice se sertifikuju EDGE sertifikatom. Na kraju 2024. godine 66 prodavnica imalo je ovaj sertifikat, što predstavlja više od 80% svih objekata, koji su kako u vlasništvu kompanije Lidl Srbija, tako i u zakupu. Proces sertifikacije se sprovodi u kontinuitetu i predviđeno je da svi objekti dobiju pozitivnu ocenu održivosti.

Prema našem internom standardu za izgradnju objekata, koristimo prirodne rashladne agense, kao što su propan (C3H8), ugljen-dioksid (CO2) ili amonijak (NH3). Oni se koriste kao radni materijali za generisanje toplote/hlađenja za klimatizaciju objekata i za hlađenje proizvoda. Ovi agensi su manje invazivni prema životnoj sredini u odnosu na veštačke rashladne agense, i gotovo da nema emisija gasova sa efektom staklene bašte u slučaju oštećenja ili curenja.

Svi logistički centri i sve prodavnice Lidla Srbija koriste prirodne rashladne agense za hlađenje proizvoda. Kada je reč o količini dopune u poslovnim godinama 2023. i 2024, prirodni rashladni agensi činili su 31,90%, tj. 21,80% ukupnih rashladnih agenasa korišćenih od strane Lidla Srbija.

Očuvanje resursa

Savremeno društvo se već decenijama unazad suočava sa rastućim izazovima vezanim za ograničenost prirodnih resursa i sve većim pritiscima na ekosisteme.

Kontinuirano povećanje potrošnje, zajedno sa intenzivnom upotrebom ambalaže i sirovina, ima značajne uticaje na životnu sredinu, utičući na klimatske promene, smanjenje dostupnosti pitke vode, degradaciju zemljišta i gubitak biološke raznovrsnosti.

Poslovanje Lidla Srbija je neraskidivo povezano sa upotrebom ključnih resursa kao što su voda, nafta i celuloza. Stoga prepoznavamo svoju odgovornost i važnost preduzimanja konkretnih mera kako bi se ublažio negativan uticaj na životnu sredinu i obezbedilo održivo korišćenje resursa. Razvijamo integrisani pristup upravljanju resursima i otpadom koji obuhvata smanjenje potrošnje kroz povećanje efikasnosti i ponovnu upotrebu, svuda gde je to moguće duž našeg lanca vrednosti.

Cilj nam je da doprinesemo razvoju cirkularne ekonomije, u kojoj materijali ostaju u upotrebi što je duže moguće, čime se smanjuje potreba za novim sirovinama i minimizuje količina nerekiklabilnog otpada. Na ovaj način aktivno doprinosimo očuvanju prirodnih resursa za buduće generacije i gradimo održiviji model poslovanja.



Sveža voda

Sveža voda je vitalni resurs za čovečanstvo. Neophodna je za piće, higijenu, poljoprivredu, proizvodnju hrane i industrijskih dobara, kao i za prirodu. Ipak, njena raspodela širom sveta je veoma neujednačena.

Oko 70% globalne potrošnje vode odnosi se na proizvodnju poljoprivrednih dobara. Uzgoj se često odvija u zemljama i regionima koji su posebno pogođeni nestašicom vode ili zagađenjem.

Pritisak na ovaj resurs stalno raste. Pored često smanjene dostupnosti vode usled smanjenih padavina ili sušnih perioda, zahvatanje vode za ljudsku upotrebu raste za gotovo 1% godišnje. Oba trenda će se nastaviti i u narednim decenijama. Posledice već osećamo u našim lancima snabdevanja.

Kako bi se obezbedila dugoročna dostupnost sveže vode, svi akteri duž lanca snabdevanja moraju dati svoj doprinos. Posebno u regionima sa visokim vodnim rizicima, fokus je na ključnim merama kao što su dokazivo zakonito zahvatanje vode, odgovorno korišćenje vode, smanjenje zagađenja voda, zaštita ekosistema u blizini voda i saradnja sa zainteresovanim stranama unutar rečnih slivova.

Za Lidl, održivije korišćenje vode nije zadatak budućnosti, već ključno pitanje sadašnjosti. Postavili smo sebi cilj da zaštitimo i odgovorno koristimo resurse sveže vode duž celokupnog lanca vrednosti putem ciljanih mera. Naša strategija u oblasti vode zasniva se na četiri osnovna stuba. Njihovom primenom obezbeđujemo sistematičan pristup ostvarivanju ciljeva u vezi sa vodom.

1. Razumevanje uticaja - Bolje razumevanje sopstvenih uticaja kroz analize rizika

Prvi korak ka održivoj strategiji upravljanja vodom jeste razumevanje sopstvenih uticaja i zavisnosti, kao i identifikacija kritičnih grupa proizvoda. Uz pomoć sveobuhvatnih i redovnih analiza rizika, razmatramo prilike i rizike naših poslovnih aktivnosti – uključujući i vodu.

Rezultati analiza predstavljaju osnovu za prioritizaciju, kao i za definisanje ciljeva i mera za ublažavanje rizika. Sistematskim analizama rizika na nivou (pod)grupa proizvoda identifikujemo uticaje na potrošnju vode i

zagađenje duž celokupnog lanca snabdevanja. Na taj način prepoznavamo proizvode sa visokim stepenom direktne izloženosti, kao što su primarni poljoprivredni proizvodi, proizvodi životinjskog porekla i drugi resursi povezani sa vodom.

Dodatno, rizike koji se odnose na vodne resurse analiziramo u odnosu na Filter rizika za vodu Svetske organizacije za zaštitu prirode (WWF), alat koji kompanijama omogućava da mapiraju fizičke, regulatorne i reputacione rizike povezane sa vodnim resursima, kao i da procene rizike duž čitavog svog lanca vrednosti.

2. Uspostavljanje standarda - Smanjenje vodnih rizika u odabranim grupama proizvoda putem standarda

Znanja stečena analizama, kao i razmenu znanja sa eksternim partnerima, koristimo za ciljano uvođenje sertifikata u relevantnim oblastima asortimana, kako bismo obezbedili odgovorno korišćenje vode. Evaluirali smo standarde održivosti, kao što su standardi Rainforest Alliance, i njihove zahteve u vezi sa vodom, te namećemo sopstvene zahteve dobavljačima, na primer kroz sporazume o ciljevima. Svi proizvođači voća i povrća sertifikovani su u skladu sa GLOBALG.A.P. IFA standardom ili ekvivalentnim standardom.

Sav tekstil koji sadrži pamuk mora biti sertifikovan prema priznatim standardima održivosti, kao što su Cotton Made in Africa ili Organic Content Standard. Pored toga, oslanjamo se na obaveznu sertifikaciju prema OEKO-TEX® STeP standardu za odgovorno upravljanje hemikalijama i zaštitu životne sredine (uključujući upravljanje otpadnim vodama) za sav tekstil i kućni tekstil.

Kako bismo prevenirali zagađenje vode u našim lancima snabdevanja voća i povrća i cveća i biljaka, ograničavamo upotrebu određenih sredstava za zaštitu biljaka u asortimanu voća i povrća, kao i cveća, te maksimalna količina ostataka ovih aktivnih supstanci ne sme da pređe 1/3 zakonske maksimalne dozvoljene koncentracije, dok analize ne smeju identifikovati više od pet aktivnih supstanci za voće i povrće, a najviše šest supstanci za cveće i biljke.

3. Promovisanje alternativa

Plastika - Naši vodni resursi su sve više ugroženi plastikom koja se ne razgrađuje u prirodi. Sa ciljem sprečavanja zagađenja vode, obavezali smo se na uklanjanje čvrste i tečne mikroplastike iz receptura proizvoda privatne robne marke u asortimanu kozmetike i sredstava za ličnu higijenu, zaključno sa 2021. godinom, i naši dobavljači imaju ugovornu obavezu da se pridržavaju ovih smernica. Dodatne informacije dostupne su u odeljku Cirkularna ekonomija.

Smanjenje otpada od hrane - Za proizvodnju hrane troše se i zagađuju velike količine vode. Prema istraživanjima, trećina globalno proizvedene hrane nikada ne završi na tanjiru. Zbog toga sprovodimo brojne mere za smanjenje bacanja hrane. Dodatne informacije dostupne su u odeljku Otpad od hrane.

Povećanje udela biljnih alternativa - Proizvodi životinjskog porekla, poput mesa, prilikom proizvodnje zahtevaju znatno više vode nego biljna hrana. Stoga povećavamo udeo biljnih izvora proteina u našem asortimanu. Dodatne informacije dostupne su u odeljku Odgovorni proizvodi.



4. Pokretanje promena - Saradjujemo sa akterima iz industrije, državnim institucijama, nevladinim organizacijama, telima za standardizaciju, akademskom zajednicom i lokalnim zajednicama kako bismo pokrenuli promene na nivou cele industrije, razvijali standarde i zajednički sprovedili inicijative za unapređenje.

Lidl je član Alliance for Water Stewardship (AWS) od 2018. godine, gde aktivno učestvuje u Radnoj grupi za poljoprivredu, a od 2022. uključen je u projekte implementacije AWS-a u rečnim slivovima u globalnim „žarištima“ poljoprivredne proizvodnje, kao što su Španija i Peru. U neprehrambenom sektoru, Lidl je član Leather Working Group (LWG), Alliance for Sustainable Textiles i Cotton made in Africa (CmiA).

U tekstilnom sektoru, Lidl je definisao tri glavna cilja u vezi sa vodom:

- ◆ podsticanje bezbednog rukovanja hemikalijama,
- ◆ smanjenje upotrebe energije, vode i hemikalija,
- ◆ ekološki prihvatljivo odlaganje otpada i adekvatno upravljanje otpadnim vodama.

	2021	2022	2023	2024
Ukupna zapremina crpljene vode u našim objektima (m3)*	164.769,00	200.574,00	263.979,00	226.242,00

*Voda iz javnog vodovoda, prema internim brojlama i računima komunalnih preduzeća

U okviru Lidla Srbija, sektor za nabavku odgovoran je za temu upravljanja svežom vodom u lancu snabdevanja.

Kada je reč o upravljanju vodnim resursima u sopstvenim operacijama, kompanija Lidl prilikom planiranja i izgradnje objekata implementira optimizirane sisteme i opremu koji omogućavaju kontrolisano korišćenje vode, i sprečavaju njenu neadekvatnu i prekomernu eksploataciju. Takođe, primenjujemo sisteme koji omogućavaju ponovno korišćenje vode (tzv. „sive“ vode, kišnice, itd.) – u Logističkom centru i Upravnoj zgradi postoje i rezervoari za prikupljanje kišnice, i sistemi kojima se ona dalje koristi za zalivanje i sanitarne čvorove, čime se upotreba vode racionalizuje, odnosno smanjuje se potrošnja vode pogodna za piće.

Naši objekti, bilo da se radi o prodavnicama, upravnoj zgradi ili logističkom centru, koriste vodu iz javnih sistema, odnosno iz gradskih ili opštinskih vodovodnih mreža. Voda se koristi kao pijaća, za sanitarne i kuhinjske potrebe, za zalivanje zelenih površina, i za hidrantsku mrežu.

Postavljanje i izvođenje interne mreže se u okviru parcela i objekata obavlja na osnovu zahteva i prema smernicama i uslovima javnih komunalnih preduzeća, zasnovanim na lokalnim uslovima i mogućnostima postojeće mreže.

Posebna pažnja se posvećuje korišćenju sistema za prečišćavanje, kako bi se sprečilo ispuštanje neadekvatnih materija u javni sistem odvođivanja. Jedan od primera za to su separatori ulja i masti na parking površinama, kojima se sprečava dospevanje ovih materija iz automobila u javni sistem prilikom odvođenja vode. Tamo gde postoje ograničenja lokalne mreže se, planiranjem retenzija, kako nadzemnih tako i podzemnih, obezbeđuje kontrolisano ispuštanje voda u javni sistem.

Ispitivanje uzoraka otpada i vode u separatorima radi se redovno i prema zakonskim okvirima, uz saradnju sa sanitarnim inspekcijama i državnim kontrolnim telima i institucijama.



Sirovine

Lidl nudi širok asortiman proizvoda zasnovanih na velikom broju različitih sirovina.

One čine osnovu naših proizvoda i mogu se podeliti na poljoprivredne sirovine, proizvode životinjskog porekla, metale i izvore energije. U zavisnosti od njihovog porekla, kao i načina proizvodnje i dalje prerade, ove sirovine mogu biti povezane sa negativnim uticajima na životnu sredinu, koji se razlikuju kako po vrsti, tako i po intenzitetu.

Stoga smatramo svojom odgovornošću da doprinesemo očuvanju prirodnih resursa i smanjenju negativnih uticaja uzgoja, proizvodnje i eksploatacije sirovina na ljude, životnu sredinu i društvo. Naš glavni fokus je na očuvanju ekosistema i poštovanju ljudskih prava, jer je upravo proizvodnja sirovina često povezana sa intenzivnim korišćenjem resursa, kao i sa zahtevnim radnim uslovima i drugim aspektima ljudskih prava.

Fokusiramo se na takozvane kritične sirovine. One su identifikovane na osnovu sistematske analize rizika sprovedene zajedno sa stručnjacima. Prema rezultatima ove analize, kritične sirovine imaju najveći uticaj na ljude i životnu sredinu, a istovremeno su od velikog značaja za naš asortiman proizvoda.

Konkretno, obavezali smo se da do 2025. godine unapredimo održivost nabavke kritičnih sirovina. Koristimo različite analitičke alate kako bismo sistematski identifikovali potencijalne rizike i, na osnovu dobijenih rezultata, definisali konkretne mere. Time omogućavamo dugoročno smanjenje negativnih uticaja naših poslovnih aktivnosti.

Kako bismo nastavili da strateški unapređujemo upravljanje kritičnim sirovinama, postavili smo odgovarajuće, specifične ciljeve u oblasti nabavke u okviru naše strategije održivosti.

Prilikom nabavke sirovina, Lidl Srbija vodi se sledećim izjavama o namerama, koje su i javno objavljene na sajtu kompanije:

- ◆ Održiva nabavka kafe;
- ◆ Održiva nabavka čaja;
- ◆ Održiva nabavka palminog ulja;
- ◆ Održiva nabavka proizvoda i ambalaže koji sadrže celulozu;
- ◆ Odgovorna upotreba vode;
- ◆ Održiva nabavka jaja;
- ◆ Održiva nabavka cveća i biljaka;
- ◆ Održiva nabavka ribe, ljuskara i proizvoda od ribe i ljuskara;
- ◆ Sveže voće i povrće;
- ◆ Mikroplastika.

Politike nabavke koje se odnose na smanjenje uticaja na životnu sredinu obuhvataju i:

- ◆ Osvešćenu ishranu;
- ◆ Kakao;
- ◆ Sirovine;
- ◆ Lance snabdevanja bez krčenja šuma
- ◆ Vodu

Između ostalog, oslanjamo se na međunarodno priznate sertifikate održivosti, kao što su organski (Bio), Fairtrade, Donau Soja, Forest Stewardship Council (FSC), Marine Stewardship Council (MSC), Rainforest Alliance, Round Table on Sustainable Soy (RTRS) i Round Table on Sustainable Palm Oil (RSPO).



U okviru Kodeksa ponašanja Švarc grupe, od naših poslovnih partnera zahtevamo poštovanje ljudskih prava i zakona o zaštiti životne sredine duž celokupnog lanca snabdevanja, kao i izbegavanje ili smanjenje iscrpljivanja resursa i zagađenja životne sredine gde god je to moguće. U slučaju da poslovni partneri ne sarađuju, preduzimamo odgovarajuće mere, uključujući i raskid poslovnog odnosa kao krajnju meru. Redovna razmena sa organizacijama koje dodeljuju sertifikate omogućava nam da proverimo efikasnost preduzetih mera.

Odgovornost za temu uticaja u lancima snabdevanja, kao i koordinaciju i uspostavljanje ciljeva u vezi s ovom temom, nalazi se u Direkciji za nabavke. Koordinaciju aktivnosti i ciljeva vrši Sektor Kvalitet i održivost.

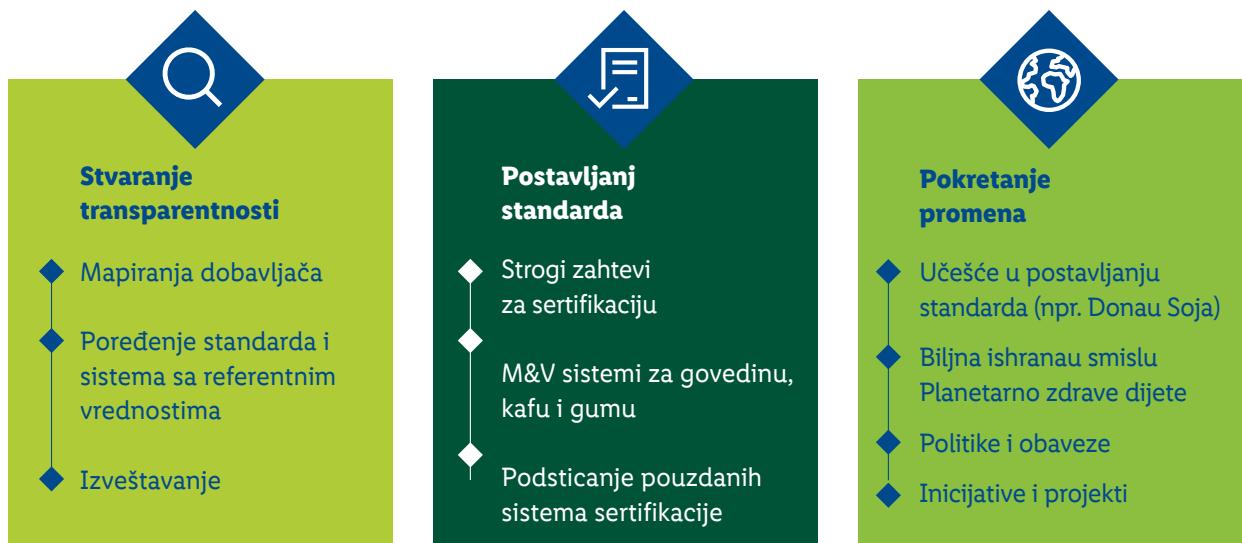
Aktivno se zalažemo za zabranu krčenja šuma u sopstvenim lancima snabdevanja i u celoj industriji maloprodaje prehrambenih proizvoda. Da bismo to postigli, identifikovali smo sedam visokorizičnih proizvoda kao ključne pokretače za krčenje šuma i prenamenu zemljišta. Pri tome smo se vodili procenom uticaja Evropske komisije. Na osnovu nje, formulisali smo centralne pristupe za izbegavanje krčenja šuma za svaki sektor sirovina.

EU uredba o krčenju šuma (EUDR) (Uredba (EU) 2023/1115), koja je stupila na snagu 29. juna 2023. godine, zahteva od gotovo svih učesnika u evropskim lancima snabdevanja da poštuju propise za određene sirovine i grupe proizvoda. Naša strategija za lance snabdevanja bez krčenja šuma usklađena je sa ovim pravnim zahtevom Evropske unije, i odnosi se na sledeće sirovine:



Strategija krećenja šuma i prenamene

Do kraja 2024. godine, lanac snabdevanja rizičnim sirovinama biće bez krčenja šuma



Zakoni (EUDR ili uporedivi zakoni**)

Prenamena drugih prirodnih ekosistema u rizične lance snabdevanja bi takode trebalo da se zaustavi u budućnosti.
 ** Zakonodavstvo podrazumeva implementaciju zahteva EUDR-a i uporedivih regulatornih zahteva.

Ciljevi za sirovine

Sirovina	Proizvod	Stalni asortiman	Akcijski asortiman	Potkategorije	Cilj	Cilj u %	Rok za ispunjenje cilja
Plastika	Ambalaža	X	X	Ceo asortiman	Redukcija	-30%	2025.
	Ambalaža	X	X	Ceo asortiman	Obezbediti maksimalnu moguću reciklabilnost	100%	2025.
	Ambalaža	X	X	Ceo asortiman	Povećati udeo reciklata	25%	2025.
Drvo/ Celuloza	Ambalaža i artikli koji sadrže celulozu	X	X	neprehrambeni artikli	Reciklirani materijal, FSC ako se koriste sveža vlakna, bez PEFC (samo u izuzetnim slučajevima)	100%	2025.
	Pakovanja koja sadrže celulozu	X	X	prehrambeni artikli, voće i povrće	Reciklirani materijal, FSC ako se koriste sveža vlakna, bez PEFC (samo u izuzetnim slučajevima)	100%	2025.
	Pakovanja koja sadrže celulozu	X	X	proizvodi za održavanje higijene i čišćenje	Reciklirani materijal, FSC ako se koriste sveža vlakna, bez PEFC (samo u izuzetnim slučajevima)	100%	2025.
	Kuhinjski i sanitarni papirni artikli	X		Papir, vata	Povećati udeo recikliranog materijala (moguć je i hibridni papir)	15%	2025.
	Ugalj i briketi	X	X	Sveće, šibice, upaljači, ugalj, maziva	FSC (poželjno), PEFC, Nordic Swan (poželjno ako je lanac snabdevanja FSC sertifikovan), nabavlja se kao deo projekta Earthworm	100%	2024. →
	Ugalj i briketi	X	X	Sveće, šibice, upaljači, ugalj, maziva	Navođenje zemlje porekla i vrste drveta na deklaraciji	100%	2021. →
Palmino ulje	Artikli koji sadrže palmino i ulje palminih koštica (uključujući derivate i frakcije)	X	X	proizvodi za održavanje higijene i čišćenje	RSPO, Trgovinski model: Mass Balance	100%	2020. →
	Artikli koji sadrže palmino i ulje palminih koštica	X	X	prehrambeni artikli	RSPO, Trgovinski model: Segregirani	100%	2022. →
	Artikli koji sadrže derivate i frakcije palminog i ulja palminih koštica	X	X	prehrambeni artikli i proizvodi za održavanje higijene i čišćenje	RSPO, Trgovinski model: Mass Balance	100%	2022. →
Kakao	Artikli koji sadrže kakao	X	X	Artikli koji sadrže kakao	Fairtrade, Fairtrade Kakao Program, Rainforest Alliance, Bio	100%	2022. →
	Čokolade	X	X	Čokolade	Fairtrade, Fairtrade Kakao Program	100%	2022. →
Čaj	Zeleni, crni i rooibos čaj	X	X	Čaj	Fairtrade, Rainforest Alliance, Bio	100%	2022. →
	Biljni i voćni čaj	X	X	Čaj	Fairtrade, Rainforest Alliance, Bio (pod uslovom da postoji sertifikovana dostupna roba)	100%	2022. →
Kafa	Kapsule, instant kafa / kapučino	X	X	Pržena kafa, instant kafa, zamena za kafu, kapučino	Fairtrade, Rainforest Alliance, Bio	100%	2022. →

Sirovina	Proizvod	Stalni asortiman	Akcijski asortiman	Potkategorije	Cilj	Cilj u %	Rok za ispunjenje cilja
Kafa	Jastučići za kafu i napici od kafe	X	X	Pržena kafa, instant kafa, zamena za kafu, hlađeni proizvodi od kafe	Fairtrade, Rainforest Alliance, Bio	100%	2024. →
	Pržena kafa	X	X	Pržena kafa	Osigurati da nije došlo do krčenja šuma putem sistema koji proverljivo uzima u obzir AFI smernice za M&V sisteme	100%	2024. →
Riba i školjke	Divlji ulov, bez tunjevine	X		Riba, Riblji delikatesi Riblje konzerve, Sveža riba	MSC sertifikat (bez tunjevine); pod uslovom da su dostupnost proizvoda i standard sertifikacije zadovoljeni	100%	2025.
	Divlji ulov, bez tunjevine		X	Riba, Riblji delikatesi Riblje konzerve, Sveža riba	MSC sertifikat (bez tunjevine); pod uslovom da su dostupnost proizvoda i standard sertifikacije zadovoljeni	50%	2022. →
	Akvakultura	X		Riba, Riblji delikatesi Riblje konzerve, Sveža riba	ASC sertifikat (poželjno), Bio (poželjno), GLOBALG.A.P., BAP; pod uslovom da je dostupnost proizvoda i standard sertifikacije zadovoljen	100%	2025.
	Akvakultura		X	Riba, Riblji delikatesi Riblje konzerve, Sveža riba	ASC sertifikat (poželjno), Bio (poželjno), GLOBALG.A.P., BAP; pod uslovom da je dostupnost proizvoda i standard sertifikacije zadovoljen	50%	2022. →
	Smrznuta riba, gotova jela, isključujući tunjevinu	X	(X)	Pice, bageti, peciva, poslastičarski proiz. Gotova jela, grickalice Delikatne salate, namazi za hleb Proizvodi od krompira, gotovo testo, testenine Gotova jela Salate, voće, povrće, antipasti Ostali delikatesni artikli	MSC sertifikat (bez tunjevine), ASC sertifikat(poželjno), Bio (poželjno), GLOBALG.A.P., BAP; pod uslovom da je dostupnost proizvoda i standard sertifikacije zadovoljen; akcija kada je moguće	100%	2025.
	Konzerve tunjevine	X		Riblje konzerve	Konzerve (samo tunjevine): MSC sertifikat, projekat Fishery Improvement (FIP), bez upotrebe plutajućih uređaja za privlačenje riba (FAD free), Ribolov pomoću štapa i udice (pole&line)	100%	2025.
	Hrana za mačke	X	X	Vlažna hrana za mačke Suva hrana za mačke	MSC, ASC sertifikat primenjen na hranu za mačke sa oznakom riba	100%	2022. →
Jaja	Sveža jaja	X	X	svi prehrambeni proizvodi	Minimum jaja iz podnog uzgoja	100%	2025.
	Proizvodi koji sadrže jaja kao sastojak	X	X	svi prehrambeni proizvodi	Minimum jaja iz podnog uzgoja	100%	2025.

Sirovina	Proizvod	Stalni asortiman	Akcijski asortiman	Potkategorije	Cilj	Cilj u %	Rok za ispunjenje cilja
Govedina	Govedina iz Južne Amerike i drugih visoko rizičnih zemalja	X	X	Smrznuto meso, mesne konzerve, kobasice i sveže meso	Obezbeđivanje statusa bez krčenja šuma putem sistema koji priznaje GRSSB ili proverljivo uzima u obzir smernice AFI za sisteme merenja i verifikacije	100%	2024. →
Sok	Svež sok od pomorandže iz inostranstva	X	X	Lidl brendovi Naturis i Solevita	Fairtrade, Rainforest Alliance, Bio	100%	2022. →
Pirinač	Pirinač	X		Pirinač	Sertifikovani pirinač (jedan sertifikovan proizvod u asortimanu): Sustainable Rice Platform, Fairtrade, Bio		2025.
Orašasti plodovi	Orašasti plodovi, uključujući i mešavine	X	X	Orašasti plodovi, sušeno voće	Povećati ponudu sertifikovanih orašastih plodova: Fairtrade, Rainforest Alliance, Bio		2025.
Voće i povrće	Sveže voće i povrće	X	X	Voće i povrće	GLOBALG.A.P. sa GRASP dodatkom ili ekvivalentni sertifikat	100%	2021. →
Cveće i biljke	Sveže i biljke	X	X	Cveće i biljke	GLOBALG.A.P. sa GRASP dodatkom ili ekvivalentni sertifikat (Fairtrade)	100%	2021. →
Zemlja za biljke	Pakovana zemlja za saksije		X	Cveće i biljke	Smanjenje treseta, uključeno maks. 50% treseta	100%	2025.
Voće	Banane	X	X	Voće i povrće	Kontinuirano širenje ponude sertifikovanih proizvoda: Fairtrade (poželjno), Rainforest Alliance (poželjno), Bio		2025.
	Ananas	X	X	Voće i povrće	Fairtrade (poželjno), Rainforest Alliance (poželjno), Bio Poreklo Kostarika: SCS	100%	2022. →
	Mango	X	X	Voće i povrće	Fairtrade (poželjno), Rainforest Alliance (poželjno), Bio Poreklo Izrael: GlobalG.A.P. Spring Poreklo Dominikanska Republika/ Kostarika: SCS		2025.
	Avokado	X	X	Voće i povrće	Fairtrade (poželjno), Rainforest Alliance (poželjno), Bio Poreklo Čile/Izrael/Maroko: GlobalG.A.P. Spring Poreklo Južna Afrika: SIZA Poreklo Dominikanska Republika/Kolumbija: SCS	100%	2022. →
	Grožđe	X	X	Voće i povrće	Proširenje ponude sertifikovanih proizvoda: Fairtrade, Rainforest Alliance, Bio		
Soja	Proizvodi od soje (proizvodi koji sadrže soju kao sastojak = zamene za mleko, kobasice, meso i sir; isključujući soja sos)	X	X	Kobasice hladene, jogurt, mlečni proizvodi, sir, delikatesni artikli, zamene za meso	Soja kao sastojak mora poreklom biti iz Evrope	100%	2024. →
	Vegetarijanske/ veganske zamene (uključujući zamene za kobasice), sojina pića i sojina krema	X	X	Vegetarijanske i veganske zamene za kobasice, vegetarijanski delikatesni proizvodi, mlečni nehladeni proizvodi	Pored svog evropskog porekla, soja kao sastojak u vegetarijanskim/ veganskim zamenskim proizvodima mora biti sertifikovana prema sledećim standardima: RTRS, Donau Soja, Europe Soy, ProTerra, ISCC+ i organska.	100%	2025.
	Soja u stočnoj hrani (indirektna soja u životinjskim proizvodima)	X	X	Smrznuta i sveža živina, meso, riba	Bez krčenja šuma prema sledećim sistemima (gde su dostupni): ZDC ili ProTerra MRV Alternative moraju biti u skladu sa važećim AFI Smernicama za M&V sisteme	100%	2028.

Sirovina	Proizvod	Stalni asortiman	Akcijski asortiman	Potkategorije	Cilj	Cilj u %	Rok za ispunjenje cilja
Pamuk	Tekstil, Drugi neprehrambeni proizvodi (posuđe, nameštaj, alat), Održiviji pamuk	X	X	Neprehrambeni proizvodi	Global Organic Textile Standard, Organic Content Standard, Cotton made in Africa, reciklirani pamuk	100%	2022. →
	Tekstil, Drugi neprehrambeni proizvodi (posuđe, nameštaj, alat), Organski pamuk	X	X	Neprehrambeni proizvodi	Global Organic Textile Standard, Organic Content Standard	15%	2022. →
	Tekstil, Drugi neprehrambeni proizvodi (posuđe, nameštaj, alat), Organski pamuk	X	X	Neprehrambeni proizvodi	Global Organic Textile Standard, Organic Content Standard	20%	2025.
Viskoza	Tekstil, Drugi neprehrambeni proizvodi (posuđe, nameštaj, alat), Održivija viskoza	X	X	Neprehrambeni proizvodi	EcoVero (Lenzing), LIVAECO (Birla)	100%	2020. →
Perje	Tekstil, Drugi neprehrambeni proizvodi (posuđe, nameštaj, alat)	X	X	Neprehrambeni proizvodi	Reciklirano ili sertifikovano: DownPass, RDS, GOTS, GRS ili RCS Zabrana perja iz živog čerupanja ili prinudnog tovljenja	100%	2022. →
Vuna	Tekstil, Drugi neprehrambeni proizvodi (posuđe, nameštaj, alat)	X	X	Neprehrambeni proizvodi	Reciklirano ili sertifikovano: RWS, GCS, SFA, GOTS, GRS, RCS Zabrana upotrebe angora vune, kao i zabrana mulesinga kod merino vune; Jagnjeća koža dozvoljena samo uz dokaz da je nusproizvod prehrambene industrije	100%	2022. →
Koža	Tekstil/Obuća, Drugi neprehrambeni proizvodi (posuđe, nameštaj, alat), Održivija koža	X	X	Neprehrambeni proizvodi	Reciklirano ili sertifikovano: Leather Working Group prema zlatnom ili srebrnom standardu	100%	2021. →
Sintetički materijali	Poliester (tekstil)	X	X	Neprehrambeni proizvodi	Reciklirani materijal: GRS, RCS, RMC, Eucertplast, Blue Angel, SCS Na biološkoj bazi (sertifikovana sirovina: npr. RSB, ISCC, BonSucro, Redcert)	100%	2030.
	Drugi neprehrambeni proizvodi (posuđe, nameštaj, alat)	X	X	Neprehrambeni proizvodi	Reciklirani materijal: GRS, RCS, RMC, Eucertplast, Blue Angel, SCS Na biološkoj bazi (sertifikovana sirovina: npr. RSB, ISCC, BonSucro, Redcert) Izbegavati: PLA, PVC	30%	2030.
Aluminijum	Drugi neprehrambeni proizvodi (posuđe, nameštaj, alat)	X	X	Neprehrambeni proizvodi	Reciklirano ili sertifikovano: ASI, PCR, GRS, RCS	30%	2030.
Staklo	Drugi neprehrambeni proizvodi (posuđe, nameštaj, alat)	X	X	Neprehrambeni proizvodi	Reciklirano ili sertifikovano: RSI, GRS, RCS	30%	2030.
Palmino ulje	Artikli koji sadrže palmino i ulje palminih koštica	X	X	Neprehrambeni proizvodi	RSPO, Trgovinski model: Segregirani	100%	2023. →
	Artikli koji sadrže derivate i frakcije palminog i ulja palminih koštica	X	X	Neprehrambeni proizvodi	RSPO, Trgovinski model: Segregirani	100%	2022. →



Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)

RSPO predstavlja globalnu inicijativu sa ciljem da održiva proizvodnja palminog ulja postane standard. Ovim programom podstiču se održivije metode uzgoja palmi za proizvodnju ulja.

Fairtrade

Fairtrade je sinonim za bolje uslove rada i bolji život malih proizvođača i radnika u Africi, Aziji i Južnoj Americi. Nezavisna kontrola u okviru Fairtrade standarda obuhvata kriterijume za dobru organizacionu strukturu, zaštitu životne sredine i bezbedne uslove rada.

Rainforest Alliance Certified

Ovim znakom označeni su proizvodi koji kompletno ili pretežno potiču sa farmi ili iz šuma koje poseduju sertifikat Rainforest-Alliance. Poslovanje u ovakvim sistemima mora da se obavlja prema striktnim smernicama SAN - Sustainable Agriculture Network, koje obuhvataju kriterijume za zaštitu život ne sredine i društvenu odgovornost.

Forest Stewardship Council (FSC)

FSC razvija standarde za odgovorno šumarstvo. Centralni deo FSC sistema je FSC sertifikacija šuma. Ovaj sertifikat potvrđuje da se određenim šumskim područjem upravlja u skladu sa FSC principima i kriterijima.

BIO sertifikat

Označava da su proizvodi proizvedeni u skladu sa strogim pravilima organske proizvodnje. To podrazumeva upotrebu prirodnih đubriva, izbegavanje sintetičkih pesticida i hemikalija, kao i strogu kontrolu celog proizvodnog procesa — od semena do gotovog proizvoda. Cilj BIO sertifikata je očuvanje zdravlja potrošača, zaštita životne sredine i održavanje biološke raznovrsnosti.

Global G.A.P. sertifikat

je međunarodni standard koji potvrđuje da se poljoprivredna proizvodnja sprovodi u skladu sa principima bezbednosti hrane, održivosti i odgovornog upravljanja resursima. Sertifikat obuhvata oblasti kao što su higijena, zaštita zdravlja radnika, dobrobit životinja i zaštita životne sredine.

Marine Stewardship Council (MSC)

MSC znak garantuje da populacija u lovištima ribe ostaje na visokom nivou, da se oprema za ribolov koristi na odgovoran način, da se sporedni ulovi svedu na minimum i tako dugoročno sačuva životni prostor riba i drugih morskih životinja.

Aquaculture Stewardship Council (ASC)

ASC znak obeležava ribu i morske plodove, koji potiču sa riblje farme, čije odgovorne metode uzgoja imaju mali uticaj na ljude i životnu sredinu.

Provera ispunjenosti ciljeva u vezi sa upotrebom sertifikovanih kritičnih sirovina vrši se putem revizije koju sprovodi tim kontrole kvaliteta. U okviru standardne liste pitanja, uključena su i pitanja koja se odnose na sertifikaciju i status sirovina za koje je kompanija Lidl Srbija postavila specifične ciljeve. Nakon završene revizije, rezultati

se dostavljaju Menadžeru odseka Proseci i standardi, u okviru sektora Kvalitet i održivost, direkcija Nabavke, kao i odgovornom nabavljaču i dobavljaču. U slučaju otkrivanja neusaglašenosti sa postavljenim ciljevima – definišu se korektivne mere sa jasno određenim ciljem i vremenskim okvirom za otklanjanje takve neusaglašenosti.

Udeo sirovina poreklom iz održivih izvora u ukupnoj paleti proizvoda privatne robne marke

Materijal	Godina	Proizvodi privatne robne marke u kojima se koristi sirovina	Proizvodi sa kritičnim sirovinama iz održivih izvora	Udeo sirovina iz održivih izvora (%)
Kakao	2021.	713	574	80,00
	2022.	834	639	77,00
	2023.	809	748	92,84
	2024.	903	890	98,07
Palmino ulje	2021.	547	218	40,00
	2022.	526	216	41,00
	2023.	653	395	60,49
	2024.	553	524	94,76
Zeleni i crni čaj / Roiboos	2021.	9	2	22,00
	2022.	7	1	14,00
	2023.	16	9	56,25
	2024.	23	13	56,52
Voćni i biljni čaj	2021.	42	11	26,00
	2022.	47	19	40,00
	2023.	52	17	32,70
	2024.	41	12	29,30
Kafa	2021.	56	25	45,00
	2022.	36	16	44,00*
	2023.	31	21	67,74
	2024.	68	66	97,06
Riba	2021.	78	42	54,00
	2022.	89	43	48,00
	2023.	94	42	44,70
	2024.	103	60	58,30
Tuna	2023.	23	11	47,80
	2024.	28	18	64,30

Cirkularna ekonomija

Cirkularna ekonomija predstavlja ključan princip i priliku za sektor maloprodaje u doprinosu održivosti.

Za razliku od linearnog modela korišćenja resursa, primena principa cirkularnosti omogućava maksimalno zadržavanje resursa u upotrebi.

Najznačajniji uticaji kompanije Lidl Srbija u ovoj oblasti obuhvataju ambalažu i upravljanje otpadom u našim operacijama. Zbog specifične strukture našeg lanca vrednosti, suočavamo se sa većom potrebom za upotrebom zaštitnih pakovanja u svom poslovanju od tradicionalnih bakalnica i pijaca. Svesni smo da veća upotreba ambalaže ima značajan uticaj na životnu sredinu, zbog čega težimo odgovornom pristupu i implementaciji inovacija, kako bismo smanjili naše uticaje na najmanju moguću meru. Kada je reč o otpadu generisanom u poslovanju Lidl Srbija, naši ciljevi usmereni su na smanjenje otpada, kao i na ekološki prihvatljivo postupanje, što obuhvata ponovno korišćenje, reciklažu, kompostiranje i proizvodnju biogasa.

REset Plastic

Kompanije Švarc grupe pokrenule su 2018. godine primenu zajednički razvijene internacionalne strategije REset Plastic, koja se, takođe, sprovodi i u Srbiji.

Kompanije Švarc Grupe zajedno postavljaju ambiciozne ciljeve, dalje razvijajući REset Plastic strategiju u sveobuhvatnu strategiju cirkularne ekonomije – Reset Resources. Ova strategija oblikuje upravljanje resursima u okviru Švarc grupe, kroz pet oblasti delovanja: REdesign, REduce, RE-use, REcollect and REcycle. Dodatne informacije o strategiji REset Resource mogu se pronaći u izveštaju o održivosti kompanija Švarc grupe: https://gruppe.schwarz/en/asset/download/30775/file/SchwarzGroup_SustainabilityReport_FY24.pdf?version=11

Plastika ima važnu funkciju u trgovini hranom: ona je robustna, laka i ima višestruku namenu. Plastika štiti hranu, pre svega u transportu, i igra važnu ulogu u osiguranju roka trajanja i higijene. Međutim, pošto proizvodnja plastike raste a stepen reciklaže ostaje mali, plastični otpad postaje sve veći problem za ljude, životinje i životnu sredinu. Prepoznamo naše uticaje i odgovornost u vezi sa ovom temom, i stoga smo posvećeni smanjenju, prikupljanju, sortiranju i ponovnom korišćenju plastike. Kao deo Švarc grupe, kompanije Lidl grupe su se obavezale da će do 2025. godine smanjiti potrošnju plastike za 30% (u odnosu na septembar 2023. godine), da će celokupna ambalaža za privatne marke biti maksimalno reciklabilna i da će se u proseku koristiti 25% reciklata u ambalaži privatnih marki. Kao deo ove posvećenosti, 2018. godine smo kao grupa kompanija potpisali Globalnu obavezu Fondacije „Ellen MacArthur” za novu ekonomiju plastike.

Od 2021. godine, kao deo strategije „REset Plastic”, Lidl Srbija prekinula je upotrebu plastičnih kesa za kupovinu, a potrošači mogu kupiti papirne kese ili višekratne torbe, ili koristiti svoje višekratne torbe, sa ciljem prelaska na održivije opcije. Takođe, s ciljem smanjenja količine plastike u ambalaži naših proizvoda pod privatnom markom, u 2021. godini obustavili smo upotrebu plastičnih (polimernih) poklopaca za određene mlečne proizvode. Potrošači u našim prodavnicama mogu kupiti višekratne poklopce kako bi očuvali svežinu i time doprineli smanjenju otpada od plastike. Uz to, od februara 2024. godine velika pakovanja naših mlečnih proizvoda u kanticama više nemaju



plastične ručke, što donosi smanjenje upotrebe plastike za procenjenih 6,3 tona na godišnjem nivou. Do 2024. godine, kompanija Lidl Srbija je u okviru strategije REset Plastic smanjila upotrebu plastike u ambalaži flaširanih voda privatne robne marke Saguaro za 24-30%. Prema procenama naše kompanije, na ovaj način je optimizacijom ambalaže flaširane vode smanjena upotreba plastike za do 275 tona na godišnjem nivou.

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. Na postizanju ovog cilja, blisko smo sarađivali sa našim dobavljačima, unapređujući i optimizujući plastičnu ambalažu proizvoda – uz smanjenje količine upotrebene plastike, istovremeno zadržavamo dosledan kvalitet i gramažu proizvoda.

Svi proizvodi sa optimizovanom ambalažom nose oznaku „Bolje i manje – odgovorno pakovanje“, jasno ukazujući potrošačima da je kompanija Lidl predana očuvanju prirodnih resursa i smanjenju plastičnog otpada.

Bez mikroplastike

Kako bi naši potrošači na prvi pogled mogli da vide koji proizvodi po recepturi ne sadrže mikroplastiku, uveli smo žig „receptura bez mikroplastike“ za kozmetičke proizvode i proizvode za negu tela. Već sada veliki broj proizvoda iz tog asortimana ne sadrži mikroplastiku, a uvođenjem žiga povećavamo transparentnost i podižemo svest potrošača u vezi sa ovom temom.

Dobro se reciklažom vraća

Lidl Srbija pokrenula je 2022. godine ekološko-humanitarni projekat „Dobro se reciklažom vraća“, koji omogućava potrošačima da vraćanjem na reciklažu PET i ALU ambalaže kupljene u Lidlu, doniraju sredstva fondaciji „Budi human“.

U pilot fazi projekat je obuhvatio 3 prodavnice u Novom Sadu i Nišu, a u septembru 2023. aparati za reciklažu postavljeni su u još dve prodavnice u Beogradu. Takođe, dodata je i mogućnost da potrošači sebi obezbede vaučer koji im donosi umanjeње računa u iznosu od 5 dinara za svaku vraćenu ambalažu.

Aparati za reciklažu plastičnih flaša i limenki postavljeni su na samom ulazu u prodavnice i lako uočljivi, jednostavni za upotrebu i samostalno razvrstavaju i presuju ambalažu. Prikupljena ambalaža se šalje na dalju reciklažu operaterima koji imaju za to sve potrebne dozvole. Cilj je da se od prikupljene/reciklirane ambalaže proizvedu nove flaše, odnosno sirovina za ponovnu upotrebu.

Čisto iz ljubavi

Kao deo strategije „REset Plastic“, Lidl Srbija od 2020. godine sprovodi projekat uklanjanja otpada iz prirode „Čisto iz ljubavi“.

Kroz ovaj projekat nastojimo da osnažimo i povežemo članove lokalnih zajednica, sa željom da, iz godine u godinu, zajedno nastave da pokreću pozitivne promene u društvu i doprinos očuvanju prirodnog bogatstva.

Tokom pet godina sprovođenja projekat je okupio je više od 4.000 volontera širom zemlje, koji su zajedničkim trudom uklonili više od 100 tona otpada iz prirode.

Naš višegodišnji partner u ovom projektu je ekološko humanitarno udruženje Čepom do osmeha, sa kojim smo u 2024. godini sprovedli ukupno 11 akcija čišćenja. Uz to, finansijski smo podržali sprovođenje još 17 akcija koje su sprovele lokalne organizacije širom Srbije.

U 2023. godini akcije „Čisto iz ljubavi“ sprovedene su u okviru internacionalne kampanje River Cleanup Collective. Ideja iza fokusiranja akcija na tokove reka je dugogodišnja posvećenost kompanija Švarc grupe uklanjanju plastičnog otpada iz okeana. Kako plastika u okean dospeva putem reka i mora, akcije na lokalnu su bile usmerene na sprečavanje pristizanja novog plastičnog otpada u okeane. Avgust i septembar bili su u znaku Lidlovih akcija čišćenja reka i obala, pa je tako Čepom do osmeha predvodio akcije u Pirotu, Jagodini, Apatinu, Šapcu, Sremskoj Mitrovici, Obrenovcu, Bečeju i Vrbasu, dok su lokalne organizacije otpad iz prirode uklanjale u Nišu, Priboju, Novom Sadu, Somboru, Valjevu, Zrenjaninu i Kučevu. Lidlovoj akciji uklanjanja otpada u Obrenovcu priključili su se predstavnici omladinske muške i ženske vaterpolo reprezentacije Srbije, a tokom projekta su u aktivnostima učestvovala brojna inkluzivna udruženja, udruženja ribolovaca i udruženja građana.

Svi reciklabilni materijali, koji su tokom Lidlovog projekta „Čisto iz ljubavi“ uklonjeni iz prirode, predati su na reciklažu, čime je omogućena njihova prerada, i dalje korišćenje, uz smanjenje negativnog uticaja koji taj otpad može imati po prirodno stanište raznovrsnih živih bića.



Upravljanje otpadom

Osnov za pristup Lidla Srbija upravljanju otpadom je važeći Zakon o upravljanju otpadom Republike Srbije, u kome su definisana pravila administrativnog i dnevnog poslovanja, kao i odgovornosti prema zvaničnim institucijama koje se bave ovom temom. Uz to, kompanija PreZero, takođe je deo Švarc grupe.

Sve aktivnosti u oblasti upravljanja otpadom sprovode se u saradnji sa kompanijom GreenCycle koja je ćerka-firma kompanije PreZero. U okviru PreZero, sarađujemo i sa firmom PreTurn koja se bavi paletnim pulingom⁵ naših plastičnih paleta HHP i NEP. Ova saradnja obezbeđuje Lidlu Srbija savetodavnu podršku pri upravljanju otpadom, kao i pri uvođenju inovacija u oblastima recikliranja, upravljanja energijom i logističkih rešenja. Bogato iskustvo i inovativna rešenja kompanije PreZero omogućavaju nam optimalno korišćenje potencijala za unapređenja.

Sektor organizacije prodaje ima cilj da uskladi procese u prodavnicama sa definisanim ciljevima kompanije koji direktno ili indirektno utiču na otpis robe. Primarno sortiranje otpada sprovodi se u prodajnim objektima i skladištu. Konstantno radimo na pronalasku pouzdanih domaćih partnera, kao i na razvijanju korektnih poslovnih odnosa sa postojećim domaćim operaterima. Kompanija PreZero propisuje listu kriterijuma koje operateri za zbrinjavanje moraju da ispune, a dodatna kontrola sprovodi se i revizijskim posetama na mestu zbrinjavanja.

Tokom 2024. godine akcenat je bio na reciklabilnim materijalima iz negativnog dela skale zbrinjavanja. Tako je za tekstil pronađen novi način zbrinjavanja, koji podrazumeva korišćenje tekstila u građevinskoj industriji. Takođe, žuti papir od nalepnica u skladištu više neće završavati u komunalnom otpadu, već se reciklirati u industriji plastike. Novi način zbrinjavanja implementiran u Logističkom centru Nova Pazova, dok se proširenje načina postupanja u Logističkom centru Lapovo planira u toku poslovne 2025. godine.

U kompaniji Lidl Srbija upravljanje otpadom je u nadležnosti Sektora centralne logistike, Sektora logistike uprave, koji:

- ◆ Dnevno prikupljaju podatke o akumuliranom otpadu;
- ◆ Koordinišu sortiranje i mesečnu isporuku operaterima ovlašćenim za zbrinjavanje
- ◆ Sprovode obuke zaposlenih za adekvatno postupanje sa otpadom;
- ◆ Sarađuju sa Sektorom prodaje u vezi sa postupanjem sa otpadom u prodavnicama.

Mehanizmi za žalbe i primedbe zainteresovanih strana postoje na više nivoa. Osnovni nivoi žalbi i primedbi koji mogu postojati su:

- ◆ Primedbe na procese u prodavnicama;
- ◆ Primedbe na postupanje transportnih kompanija sa otpadom;
- ◆ Primedbe na procese u skladištu i reciklažnom odeljenju skladišta;
- ◆ Primedbe na krajnje postupanje sa bio-otpadom od strane operatera.

Materijal	Ukupna količina generisanog otpada (zapremina u t)				Metoda zbrinjavanja	2021.	2022.	2023.	2024.
	2021.	2022.	2023.	2024.		2021.	2022.	2023.	2024.
PPK (papir, karton)	10.652,9	11.174,1	11.678,3	12.204,6	Reciklaža	10.652,9	11.174,1	11.678,3	12.204,6
Organski otpad	7.211,3	7.163,7	6.439,2	6.642,4	Prerada u hranu za kućne ljubimce	0,0	0,0	0,0	135,3*
					Kompostiranje	0,0	0,0	61,5	1.388,4
					Fermentacija	6.876,4	6.273,1	5.806,4	4.794,1
					Reciklaža	258,6	574,5	330,2*	52,0
					Sagorevanje uz dobitak energije	76,2	44,1	94,4	272,6
					Odlaganje na deponiju	0,0	272,0	146,8	0,0
PET	0,0	0,7	4,3	11,9	Reciklaža	0,0	0,7	4,3	11,9
Plastika	535,3	624,2	590,1	598,0	Spaljivanje	0,0	0,0	0,0	8,3
					Reciklaža	535,3	624,2	557,2	580,1
Drvo	348,6	1.153,4	1.596,0	1.728,9	Reciklaža	0,0	0,0	0,0	8,3
					Ponovna upotreba	535,3	624,2	557,2	580,1
Tekstil	15,4	18,7	18,5	20,0	Odlaganje na deponiju	15,4	18,7	0,0	0,0
					Spaljivanje	0,0	0,0	18,5	20,0
Staklo	0,0	2,5	0,0	0,0	Reciklaža	0,0	2,5	0,0	0,0
Metal	44,7	25,4	48,1	62,5	Reciklaža	44,7	44,7	48,1	62,5
Komunalni otpad	634,1	1.414,5	1.576,2	1.612,0	Odlaganje na deponiju	634,1	1.414,5	1.576,2	1.612,0
Drugi bezopasan otpad – reciklabilan	0,2	3,0	0,0	1,4	Odlaganje na deponiju	0,2	3,0	0,0	0,0
					Reciklaža	0,0	0,0	18,5	1,4
Opasan otpad – reciklabilan	64,1	80,0	104,8	58,1	Reciklaža	64,1	80,0	87,2	56,9
					Spaljivanje	0,0	0,0	17,6	1,1
UKUPAN RECIKLIBILAN OTPAD	19.506,5	21.660,1	22.055,6	22.939,7	Ukupan reciklabilni otpad (uključujući preostali otpad)	19.506,5	21.660,1	22.055,6	22.939,7

*Od 2024. godine Prerada u hranu za kućne ljubimce izdvojena je kao posebna metoda zbrinjavanja organskog otpada. U prethodnom periodu, o količini organskog otpada upućenoj na preradu u hranu za kućne ljubimce izveštavano je u okviru kategorije Reciklaža

Potrošnja novog i recikliranog materijala, prema vrsti materijala

			2021.	2022.	2023.	2024.
Papir	Leci reklamnog materijala / bilten za kupce i ostalo	Nov materijal	0,0	0,0	0,0	0,0
		Reciklirano	1.528,8	1.283,7	1.413,4	1.670,7
	Potrošnja papira za štampač	Nov materijal	26,0	40,8	14,0	33,0
		Reciklirano	0,0	0,0	0,0	0,0
	Potrošnja papira za kese za hleb	Nov materijal	162,9	193,0	137,9	161,2
		Reciklirano	0,0	0,0	0,0	0,0
Plastika	Potrošnja kesa za smeće		54,9	46,1	57,3	29,9
	Potrošnja streč folije (materijal za pakovanje)		74,3	114,6	110,3	72,7

		2023.	2024.
Udeo pozitivnog zbrinjavanja (Ponovna upotreba, Reciklaža, Kompostiranje, Prerada u biogas)	%	91,54	91,61
Udeo neutralnog zbrinjavanja (Sagorevanje uz dobitak energije)	%	0,43	1,19
Udeo negativnog zbrinjavanja (Spaljivanje, Odlaganje na deponiju Drugi nepoznati/nedefinisani načini odlaganja)	%	8,03	7,20

Otpad od hrane

Otpad od hrane je globalni problem koji ima značajne ekološke, društvene i ekonomske posledice.

Prema izveštaju Programa za zaštitu životne sredine Ujedinjenih nacija (Food Waste Index Report 2024⁶), u 2022. godini u svetu je bačeno oko **1,05 milijardi tona hrane**, što znači da se 19% ukupno dostupne hrane baci u domaćinstvima, ugostiteljstvu i maloprodaji. Uz to, 13% hrane baci se u lancima snabdevanja, odnosno pre nego što hrana stigne do potrošača. Prema istom izveštaju, svaka osoba u proseku na godišnjem nivou baci **79 kilograma hrane**.

U Srbiji se, prema procenama Programa za zaštitu životne sredine Ujedinjenih nacija, oko **720.000 tona hrane** godišnje baca, a kao i na globalnom nivou, najveći udeo otpada od hrane potiče iz domaćinstava, a zatim iz ugostiteljstva i sektora maloprodaje.

Ekološke posledice otpada od hrane su višestruke i veoma ozbiljne. Proizvodnja hrane zahteva potrošnju ogromnih količina prirodnih resursa poput vode, zemljišta i energije, što u slučaju bacanja hrane čini ove dragocene i ograničene resurse potpuno neefikasno utrošenim. Zatim, otpad od hrane značajno doprinosi emisiji gasova sa efektom staklene bašte. Kada se hrana baci i odlaže na deponijama, ona se razgrađuje i oslobađa metan i ugljen-dioksid, gasove koji pojačavaju negativne posledice klimatskih promena. Uz to, neodržive poljoprivredne prakse, usled potrebe za proizvodnjom velike količine hrane koja se na kraju baca, dodatno ugrožavaju ekosisteme i mogu negativno uticati na biodiverzitet.

Sprečavanje otpada od hrane je takođe i važno društveno i etičko pitanje – siromaštvo je i dalje globalno prisutno, dok se istovremeno velike količine hrane bacaju.

Uz to, sav uloženi rad poljoprivrednika i drugih radnika u lancu proizvodnje hrane, bacanjem hrane postaje neefikasno utrošen. Pored uticaja na životnu sredinu i društvo, otpad od hrane predstavlja i finansijski teret - kako za potrošače, tako i za kompanije.

Iako najveći deo otpada od hrane potiče iz domaćinstava, uticaj sektora maloprodaje takođe je veoma značajan, i javlja se u svim fazama lanca vrednosti: proizvodnji, transportu, obradi, maloprodaji i potrošnji. Na globalnom nivou, cilj kompanija Švarc grupe je da količinu otpada od hrane **do 2030. godine smanji za 50%**, u odnosu na 2018. godinu.



Lidl Srbija primenjuje **sveobuhvatan pristup** ovoj temi, koji uključuje **optimalan softverski sistem poručivanja robe koji se zasniva na potrebama i frekvenciji proizvoda, efikasne lance snabdevanja sa kratkim transportnim rutama, kontinuiranu usaglašenost sa lancima snabdevanja hlađenih proizvoda, kontrolu svežine, praćenje zaliha, akcijske kampanje za proizvode koji su pred istekom roka i podizanje svesti kupaca**.

U Lidlu Srbija pitanje upravljanja otpadom od hrane pod nadležnošću je **Odeljenja centralne logistike**, koje blisko sarađuje sa **Odeljenjem prodaje**. Koordinaciju, planiranje i kontrolu otpada iz logističkih povratnih procesa vrši Odeljenje centralne logistike, u okviru Sektora logistika DL, što uključuje i organski otpad, odnosno otpad od hrane.

U Odeljenju se koordinira tema otpada od hrane u saradnji sa operaterima i operativnim kolegama u reciklažnim odeljenjima skladišta. Planiraju se buduće količine, prihodi i troškovi, dok se kontrola obavlja u procesima reciklažnih odeljenja skladišta i procesima prodavnica u saradnji sa Sektorom prodaje. Periodične posete operaterima su, takođe, deo revizije procesa konačnog zbrinjavanja.

U saradnji sa Sektorom organizacije prodaje, uspostavljen je novi koncept otpisa hrane u filijalama, što je doprinelo smanjenju udela bio-otpada u konačnom saldu.

Od aprila 2023. godine, Lidl Srbija primenjuje novine u svom svakodnevnom poslovanju, sa ciljem smanjenja otpada od hrane. U svim Lidl prodavnicama u Srbiji moguće je kupiti određene kategorije **proizvoda pred istek ili na dan isteka roka trajanja** po znatno sniženim cenama. Veliki broj artikala u Lidlu sada se pri približavanju isteku roka trajanja može pronaći u posebnim delovima ili sa jasno obeleženim

“

U saradnji sa Sektorom organizacije prodaje, uspostavljen je novi koncept otpisa hrane u filijalama, što je doprinelo smanjenju udela bio-otpada u konačnom saldu.

oznakama, na sniženju od 25%. Uz to, potrošači imaju mogućnost da kupe proizvode iz hlađenog asortimana, sveže meso i ribu na sam dan isteka roka trajanja, nakon procesa sniženja koji se sprovodi u određenom terminu dana, u zavisnosti od procesa u svakoj prodavnici, na čak 50%. Takođe, u našim prodavnicama je moguće kupiti određene vrste hleba pečenog dan ranije sa 25% popusta, što dodatno doprinosi cilju smanjenja bacanja hrane. Sve namirnice uključene u ove mehanizme su proverenog kvaliteta.

Primenjeni mehanizmi pokazali su izuzetno pozitivne rezultate i spremnost kupaca da podrže akciju. U test fazi koja je obuhvatila 5 Lidl prodavnica u martu 2023. godine, u proseku više od 70% manje količina artikala je poslato na zbrinjavanje otpada u kategoriji hlađenih proizvoda, mesa i ribe u odnosu na isti mesec prethodne godine.

Ukoliko i pored svih prethodnih mera dođe do viškova hrane kojoj istekne rok trajanja, Lidl Srbija je posvećen tome da ona ne završi na deponijama, već ih kompanija u najvećoj meri zbrinjava tako što ih preda na dalju preradu u biogas.

U našim skladištima je delimično ostvarena saradnja sa biogasnou elektranom, gde je organski otpad (voće, povrće i pekarski proizvodi) direktna sirovina za proizvodnju biogasa.

	2023.	2024.
Udeo pozitivnog zbrinjavanja (Ponovna upotreba, Reciklaža, Kompostiranje, Prerada u biogas)	91,50%	91,00%
Udeo neutralnog zbrinjavanja (Sagorevanje uz dobitak energije)	0,40%	1,20%
Udeo negativnog zbrinjavanja (Spaljivanje, Odlaganje na deponiju Drugi nepoznati/nedefinisani načini odlaganja)	8,00%	7,20%



Dobro za ljude

Fer Poslovanje



Rad i ljudska prava

Kompanije imaju obavezu da obezbede zaštitu ljudi na radnom mestu. To uključuje i zaštitu osnovnih prava zaposlenih.

Pored zakonskih obaveza, kompanije su odgovorne za uspostavljanje radnih uslova koji podstiču okruženje zasnovano na poštovanju i odgovornosti. Sve veći broj ljudi želi da bolje uskladi porodične obaveze, slobodno vreme i posao. Kroz odgovarajuće inicijative, kompanije mogu doprineti unapređenju fizičkog i mentalnog blagostanja zaposlenih, kao i boljem usklađivanju rada sa individualnim potrebama zaposlenih i različitim fazama njihovog života.

Ljudska prava u lancima snabdevanja

Kao međunarodni maloprodajni lanac, Lidl raspolaže značajnim uticajem kada je reč o promovisanju poštovanja ljudskih prava kod svojih direktnih poslovnih partnera i duž lanaca snabdevanja. Lidl se aktivno zalaže za jačanje ljudskih prava i unapređenja na nivou cele industrije.

Od naših dobavljača i pružalaca usluga očekujemo ponašanje u skladu sa zakonom, naročito poštovanje ljudskih prava i standarda zaštite životne sredine. Kodeks ponašanja za poslovne partnere definiše osnovne principe saradnje sa dobavljačima i pružaocima usluga. Kodeks sadrži jasna pravila o pitanjima kao što su dečji i prinudni rad, zarade i radno vreme, bezbednost i zdravlje na radu, pravično postupanje i zabrana diskriminacije, a zasniva se na relevantnim međunarodnim standardima.

Pored toga, formulišemo i posebna očekivanja prema poslovnim partnerima i zalažemo se za mere koje jačaju i obezbeđuju poštovanje osnovnih standarda rada Međunarodne organizacije rada (ILO). Vodimo se i Vodećim principima Ujedinjenih nacija o poslovanju i ljudskim pravima (UNGPs). Od dobavljača očekujemo da obezbede pravične zarade, bezbedne uslove rada, kao i da sprečavaju korupciju i pranje novca. To, između ostalog, podrazumeva uspostavljanje sistema za podnošenje pritužbi na licu mesta i prenošenje standarda na podizvođače.

U slučaju kršenja ovih standarda, očekujemo spremnost na saradnju. Poslovnim partnerima takođe stavljamo na raspolaganje video-obuku o sadržaju Kodeksa ponašanja. Istovremeno, svesni smo da su mnogi naši poslovni partneri uložili značajne napore u razvoj sopstvenih kodeksa ponašanja. Kroz diferencirani postupak odstupanja, omogućavamo poslovanje na osnovu njihovog sopstvenog kodeksa ponašanja, ukoliko on ispunjava naše minimalne kriterijume.

Pored principa i standarda definisanih u Kodeksu ponašanja za poslovne partnere, u našim Politikama održive nabavke definisali smo dodatna, detaljnija očekivanja prema dobavljačima, zasnovana na proceni rizika. U slučaju povećanih rizika po ljudska prava i životnu sredinu za određene grupe proizvoda, možemo definisati i posebna očekivanja u odnosu na indirektno dobavljače.

Kako bismo bolje identifikovali rizike, sprovodimo redovne i ad hoc analize rizika. One predstavljaju ključni element u ispunjavanju naših obaveza u vezi sa dužnom pažnjom u oblasti ljudskih prava i zaštite životne sredine duž lanaca vrednosti. Identifikaciju i analizu ovih rizika smatramo kontinuiranim zadatkom i centralnom polaznom tačkom za oblikovanje našeg pristupa zasnovanog na riziku.

Ukoliko se u okviru analiza identifikuju rizici, preduzimamo odgovarajuće preventivne mere koje se primenjuju u sopstvenom poslovanju ili u odnosu na direktne dobavljače. Ove mere moraju biti osmišljene tako da adekvatno adresiraju potencijalne negativne uticaje na ljudska prava i životnu sredinu, čime doprinose njihovom sprečavanju ili smanjenju.

S obzirom na to da znamo da se rizici od kršenja ljudskih prava sve češće javljaju u dubljim nivoima lanca snabdevanja, ne sarađujemo samo sa direktnim poslovnim partnerima, već i sa njihovim dobavljačima u velikom broju projekata.

Lidl kontinuirano proverava da li postoje rizici po ljudska prava u proizvodnji naših proizvoda kroz redovne i ad hoc

analize rizika. Ovo se tri puta godišnje sprovodi u obliku procena uticaja na ljudska prava (Human Rights Impact Assessments – HRIA) za lance snabdevanja robe sa visokim rizikom. Lidl povećava transparentnost u lancima snabdevanja kroz unapređenje internih sistema za evidentiranje podataka o dobavljačima i kroz saradnju sa eksternim zainteresovanim stranama.

Kompanija Lidl formulisala je Strategiju ljudskih prava, sa ciljem da se mere zaštite ljudskih prava u kompaniji primenjuju na strukturiran način i da se standardni dosledno poštuju. Prilikom razvoja strategije fokusirali smo se na lance snabdevanja koji su, prema našoj analizi rizika, za nas posebno relevantni. Strategija se sastoji od četiri stuba:

Kratak pregled Lidlove strategije za zaštitu ljudskih prava



Kada je reč o lancu snabdevanja, CSR sektor za nabavku upravlja ovom temom. Sektor nabavke je odgovoran za implementaciju, a odeljenja redovno razmenjuju znanja na međunarodnom nivou. Eksterni stručnjaci savetodavno podržavaju kompaniju u definisanju mera i ciljeva za sprovođenje korporativne dužne pažnje.

U Lidlu Srbija primenjujemo obavezu provere poslovnih partnera sa kojima ostvarujemo saradnju u vrednosti većoj od 50.000 evra tokom godine. Proces provere obuhvata analizu transakcionih rizika, rizika povezanih s prethodnim poslovanjem i licima, rizika povezanih sa zemljom poslovanja ili sedištem, kao i rizika povezanih s proizvodima i tržištem. Provera se sastoji od preliminarne provere, koju vrše nadležna lica za saradnju, uz mogućnost dodatne provere od strane Compliance odeljenja, ukoliko preliminarni rezultati ukazuju na postojanje rizika.

U periodu 2023/2024. godine, Compliance odeljenje je izvršilo dodatnu proveru za 686 potencijalnih poslovnih partnera. Za sedam poslovnih partnera utvrđen je visoki rizik, što znači da saradnja s njima nije preporučena ili nije dozvoljena.

Od aprila 2025. godine, svi dobavljači privatne robne marke, uključujući i dobavljače voća i povrća, biće u obavezi da sprovedu EcoVadis procenu, koja uključuje procenu nivoa zrelosti upravljanja održivošću kod dobavljača.

Poštovanje navedenih obaveza osigurava se Sporazumom o poštovanju ljudskih prava i društvenih i ekoloških standarda, koji potpisuju svi dobavljači.

Pored obaveza definisanih Politikom i Kodeksom, Lidl Srbija ima zahtev prema svojim dobavljačima voća i povrća da se sertifikuju u skladu sa GlobalG.A.P. GRASP standardom (modul koji se odnosi na prava radnika), ili drugim ekvivalentnim standardom. Od početka poslovne 2025. godine svi dobavljači voća i povrća su sertifikovani prema GlobalG.A.P. standardu.

Takođe, Lidl Srbija zahteva da sve kritične sirovine koje se koriste u proizvodnji proizvoda privatne robne marke budu sertifikovane standardima kojima se štite ljudska prava, poput Rainforest Alliance ili Fairtrade. Detaljnije o ovim standardima pročitajte u odeljku Sirovine.



Mehanizam za podnošenje žalbi

Pristup efikasnim mehanizmima za podnošenje žalbi je važan element u identifikovanju kršenja ljudskih prava u našim lancima snabdevanja. Obezbeđivanje pristupa efikasnim mehanizmima za podnošenje žalbi je deo našeg Kodeksa ponašanja, kao i naše Strategije zaštite ljudskih prava.

Radimo zajedno sa našim dobavljačima i drugim spoljnim zainteresovanim stranama kako bismo razvili i podržali pristup efikasnim mehanizmima za podnošenje žalbi u našim direktnim poslovnim aktivnostima i globalnim lancima snabdevanja. Naši mehanizmi za podnošenje žalbi su zasnovani na Vodećim principima Ujedinjenih nacija o poslovanju i ljudskim pravima (United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights; UNGP). Prepoznavamo da su efikasni mehanizmi za podnošenje žalbi legitimni, lako dostupni, pravno ispravni, transparentni, razumljivi i praćeni uravnoteženim procesom zasnovanim na razmeni i dijalogu.

Pored kolektivnih i sektorskih inicijativa u kojima učestvujemo, uspostavili smo i onlajn mehanizam za žalbe, zasnovan na sistemu izveštavanja BKMS, koji omogućava sigurno i anonimno podnošenje prijave.

Snažne. Hrabre. Važne.

Tokom 2023. godine, po drugi put je sproveden projekat „Snažne. Hrabre. Važne“, koji se realizuje u okviru našeg cilja da do kraja 2025. godine poboljšamo uslove života i rada ljudi u našem lancu snabdevanja. Cilj projekta je bio podsticanje rodne ravnopravnosti u našim lancima snabdevanja kroz osnaživanje malih i srednjih preduzeća čije su većinske vlasnice žene, kroz poslovnu saradnju sa Lidlom, edukativne radionice i medijsku promociju.

Projekat se sprovodi u formi konkursa namenjenog ženama preduzetnicama, pružajući im mogućnost da se njihovi proizvodi nađu u Lidlovoj akciji u vidu brenda, tokom 40. kalendarske nedelje. Na konkurs je pristiglo 140 prijava, od kojih je odabrano 26 preduzetnica i njihova 32 proizvoda iz kategorija hrane, pića, kućne hemije i kozmetike.

Promocija preduzeća i njihovih proizvoda je vršena kroz letak, online katalog, i društvene mreže, uz kombinovani doseg od gotovo 4.000.000. Sa ciljem dodatne podrške preduzetnicama pri unapređenju njihovog poslovanja, predstavnici šest sektora kompanije održali su niz edukativnih radionica pod nazivom „Lidl Akademija“. Radionice su obuhvatile teme Lidlovih standarda negovanja odnosa sa partnerima, optimizacije pakovanja, zahteva u pogledu kvaliteta, IFS standarda, marketinškog plasiranja proizvoda, odgovornog poslovanja i promocije proizvoda na tržištu.

Naše radno okruženje

Kao poslodavac u sektoru maloprodaje u Srbiji, želimo da našim zaposlenima obezbedimo bezbedno i atraktivno radno okruženje. U Lidlu Srbija, poštovanje i zaštita prava zaposlenih predstavljaju osnov odnosa poverenja. Ona su temelj svih naših aktivnosti i stoga su čvrsto ugrađena u naše korporativne principe, politike i procedure.

Ovo se dodatno obezbeđuje uspostavljanjem CMS programa „HR Compliance“, kao ključnog dela Sistema upravljanja usklađenošću (Compliance Management System – CMS) u Lidlu Srbija, koji vodi Sektor ljudskih resursa. Cilj programa je obezbeđivanje usklađenosti sa važećim zakonima i internim politikama u svim poslovnim procesima. Pored toga, Lidl Srbija pomaže svojim zaposlenima da postignu bolji balans između poslovnog i privatnog života. Uveli smo različite mogućnosti koje to omogućavaju i koje kontinuirano unapređujemo.

Dobrobit naših zaposlenih nam je na prvom mestu, i zato punu pažnju posvećujemo stvaranju i negovanju bezbednog i motivišućeg radnog okruženja, u kome su, uz zagarantovano poštovanje radnih i ljudskih prava, zaposlenima na raspolaganju i brojni benefiti.

Za teme u vezi sa radnim pravima nadležna je Direkcija ljudskih resursa, a u okviru nje Odeljenje radnog prava. Najrelevantniji propis na kome ovo odeljenje zasniva svoj rad je

Zakon o radu Republike Srbije, a oblast radnih prava regulisana je i mnogim drugim važećim zakonskim i podzakonskim aktima, kao i internim pravilima i smernicama koja važe za sve zemlje u kojima Lidl posluje, koje su takođe prilagođene nacionalnom zakonodavstvu. Kontrola pridržavanja zakonske regulative koja se odnosi na radno pravo (evidencija rada, prekovremeni rad, planiranje radnog vremena) sprovodi se ad hoc, na zahtev rukovodstva. Zakonska regulativa u Srbiji predstavlja osnovu za garantovanje prava na slobodu udruživanja i kolektivno pregovaranje, kao i za osiguravanje zaštite ljudskih prava na svim našim lokacijama.

Pristup jedinstvenoj IT platformi svim zaposlenima omogućava jasan pregled procesa, odgovornosti i načina postupanja, kao i brže i lakše upoznavanje sa postupcima odvijanja poslovnih procesa, te njihovu optimizaciju. Zaposleni se blagovremeno obaveštavaju o svim značajnim operativnim promenama. Pri uvođenju novih ili promeni starih procesa, dokument kojim se zaposleni obaveštavaju o promeni mora biti istaknut najmanje 8 dana unapred na oglasnoj tabli, digitalnoj oglasnoj tabli ili internom portalu.

Pored upravljanja radnopravnim temama u skladu sa zakonskom i internom regulativom, Direkcija za ljudske resurse pruža i adekvatnu stručnu podršku drugim sektorima u kompaniji u ostvarivanju organizacionih ciljeva.

Radni status	2021.	2022.	2023.	2024.
Broj zaposlenih sa punim radnim vremenom	2.647	3.260	2.983	2.865
Broj zaposlenih sa skraćenim radnim vremenom	452	324	318	231
Procenat zaposlenih koji imaju ugovor na neodređeno	95,97%	99,33%	98,95%	98,42%
Procenat zaposlenih koji imaju ugovor na određeno	4,03%	0,70%	1,05%	1,58%

U 2024. godini kompanija Lidl Srbija je četvrtu godinu zaredom primila prestižni „Employer Partner“ sertifikat za izvrsnost u upravljanju ljudskim resursima. Ovaj sertifikat predstavlja potvrdu kvaliteta u HR praksama, a dodeljen je od strane SELECTIO Grupe, vodeće grupe za savetovanje u ljudskim resursima koja sertifikacijom izdvaja najuglednije poslodavce u regionu. Uslovi koji se moraju zadovoljiti kako bi se primio ovaj prestižni sertifikat testiraju se kroz detaljnu evaluaciju HR sistema kompanije, uzimajući u obzir dve perspektive - perspektivu poslodavaca i perspektivu zaposlenih, a sertifikacija pokazuje posvećenost kompanije, svrsishodnost i kvalitet HR procesa u poslovanju i organizaciji na svim nivoima.

Pored toga, Kompanija Lidl Srbija je već pet godina unazad nosilac prestižnog sertifikata „Top Employer“, koje dodeljuje „Top Employers Institute“, vrednujući jasno definisane procese upravljanja ljudskim resursima koji utiču na izgradnju korektnog odnosa, kao i benefita koje kompanije pružaju svojim zaposlenima.

U Lidlu Srbija briga o zaštiti ljudskih prava obuhvata sve procese – zapošljavanje, radne uslove i napredovanje. U procesu zapošljavanja, kandidatima je garantovana privatnost i zaštita ličnih podataka. Sve pristigle aplikacije čuvaju se u sigurnom i zatvorenom sistemu, a samo neophodni učesnici u procesu selekcije i regrutacije imaju pristup obradi ličnih podataka i prijavi kandidata.

Svi učesnici u procesu selekcije i zapošljavanja prolaze specijalizovanu obuku koja pokriva, između ostalog, i teme kao što su zabrana diskriminacije i postavljanja pitanja koja nepotrebno ulaze u privatnost kandidata. U procesu zapošljavanja primenjujemo princip „četiri oka”, što znači da više osoba učestvuje u svakom koraku procesa selekcije, čime se postiže veći nivo transparentnosti.

Svi kandidati u našoj bazi i na portalu za prijavu imaju mogućnost otvaranja ličnog profila, održavanja podataka i povlačenja ličnih podataka tokom ili van konkursa. Dodatno, svi kandidati, ukoliko smatraju da je nekim postupkom narušena njihova privatnost tokom prijave na neki od otvorenih konkursa za posao, mogu svoj slučaj prijaviti na Compliance adresu.

Compliance proces takođe zaposlenima omogućava da lično ili anonimno prijave bilo koju radnopravnu temu koja je u posrednoj ili neposrednoj vezi sa njima, u skladu sa Pravilnikom o postupku unutrašnjeg uzbunjivanja. Pravilnik je objavljen na oglasnoj tabli digitalnih kanala interne komunikacije i dostupan je svim zaposlenima. Prijave se podnose povereniku za Compliance pitanja u Lidlu Srbija i odgovornom licu za postupak uzbunjivanja, advokatu od poverenja ili putem onlajn sistema za prijavljivanje.

Nakon prijave, ovlašćeno lice postupa po prijavi bez odlaganja, a najkasnije u roku od 15 dana od dana prijema, kako

je propisano članom 15 Zakona o zaštiti uzbunjivača. Svaka prijavljena informacija se tretira kao strogo poverljiva, a uzbunjivač neće trpeti nikakve posledice, niti će njegovo pravo biti narušeno na bilo koji način zbog prijavljivanja incidenta. Po okončanju postupka ovlašćeno lice sastavlja izveštaj i predlaže mere donošenjem odluke radi ispravljanja nepravilnosti.

Kompanija Lidl Srbija je dužna da obavesti uzbunjivača o ishodu postupka u roku od 15 dana od dana okončanja. Svaki incident se istražuje i na svaki se javno odgovara. Tokom poslovne 2023. putem dostupnih mehanizama za prijavljivanje nisu zabeleženi slučajevi diskriminacije, dok je u 2024. godini primljena jedna tužba, za koju je postupak u toku.

Lidl Srbija sprovodi i redovnu proveru uticaja u vezi sa ljudskim pravima kroz kvartalnu reviziju 10 prodavnica, u okviru koje se proveravaju zaštita ličnih podataka, zaštita privatnosti (korišćenje video-nadzora) i slično, što znači da se na godišnjem nivou ova provera sprovede u 40 prodavnica.

Standardizovane platne strukture zasnivaju se na objektivnim kriterijumima, kao što su profesionalno iskustvo, kvalifikacije i veštine, čime se isključuje mogućnost diskriminacije po bilo kom osnovu. Pored toga, svakom zaposlenom se po principu jednakosti ukazuju mogućnosti za razvoj i napredak, kao i za sticanje stručnih znanja.

Našim zaposlenima garantujemo:

- ◆ Plaćen svaki minut rada;
- ◆ Petodnevnu radnu nedelju za sve zaposlene – u upravnoj zgradi, logističkom centru i prodavnicama;
- ◆ Privatno zdravstveno osiguranje za sve zaposlene i povoljne uslove zdravstvenog osiguranja za članove uže porodice zaposlenih;
- ◆ Najmanje 24 dana godišnjeg odmora. Zaposleni ostvaruju pravo dodatnog dana godišnjeg odmora na svake navršene tri godine radnog odnosa u Lidlu, do maksimalnih 28 dana;
- ◆ Rad od kuće – ukoliko zadaci radnog mesta to dozvoljavaju, zaposleni u upravnoj zgradi u Novoj Pazovi do pet dana nedeljno svoj radni dan mogu započeti i završiti od svoje kuće, bez obaveze dolaska u kancelariju;
- ◆ Fleksibilno radno vreme – u zavisnosti od radnog mesta i ugovora, u Prodaji i Logistici nudimo mogućnost punog i nepunog radnog vremena. Pored toga, zaposleni u upravnoj zgradi u Novoj Pazovi na posao mogu doći između 7.30 i 8.30 časova ujutru;
- ◆ Novogodišnje vaučere za zaposlene koji se mogu iskoristiti za kupovinu u prodavnicama Lidla Srbija;
- ◆ Novogodišnje paketiće za sve naše zaposlene, kao i za decu uzrasta 0–11 godina;
- ◆ Vaučere za zaposlene za kupovinu školskog materijala u prodavnicama Lidla Srbija za decu od 1. do 8. razreda osnovne škole;
- ◆ Baby box – artikli za bebe iz Lidlovog asortimana za rođenje deteta;
- ◆ Employee Assistance Program (EAP) - Program podrške zaposlenima i članovima njihovih porodica u prevazilaženju poteškoća u svakodnevnom životu. Savetovanje u okviru ovog programa je besplatno i poverljivo, a obavljaju ga licencirani stručnjaci sa dugogodišnjim iskustvom iz oblasti prava, psihologije i finansija. Zaposleni imaju priliku da postave pitanje iz navedenih oblasti putem telefona, portala ili mobilne aplikacije, 24 časa dnevno, 365 dana u godini, i potpuno anonimno.

Sa ciljem unapređenja ravnoteže između privatnog i poslovnog života, Lidl Srbija je sprovedla projekat opremanja specijalnog radnog prostora za naše zaposlene roditelje, primenjujući koncept „Family office” – odnosno kancelariju u kompaniji namenjenu za rad dva ili tri roditelja, koja je opremljena prostorom za bebe i decu do 12 godina i koju roditelji mogu da koriste u situacijama kada za taj dan nisu obezbedili čuvanje deteta.

U skladu sa zakonskim propisima, svi zaposleni imaju pravo na roditeljsko odsustvo. Privatno zdravstveno osiguranje koje kompanija obezbeđuje za sve zaposlene obuhvata i osiguranje zdravstvene zaštite trudnica i novorođenčadi.

Zaposleni i roditeljsko odsustvo, po polu

Radni status		2021.	2022.	2023.	2024.
Ukupan broj zaposlenih koji su ostvarili pravo na roditeljsko odsustvo	ž	2.499	2.929	2,743	2,862
	m	1.232	1.461	1,272	1,336
	drugo	0	0	0	0
Ukupan broj zaposlenih koji su koristili roditeljsko odsustvo	ž	215	261	294	313
	m	0	1	3	1
	drugo	0	0	0	0
Ukupan broj zaposlenih koji su se vratili na posao u izveštajnom periodu nakon prestanka roditeljskog odsustva	ž	103	82	99	174
	m	0	1	1	2
	drugo	0	0	0	0
Ukupan broj zaposlenih koji su se vratili na posao nakon prestanka roditeljskog odsustva koji su i dalje bili zaposleni 12 meseci nakon povratka na posao	ž	87	86	82	123
	m	0	0	0	1
	drugo	0	0	0	0
Povratak na posao i stope zadržavanja zaposlenih koji su uzeli roditeljsko odsustvo	ž	85%	84%	82%	71%
	m	n/a	n/a	0	0
	drugo	n/a	n/a	0	0



Fer naknade

Aдекватne zarade predstavljaju osnovu za dostojanstven život ljudi. Zbog toga su kompanije odgovorne da obezbede adekvatan nivo pravično i ravnopravno strukturisane naknade za rad.

Time se stvara osnova za radni odnos zasnovan na poverenju i međusobnom poštovanju, što donosi korist svim uključenim stranama.

Posvećeni smo obezbeđivanju zarada i prihoda koji omogućavaju dostojanstven život, kao i pravednoj raspodeli stvorene vrednosti duž naših lanaca snabdevanja.

Kontinuirano razvijamo projekte usmerene na unapređenje zarada i prihoda koji omogućavaju dostojanstven život u našim globalnim lancima snabdevanja, čime dodatno smanjujemo razlike u platama i prihodima (npr. Way To Go, Living Wage Banana, ACT, Cotton made in Africa – CmiA).

Sistem nagrađivanja u Lidlu Srbija zasniva se na strategiji upravljanja ljudskim resursima i, naravno, uzima u obzir sve relevantne zakonske zahteve. Usklađenost sistema sa važećim propisima redovno se proverava i, po potrebi, prilagođava najnovijim regulatornim zahtevima.

Naš sistem nagrađivanja obezbeđuje atraktivne i pravične tržišne uslove za sve radne pozicije i strukturisan je bez obzira na pol, starost, etničko poreklo, seksualnu orijentaciju, ideološka uverenja, religiju ili mentalne i fizičke sposobnosti. Visina zarade zaposlenih utvrđuje se prema radnoj poziciji i uglavnom obuhvata fiksne komponente.

Pored toga, Lidl svojim zaposlenima nudi niz dodatnih benefita koji dodatno doprinose njihovoj finansijskoj sigurnosti i blagostanju. Ovi benefiti važe podjednako za zaposlene sa punim i nepunim radnim vremenom.

Lidl je posvećen pravičnom nagrađivanju u skladu sa tržištem. Struktura plata zasniva se na objektivnim kriterijumima, kao što su profesionalno iskustvo, stručna znanja, veštine i nivo odgovornosti.

Za strukturiranje sistema naknada u Lidlu Srbija odgovorno je Odeljenje za naknade i beneficije unutar HR sektora, koje svoj pristup zasniva na relevantnim zakonima Republike Srbije. Dodatno, Lidl nacionalne kompanije imaju centralizovanu podršku pri upravljanju temom naknada.

Kako bi podržala nove kolegice i kolege koji se tek priključuju Lidl timu, kompanija Lidl Srbija donela je u julu 2024. godine odluku da će svi novozaposleni u prodaji dobiti finansijske podsticaje u svojoj prvoj godini rada. Nakon prvih 6 meseci rada, oni će uz osnovnu zaradu primiti i još 50% mesečne plate, a dodatnih 50% očekuje ih za navršenu godinu od dana zaposlenja. Tako će novozaposlenim prodavcima u Lidlu praktično biti isplaćeno 13 plata tokom prve godine rada.

Zaposlene u Prodaji i Logistici početkom nove poslovne godine, u martu 2025, očekuje novo povećanje osnovne zarade od sedam do deset odsto, nezavisno od zagarantovanog godišnjeg povećanja plate koje zaposleni dobijaju u sklopu strategije kompanije. Takođe, povećan je i finansijski dodatak za godišnji odmor na 30.000 dinara, koji kompanija isplaćuje pored regresa za godišnji odmor i koji predstavlja zakonsku obavezu poslodavca. Istovremeno, ovi zaposleni uživaće i u pogodnostima kao što su mesečni dodaci, uplate sredstava na Lidl kartice za zaposlene u iznosu do 50.000 dinara godišnje i uvećanje naknade za noćni rad na 40% u odnosu na zakonom obavezujućih 26%.

Proširena paleta finansijskih benefita obuhvata i sve sektore Direkcije, gde zaposlene na izvršilačkim pozicijama očekuje povećanje osnovne zarade, takođe nezavisno od zagarantovanog godišnjeg povećanja, dok zaposlene na menadžerskim pozicijama očekuje isplata jednokratnog finansijskog podsticaja. Zaposlene u Direkciji tokom godine takođe očekuju i uplate sredstava na Lidl poklon kartice za zaposlene.

“

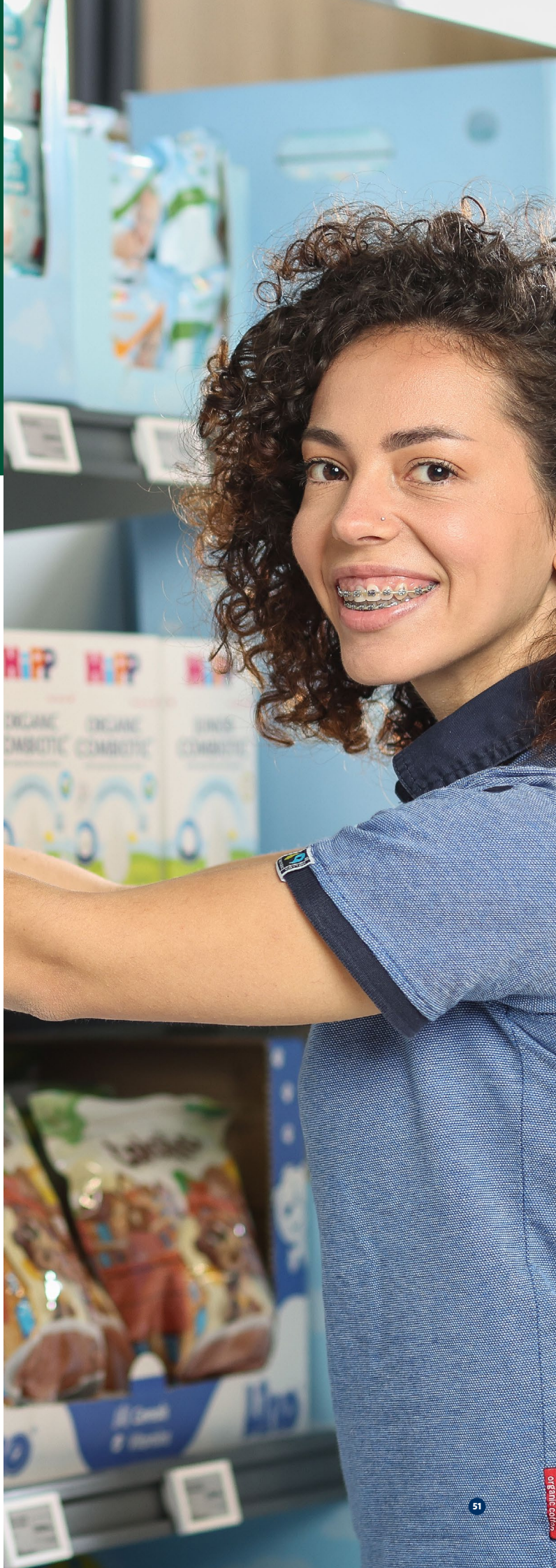
Posvećeni smo obezbeđivanju zarada i prihoda koji omogućavaju dostojanstven život

Naš pristup penzionim beneficijama u skladu je sa Zakonom o radu Republike Srbije, gde želimo obezbediti adekvatnu zaštitu za naše zaposlene u vezi sa penzionisanjem.

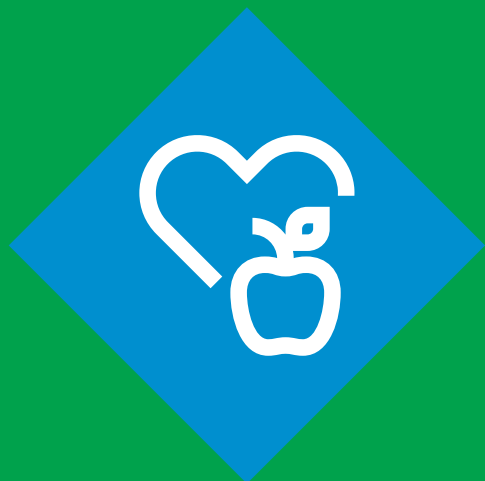
Kako bismo unapredili rodnu ravnopravnost u oblasti naknada, oslanjamo se na princip jednakih mogućnosti. Kroz naš uspostavljeni sistem koji se temelji na nediskriminaciji kod isplata, trudimo se da obezbedimo rodnu ravnopravnost u našem sistemu isplata i preduzimamo odgovarajuće korake kako bismo smanjili jaz u platama na svim nivoima hijerarhije. Počevši od 2021. godine, redovno prikupljamo podatke o rodnom jazu u platama.

Iako je princip jednakosti zarade čvrsto ukorenjen u našem poslovanju, ovaj jaz nije u potpunosti izbegnut zbog strukturnog aspekta radne snage. To uključuje veći procenat žena na pozicijama prodaje, što dovodi do niže zarade. Mere koje preduzimamo kako se ovaj trend poboljšao uključuju ciljanu promociju radnih mesta, kroz vizuale koji predstavljaju osobe muškog pola na pozicijama prodavaca, kao i osobe ženskog pola na pozicijama skladišnih radnika, kako bismo povećali interesovanje žena za pozicije u logističkim centrima.

Rodni jaz u platama (neprilagođen)	2021.	2022.	2023.	2024.
Srednja vrednost	25,90%	25,00%	26,20%	27,80%
Medijana	11,80%	8,20%	7,30%	11,50%



Promocija zdravlja



Osvešćena ishrana

Kao savremeni maloprodajni lanac, imamo priliku i odgovornost da doprinesemo promociji zdravijih životnih stilova, kao i podizanju svesti o zaštiti životne sredine.

Ovi aspekti objedinjeni su u okviru naše strateške teme Osvešćena Ishrana. Naš pristup obuhvata tri polja delovanja:

- ◆ Širu ponudu zdravijih namirnica
- ◆ Ponudu održivijih proizvoda
- ◆ Transparentnu komunikaciju, sa ciljem pružanja podrške potrošačima na putu ka kvalitetnijem načinu života.

Do 2030. godine, Lidl će povećati udeo prehrambenih proizvoda na biljnoj bazi u svom asortimanu, kao što su izvori proteina na biljnoj bazi, žitarica, voća i povrća, za 20% u poređenju sa 2023. godinom.

Naš asortiman proizvoda oblikujemo prema Planetarno zdravoj dijeti (PHD), naučno zasnovanom konceptu razvijenom od strane EAT Lancet Komisije, koji se fokusira na ljudsko zdravlje i zdravlje planete, i podrazumeva da će pretežno biljna ishrana će omogućiti da se unutar planetarnih granica prehrani globalna populacija od 10 milijardi ljudi koja se očekuje 2050. godine.

Fokusom na kvalitet i bezbednost proizvoda, reformulaciju recepata, kao i transparentno navođenje sastojaka i nutritivnih vrednosti, podržavamo potrošače u donošenju informisanih odluka o kupovini prehrambenih proizvoda. Lidl Srbija je 2017. godine objavila sveobuhvatnu strategiju smanjenja upotrebe šećera i soli i postavila ciljeve za smanjenje ostataka pesticida, kontaminanata i aditiva u svom asortimanu proizvoda.

Cilj Lidla Srbija je da do 2030. godine poveća udeo biljnih proteina na 17%, kao i da poveća udeo proizvoda od celog zrna na 10% među proizvodima od žitarica, i da u relevantnim grupama proizvoda u asortimanu ima najmanje jednu alternativu od celog zrna.

Proizvodi od celog zrna sadrže više vlakana, sekundarnih biljnih materija, minerala (cinka, gvožđa, magnezijuma) i vitamina (B1, B2, folne kiseline), što dokazano ima pozitivne efekte na životni vek i promoviše zdravije starenje. Cilj nam je takođe da do 2025. godine, radi transparentnosti, na proizvodima sukcesivno navodimo sadržaj vlakana u tabeli s hranljivim vrednostima.

Sa ciljem odgovorne komunikacije, posebno usmerene ka najmlađima, Lidl Srbija će do kraja poslovne 2025. godine sprovesti izmene u izgledu ambalaže svih proizvoda privatne robne marke, izuzimajući akcijske proizvode za Noć veštica, Božić i Uskrs, tako da dizajn privlačan deci bude apliciran samo na proizvode koji ispunjavaju kriterijume Svetske zdravstvene organizacije za zdrave namirnice.





Kvalitet i bezbednost proizvoda

Zdravija ishrana počiva na poverenju u kvalitet i bezbednost hrane.

Bezbednost namirnica, kao osnov za našu strategiju osvešćene ishrane, obezbeđujemo intenzivnim testiranjem proizvoda privatne robne marke.

Bezbednost, zakonsku usaglašenost i kvalitet prehrambenih proizvoda proveravaju nezavisni instituti i laboratorije, koji u redovnim intervalima sprovode nenajavljene kontrole proizvodnih pogona naših dobavljača i vrše kontinuirana testiranja svih proizvoda naših privatnih robnih marki. Ovaj proces podrazumeva obavezne hemijske, mikrobiološke, fizičke i senzorne parametre.

Naš sistem kvaliteta sa svim svojim procesima i aktivnostima, između ostalog, ispunjava zahteve u skladu sa standardom SRPS ISO 9001:2015, što potvrđuje sertifikaciono telo Quality Austria na osnovu godišnjih provera usaglašenosti sa zahtevima standarda.

Lidl Srbija primenjuje sistem klasifikacije svih artikala pod privatnom robnom markom prema njihovom potencijalnom riziku, koji se određuje na osnovu sastava i načina konzumacije. U skladu s procenjenim rizikom, proizvodi se šalju na ispitivanje zdravstvene bezbednosti. Ova ispitivanja obuhvataju proveru mikrobiološke ispravnosti, prisustva kontaminata (uključujući rezidue pesticida, teške metale i druge kontaminante, u zavisnosti od grupe proizvoda).

Pored ispitivanja zdravstvene bezbednosti, vrši se i ispitivanje kvaliteta, hranljivih vrednosti i tačnosti deklaracija u skladu sa specifikacijama i važećim pravilnicima Republike Srbije.

Kategorije proizvoda koje se smatraju kritičnim i koje se najviše puta ispituju tokom godine jesu gotovi proizvodi koji se mogu konzumirati bez dodatne pripreme (npr. sendviči, gotova jela sa kratkim rokom trajanja, sveže torte i kolači, smrznuto voće, začini).

Posebnu pažnju pridajemo izboru naših dobavljača i proizvođača. Naš cilj je da su svi proizvođači koji proizvode proizvode naše privatne robne marke, sertifikovani prema priznatom International Featured Standard-u za hranu (IFS Food) ili prema širom sveta priznatom standardu britanskog udruženja maloprodaje (BRC), kao i SQF standardu.

Posebna pažnja u oblasti bezbednosti životnih namirnica posvećena je nepoželjnim supstancama (zagađivačima hrane). Tipični primeri za nepoželjne supstance (su akrilamid, 3-MCPD estri masnih kiselina za koje je Lidl postavio strožije kriterijume ispitivanja u odnosu na definisane kriterijume regulative, kao i interne smernice za ispitivanje na ostatke mineralnih ulja (MOSH/MOAH).

Kada je reč o zdravstvenoj bezbednosti svežeg voća i povrća, svi naši dobavljači imaju implementiran i sertifikovan GlobalG.A.P., kao i GRASP sertifikat. Sve sveže voće i povrće se, prema procenjenom riziku, šalje na analizu, kako bi se kompletno proverilo prisustvo rezidua pesticida.

Ispitivanja se obavljaju za svakog dobavljača, odnosno proizvođača, svake vrste proizvoda. Lidl Srbija je postavila određene limite za detekciju eventualnog prisustva rezidua pesticida u svežem voću i povrću:

- ◆ Dokazani sadržaj rezidua pesticida ne sme prelaziti jednu trećinu od zakonom propisanog maksimalnog sadržaja;
- ◆ Zbir procenata utvrđenog sadržaja ostataka svih aktivnih supstanci ne sme biti veći od 80%
- ◆ Broj ostataka rezidua pesticida ne sme prelaziti pet
- ◆ Vrednost „akutne referentne doze“ detektovane aktivne supstance ne sme biti veća od 100%.

Postavljanjem ovih limita Lidl Srbija osigurava da sveže voće i povrće koje se nalazi u našoj ponudi ispunjava visoke standarde zdravstvene bezbednosti i kvaliteta.

I za druge namirnice, težimo tome da smanjimo prisustvo kontaminata i rezidua u namirnicama znatno ispod zakonskih zahteva. Radi smanjenja rezidua pesticida, nastojimo da obezbedimo ponudu namirnica bez njihovih ostataka koliko god je to moguće i dozvoljavamo prisustvo rezidua aktivnih sastojaka do najviše jedne trećine zakonski propisanog maksimuma. Ukupni procenat svih rezidua pesticida može iznositi najviše 80% od zakonski propisanih vrednosti, a dozvoljeno je prisustvo najviše četiri rezidue aktivnih sastojaka koje mogu da se utvrde analitičkim metodama.

U toku 2023. godine zabeležena su 4 javna opoziva, od toga za tri prehrambena i jedan neprehrambeni proizvod. U toku 2024. godine zabeleženo je 8 javnih opoziva, od toga za četiri prehrambena i četiri neprehrambena proizvoda.

Reformulacije receptura i razvoj asortimana

Neprestano se trudimo da unapredimo recepture naših proizvoda kako bismo smanjili sastojke koji mogu negativno uticati na zdravlje, i poboljšali njihovu hranljivu vrednost.

Održavanje zdravlja i dobrobiti naših kupaca nam je prioritet, te pažljivo biramo sastojke kako bismo osigurali kvalitetne i zdrave proizvode.

U skladu sa internim smernicama, kontinuirano radimo na smanjenju procenta zasićenih masnih kiselina, transmashti, dodate soli i šećera u svim relevantnim kategorijama proizvoda koje imamo u našoj ponudi.

Sa ciljem prevencije zdravstvenih rizika povezanih sa prekomernom konzumacijom šećera, kao i povećanim unosom soli, sve kompanije Lidl grupe teže da smanje prodajno-ponderisan prosečan sadržaj dodatog šećera i soli u asortimanu proizvoda naše robne marke. Zaključno sa 2024. godinom, sadržaj soli smanjen je za 22,90%, a sadržaj šećera za 21,28%.

Lidl Srbija je sadržaj soli smanjila kod pojedinih poluproizvoda od mesa koje proizvode domaći proizvođači, kao što su ćevapi, pljeskavice od junećeg i svinjskog mesa, banjalučki ćevapi, sarajevski ćevapi, i čak do 20%, kod fermentisanih proizvoda od mesa kao što su čajna kobasica, kulen, budimska kobasica, gurmanska salama i sendvič kobasica.

Sadržaj soli smanjen je takođe i kod hlebova, koji se mogu naći u našem asortimanu, te se on sada kreće od 0,8-1g/100g. Sadržaj soli smanjen je i kod smrznutih peciva kao što su pogačice i žu-žu sa susamom, koje isporučuju domaći proizvođači.

Kada je reč o smanjenju sadržaja šećera Lidl Srbija je uspešno smanjila količine dodatog šećera i u proizvodima čiji je većinski sastojak šećer, kao što su čokoladne bananice i minjon kocke. Uz to, radi se na smanjenju sadržaja šećera u proizvodima kao što su štrudlice sa ukusom smokve, ratluci sa ukusom ruže i vanile, ratluk sa orasima, žele kocke, kroasani sa kakao kremom. Smanjenje šećera i soli primenjeno je na način koji ne dovodi do značajnih promena u ukusu proizvoda, a čini ih zdravijim.

Uz to, nastavljamo da izbegavamo upotrebu fruktozo-glukoznog sirupa i čiste fruktoze kada je to moguće, ukoliko je njihova prvobitna namena da služe kao zaslađivači.

U borbi protiv prekomerne konzumacije masti sa povećanim udelom zasićenih masnih kiselina u hrani, najčešće životinjskog porekla - što povećava rizik od kardiovaskularnih bolesti, koje su ujedno i vodeći uzrok smrti u Evropi, usmereni smo na primenu zdravih masti i ulja. To ostvarujemo povećanjem udela nezasićenih masnih kiselina biljnog porekla i smanjenjem udela zasićenih masnih kiselina. Takođe, obraćamo pažnju na upotrebu masti i ulja koji potiču iz održivog uzgoja.

Lidl Srbija teži smanjenju aditiva u prehrambenim namirnicama, vodeći se principom „kratke liste sastojaka”. Dajemo prednost prirodnim sastojcima namirnica umesto aditivima, smanjujemo upotrebu boja i isključujemo iz upotrebe azo-boje, hinolin žutu i zelenu S-boju, umereno primenjujemo ukuse – uključujući i veganske proizvode, ne primenjujemo sveobuhvatne, velike vitaminizacije i mineralizacije i smanjujemo i izbegavamo sredstva za konzerviranje, uzimajući pri tome u obzir bezbednost hrane.



Informacije o sastojcima i nutritivnoj vrednosti

Sa ciljem da podržimo potrošače pri donošenju zdravijih i osvešćenih odluka u ishrani, označavamo proizvode naše privatne robne marke Nutri Score oznakom.

Ova oznaka vidljiva je na proizvodima i nudi pregled nutritivnih vrednosti uz pomoć petostepene skale boja sa slovima, od zelenog A do crvenog E. Na taj način, potrošači na prvi pogled mogu da vide nutritivni profil prehrambenog proizvoda koji žele da kupe.

Negujući transparentnost prema kupcima i posvećenost dobrobiti i zaštiti domaćih životinja, do 2025. u Lidlu Srbija planirano je uvođenje oznake na ambalaži za tip uzgoja životinja od kojih se dobija asortiman svežeg mesa privatne robne marke.

Međunarodno partnerstvo sa WWF

U 2024. godini pokrenuli smo dugoročno međunarodno partnerstvo sa WWF-om (World Wide Fund for Nature), jednom od najvećih i najiskusnijih organizacija za zaštitu prirode u svetu⁷. Ovo strateško partnerstvo obuhvata 31 zemlju, odnosno sve zemlje u kojima Lidl posluje. Partnerstvo je usmereno na aktuelne globalne ekološke izazove, kao što su gubitak biodiverziteta, klimatske promene i iscrpljivanje prirodnih resursa.

WWF podržava Lidl u odgovornoj nabavci sirovina, smanjenju otpada od hrane i unapređenju održivih poslovnih praksi unutar i izvan našeg lanca vrednosti. Uz podršku WWF-a, želimo da našim kupcima širom sveta ponudimo više održivih izbora. Stoga je moto partnerstva: „Zajedno stvaramo održivije mogućnosti.“⁸

Zahvaljujući iskustvu i stručnosti WWF-a kao partnera, dodatno razvijamo oblasti delovanja u okviru naše međunarodne CSR strategije. U oblasti osvešćene ishrane postavili smo cilj da do 2030. godine povećamo udeo prodaje biljnih prehrambenih proizvoda za 20% u odnosu na 2023. godinu. U budućnosti će naš asortiman biti još snažnije usklađen sa naučno zasnovanim konceptom Planetarno zdrave ishrane⁹ (Planetary Health Diet), koji promovise pretežno biljni način ishrane.

Lidl i Mihail Dudaš zajedno u akciji za osvešćenu ishranu

Poznati atletičar Mihail Dudaš udružio je snage sa kompanijom Lidl Srbija, pa je na Adi Ciganliji razgovarao sa prolaznicima o zdravim životnim navikama, o značaju telesne mase i sastava koje telo poseduje, kao i o osvešćenoj ishrani – uz adekvatnu degustaciju proizvoda iz Lidlove osvešćene ponude namirnica.

Prisutni su imali priliku da se izmere na medicinskoj vagi, te na taj način saznaju svoju težinu, nivo visceralnih masti u telu, procenat masnog i mišićnog

tkiva, kao i indeks telesne mase. U svemu tome im je pomogao poznati atletičar Mihail Dudaš, sa kojim su se družili, razgovarali i razmenjivali savete o ishrani. Pored „osvešćenog razgovora“ sa poznatim atletičarem, posetoci Ade su uživali u Lidlovim ukusnim proizvodima. Lidl promoterke delile su ukusno osveženje i užinu: voće, Freshona voćne kaše, Alesto jezgrasto voće i Bio shotove, omogućivši prisutnima da naprave predah i obraduju svoje telo zdravijim namirnicama.

⁷ Izvor: 2023 Sustainability Leaders // Global Scan-Sustainability Survey (<https://globescan.wpenginpowered.com/wp-content/uploads/2023/06/2023-Sustainability-Leaders-Survey-Report.pdf>)

⁸ Više informacija o partnerstvu: <https://kompanija.lidl.rs/odrzivost-u-lidlu/wwf>

⁹ Planetarna zdravstvena ishrana (Planetary Health Diet) razvijena je 2019. godine od strane 37 vodećih svetskih naučnika u okviru EAT-Lancet komisije i predstavlja okvir za globalnu tranziciju u ishrani koja će omogućiti da svetska populacija od 10 milijardi ljudi do 2050. godine ima zdravu ishranu u granicama koje planeta može da podnese.

Bezbednost i zdravlje na radu

U skladu sa svojim poslovnim principima, Lidl Srbija prepoznaje rizike bezbednosti i zdravlja na radu, a odgovornost da pruži sigurno i zdravo radno okruženje za svoje zaposlene smatra jednim od svojih najviših prioriteta.

Bezbednost i zdravlje na radu od suštinske su važnosti kako bismo zaštitili naše zaposlene od potencijalnih opasnosti karakterističnih za sektor maloprodaje. Naš sistem upravljanja bezbednošću i zdravljem na radu primenjuje se na sve zaposlene, kao i na sve osobe koje se nalaze u našim objektima, kao što su serviseri, poslovni partneri ili kupci. Sistem je definisan korporativnim standardima i usklađen sa zakonskom regulativom Republike Srbije. U slučajevima kada su korporativna pravila stroža od zakonskih, a ne ugrožavaju zakon, primena korporativnih pravila ima prednost.

Fokus stavljamo na prevenciju - pružanje odgovarajuće obuke za rukovanje opremom, redovno održavanje mašina i alata, kao i obezbeđivanje zaštitne opreme, poput sigurnosnih cipela i rukavica. Uz to, smanjenje upotrebe opasnih materijala, pravilno odlaganje otpada i unapređenje energetske efikasnosti u našim objektima smanjuju potencijalne rizike po zdravlje zaposlenih, ali istovremeno smanjuju i naš uticaj na ekosistem i prirodne resurse.

Politike i smernice koje regulišu ovu oblast su:

Pravilnik o pravima, obavezama i odgovornostima u oblasti bezbednosti i zdravlja na radu, Program osposobljavanja za bezbedan i zdrav rad, Sporazum o zajedničkom sprovođenju mera bezbednosti i zdravlja na radu, Program osposobljavanja za bezbedan i zdrav rad učenika, Akt o proceni rizika na radnom mestu i u radnoj okolini, Uputstva za bezbedan i zdrav rad.

Sektor bezbednosti odgovoran je za upravljanje bezbednošću i zdravljem na radu unutar kompanije. Ta lica istovremeno su zadužena i za zaštitu od požara. U skladu

sa propisima, zaposleni u Sektoru bezbednosti, pored neophodnih obrazovnih kvalifikacija, poseduju položen stručni ispit za praktičnu osposobljenost u oblasti bezbednosti i zdravlja na radu, kao i stručni ispit iz zaštite od požara. Takođe, sarađujemo i sa eksternim konsultantima iz oblasti bezbednosti i zdravlja na radu, medicine rada i savetnika za hemikalije.

Redovno sprovodimo procene rizika, analiziramo potencijalne opasnosti i preduzimamo mere za njihovo ublažavanje. Procesi i metodologija za identifikaciju opasnosti na radnom mestu, procenu rizika i definisanje mera u skladu sa tim rizicima detaljno su opisani u Aktu o proceni rizika za radna mesta u radnoj okolini. Dodatno, po internim pravilima Grupe, u kompaniji su definisani procesi za procenu rizika i istragu incidenata koji su detaljniji od zakonom propisanih regulativa. Prema zakonu, lice za bezbednost i zdravlje na radu odgovorno je za sprovođenje postupka procene rizika.

Propisani su postupci za prijavljivanje rizika/opasnosti pisanim putem poslodavcu od strane zaposlenih, kao i nadležni i rokovi za postupanje u takvim slučajevima. Za istraživanje povreda na radu koristi se zakonom definisan obrazac „**Izveštaj o povredi na radu**“, kao i proces definisan internom procedurom „Sprovođenje incidenata i štetnih događaja“, koji obuhvata analizu povrede.

Svi zaposleni prvog radnog dana prolaze obuku o bezbednosti i zdravlju na radu, dok se periodično sprovode i posebne obuke za specifične pozicije i specifične teme iz ove oblasti. Na oglasnoj tabli svakog objekta istaknuti su kontakt telefon i imejl adresa lica



za bezbednost i zdravlje na radu, što omogućava svim zaposlenima da ukažu na važne teme iz domena bezbednosti na radu, kao što su potencijalni rizici i mere koje bi kontrolisale rizike. Takođe, svi zaposleni imaju pristup povereniku, kao nezavisnoj funkciji kojoj se mogu obratiti ukoliko žele da podele informacije ili iznesu probleme u vezi sa različitim temama, uključujući i bezbednost i zdravlje na radu. Kontakt podaci poverenika jasno su istaknuti na vidljivom mestu u svakom objektu.

U situacijama kada veruju da postoji rizik koji može uzrokovati povrede ili ugroziti zdravlje zaposleni imaju pravo da odbiju rad, bez trpljenja posledica ili sankcija. Inspekcija rada je poslednja instanca koja štiti ovo pravo zaposlenih. Kompanija podstiče zaposlene kroz program „Upravljanje idejama“ (nem. Ideenmanagement), koji zaposlenima pruža mogućnost da predlože mere za smanjenje rizika i da za to budu nagrađeni ukoliko se ideje implementiraju.

Prilikom uvođenja novih mera bezbednosti i zdravlja na radu na nekoliko lokacija se sprovodi testiranje, što pruža zaposlenima mogućnost da ocene nove mere, a rukovodećem timu obezbeđuje povratne informacije potrebne za donošenje konačne odluke o potpunoj implementaciji mere na svim lokacijama. Na kraju perioda testiranja, kroz internu anketu, zaposleni daju povratnu informaciju o iskustvima testiranja, koja se uzima u obzir pri donošenju konačne odluke o uvođenju mere.

Rezultati sveobuhvatnih napora koje ulažemo u kontinuirano unapređenje bezbednosti i zdravlja na radu, ogledaju se u smanjenju broja povreda na radu u odnosu na broj objekata i zaposlenih.

	2023.	2024.
Broj zabeleženih povreda na radu	132	138
Stopa* zabeleženih povreda na radu	5,16	5,38

* (broj povreda/ukupan broj radnih sati) * 200.000

Na sastancima regionalnih rukovodilaca prodaje (koji se održavaju svakog drugog meseca), Saveta za bezbednost Uprave (koji se održavaju dva puta godišnje) i Saveta regionalnih društava (koji se održavaju četiri puta godišnje), obaveštava se o statusu povreda u celoj kompaniji i novim merama, uz obavezu da se te informacije dalje prenesu pojedinačnim timovima u prodavnicama. Dodatno, na mesečnom nivou izveštava se svaki objekat (prodavnice, logistički centri) o statusu povreda na radu u vezi sa tim objektom.

U saradnji sa eksternom službom Medicine rada obavljaju se lekarski pregledi zaposlenih, prethodni pregledi (pre stupanja u radni odnos na radno mesto sa povećanim faktorom rizika), periodični pregledi, očni pregledi, kao i ciljani pregledi. Uz to, Služba medicine rada uključena je u kompletnu izradu Akta o proceni rizika za sva radna mesta, izbor opreme za rad u specifičnim mikroklimatskim uslovima, kao i određivanje trajanja pauze za zaposlene koji rade u rashladnoj komori na -24 °C.

Učešće u dijalogu

Oснаživanje

Kontinuirani razvoj zaposlenih

Svet se brzo menja, a kompanija Lidl Srbija mora biti spremna da se menja u korak sa njim.

Ipak, cilj ostaje isti: da postanemo poslodavac prvog izbora i osiguramo dugoročan uspeh. Ovo postižemo kroz ono što nas zaista čini jakim, a to su naši zaposleni: njihov učinak, veštine i motivisanost.

Poseban fokus stavljamo na važnost kompanijskih vrednosti, principa rukovođenja i kompetencija u svakodnevnom radu zaposlenih. Novi principi rukovođenja, koji su implementirani tokom 2024. godine, zasnovani su na novih pet korporativnih vrednosti: učinak, poštovanje, poverenje, čvrsto na zemlji i pripadnost. Ovi principi pomažu nam da stvorimo radno okruženje koje će svima omogućiti da postupaju u skladu sa našim vrednostima.

Ulaganje u razvoj zaposlenih je za Lidl Srbija od ključnog značaja, jer doprinosi povećanju motivacije i produktivnosti, ali i uspešnosti celokupnog poslovanja kompanije. Prilike za usavršavanje su svima na raspolaganju kroz različite procese i programe obuka prilagođene potrebama zaposlenih i radnim mestima.

Odeljenje za razvoj i obuku zaposlenih u Lidl fondaciji ima ključnu ulogu u kreiranju standardnih procesa, dok Odeljenje za razvoj u okviru Sektora za ljudske resurse Lidla Srbija preuzima njihovu implementaciju.

Radi unapređenja profesionalnog razvoja i ostvarenja punog potencijala zaposlenih, Lidl Srbija pažljivo prati njihov učinak, procenjuje potrebe i razvojne mogućnosti kroz Talent Management proces. Sistematičan pristup Talent Management procesu omogućava svakom zaposlenom da ima jasno definisane ciljeve i planove za razvoj veština i kompetencija.

Talent Management proces, sprovodi se kroz nekoliko koraka:

- ◆ **Procena učinka** – kroz aplikaciju Success Factors prve korake prave rukovodioci i to kroz Pripremu razgovora o potencijalima, gde rukovodioci procenjuju prošlogodišnji učinak zaposlenog;
- ◆ **Razgovor o potencijalima** – obavlja se na dva načina, u zavisnosti od pozicije zaposlenog, pa može biti u formi malog razgovora – sa direktno nadređenim, ili velikog razgovora – foruma kome prisustvuje više rukovodilaca; Mali razgovor o potencijalima se odnosi na pozicije od specijaliste pa do najnižih pozicija u kompaniji, a diskutuju se između direktno i disciplinski nadređenog rukovodioca, dok se Veliki razgovor o potencijalima odnosi na pozicije od konsultanta do najviših pozicija u kompaniji i vrši se u širim krugovima na Konferenciji, uz učešće članova Uprave kompanije.
- ◆ **Razvojni razgovor** – rukovodioci daju povratne informacije zaposlenima o učinku, razvojnim stepenicama i razvojnim potrebama zaposlenog; zajednički definišu razvojne mere i ciljeve za tekuću godinu; uzimajući u obzir Lidlove principe rukovođenja, zaposleni imaju mogućnost da svojim nadređenima prenesu svoje mišljenje o njihovom načinu rukovođenja, kao i o njihovoj zajedničkoj saradnji;
- ◆ **Potvrda zaposlenog** – nakon završenog razvojnog razgovora, zaposleni kroz sistem potvrđuje da je upoznat sa procenom u Talent Management sistemu i definisanim razvojnim merama.

Kao jedan od ključnih procesa za razvoj zaposlenih, Talent Management proces redovno se sprovodi svake godine, osiguravajući jednak pristup svim zaposlenima, bez obzira na njihovu poziciju jer naš cilj je da prave ljude stavimo na prava mesta. Proces se realizuje i evidentira sistemski kroz Success Factors aplikaciju za sve zaposlene u kompaniji.

Talent Management kao strateški proces kompanije traje cele godine i završava se nakon sprovedenih definisanih razvojnih mera za svakog zaposlenog, što je ujedno i početak novog godišnjeg ciklusa Talent Managementa.

U cilju ulaganja u budućnost - razvoja zaposlenih i održivog uspeha kompanije u dinamičnom i konstantno promenljivom svetu rada, u poslovnoj 2024. godini je, shodno novim korporativnim vrednostima, započela optimizacija procesa Talent management 2.0, čija implementacija je planirana za poslovnu 2025. godinu.

Procenat zaposlenih koji su ocenjeni na Talent Managementu (TM)

2023.

2024.

Ukupan procenat zaposlenih koji su ocenjeni i potvrdili svoju procenu na TM

100%

100%

Sa ciljem kontinuiranog unapređenja kompetencija zaposlenih, Lidl Srbija sprovodi sledeće razvojne programe:

Interna razvojna akademija - Od 2022. godine kompanija Lidl Srbija kontinuirano organizuje i realizuje akademiju razvojnih programa čiji je cilj razvoj zaposlenih koji se nalaze na pozicijama rukovodilaca sektora, rukovodilaca timova, senior konsultanata, vođa timova i koordinatora timova, fokusirajući se na njihove liderske veštine i znanja. Cilj je da zaposleni na ovim rukovodećim pozicijama unaprede veštine donošenja odluka, grade bolje timove i obučavaju buduće lidere u našoj kompaniji, kako bi usvojili stil upravljanja koji doprinosi pozitivnoj radnoj atmosferi.

Digitalna platforma za učenje - Našu digitalnu platformu za učenje kontinuirano obogaćujemo novim obukama. Za značajno veliki broj tehničkih obuka koje su ranije uživo realizovale kolege iz stručnih sektora, kreirali smo eLearning obuke, kako bismo omogućili jednostavniji pristup kolegama iz stručnih sektora, ali i kolegama koji se školuju za neku temu/sistem/proces.

LinkedIn Learning obuke - LinkedIn Learning obuke su od 2021. godine na raspolaganju svim kolegama na kancelarijskim pozicijama. Ova digitalna platforma za učenje, pruža dodatne resurse i znanja zaposlenima. Kreirali smo biblioteku LinkedIn obuka koja sadrži pregled i opis svih obuka kako bi zaposleni jednostavno došli do željene teme koja će im olakšati poslovnu svakodnevnicu i omogućiti da steknu nova i prošire već postojeća znanja.

Interni treneri - Svake godine ažuriramo listu internih trenera, odnosno iskusnih zaposlenih koji su kvalifikovani da obučavaju novozaposlene koristeći svoje bogato iskustvo i znanje. Na kraju poslovne 2024. godine ova lista uključivala je 281 internih trenera u prodavnicama i logističkim centrima.

Buddy concept - Uspešno realizujemo Buddy koncept, koji pruža podršku novozaposlenima kako bi se brže i uspešnije adaptirali u korporativnu kulturu Lidla Srbije. Kontinuirano radimo na ažuriranju liste kolega koji su nominovani za Buddy ulogu u svojim sektorima. Kolegama pružamo obuku za njihovu ulogu i promovismo značaj njihove uloge u kompaniji.

Pored navedenih programa, za naše lidere u našim prodavnicama i logističkim centrima kontinuirano sprovodimo modularno školovanje, prilagođeno njihovim odgovornostima i potrebama.

Radi kontinuiranog praćenja zadovoljstva zaposlenih obukama i daljeg unapređenja njihovog kvaliteta, po završetku svake obuke zaposleni daju povratne informacije putem ankete, ocenjujući kvalitet i zadovoljstvo pruženom obukom. Prosečna ocena zadovoljstva obukama koje se realizuju u kompaniji iznosi 4,5.

Prosečan godišnji broj sati obuka po zaposlenom	2023.	2024.
Prosečan broj sati obuka po zaposlenom	9,98	9,89
Prosečan broj sati obuka prema rukovodiocima	34,47	27,47
Prosečan broj sati obuka prema izvršiocima	6,09	7,03

Prosečan godišnji broj sati obuka po zaposlenom – prema polu	2023.	2024.
Muškarci	12,54	11,93
Žene	8,74	8,94
Drugo	/	/

Kao deo međunarodne kompanije, naši zaposleni imaju mogućnost da u okviru Lidl International Job Rotation programa kroz jednu do dve godine rada spoznaju nove kulture, savladaju strani jezik i iskuse dinamično radno okruženje u jednoj od 31 Lidl zemlje. Pored toga, na internacionalnom nivou za zaposlene u sektoru Nabavke organizuje se Akademija Nabavke.

Kroz razvoj svesti zaposlenih o održivom razvoju podstičemo njihovu aktivnu ulogu u ostvarivanju društveno odgovornog poslovanja.

Ova podrška obuhvata:

- Definisanje obaveznih periodičnih onlajn obuka
- Dvogodišnji razvojni programi za određene pozicije
- Definisanje obuka prema potrebama radnih mesta
- Pristup LinkedIn Learning platformi
- Onlajn obuke o brizi za zdravlje
- Projekti za podizanje svesti o zdravoj ishrani

Za kolege iz sektora Logistike, obuke o održivosti uključene su kao dodatni modul u postojeće onlajn obuke. Za kolege iz prodavnica, održane su obuke sa fokusom na rukovodeće timove u prodavnicama, koji zatim znanja prenose ostalim zaposlenima. Cilj obuka je da upoznaju zaposlene sa strategijom održivog poslovanja i daju osvrt na sve aktivnosti kompanije povezane sa poljima delovanja strategije. Dodatno, kroz obuke zaposleni stižu uvid u načine na koje svoje delovanje mogu učiniti održivijim na poslu, ali i van njega.

Budući da je održivo poslovanje jedan od centralnih strateških ciljeva Lidl, naša kompanija pokrenula je novu inicijativu, sa simboličnim nazivom „YOU empowered by #teamlidl“, sa ciljem da podigne svest zaposlenih o ovoj temi i inspiriše ih da kroz svoje svakodnevne aktivnosti doprinesu našim društveno odgovornim ciljevima.

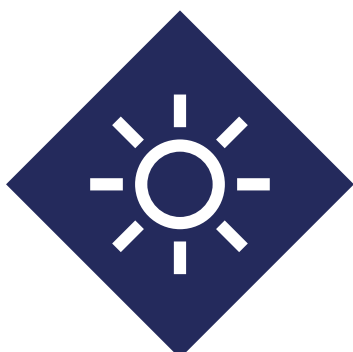
Pozvali smo zaposlene da osmisle predloge za dalje unapređenje održivosti u šest oblasti na koje smo fokusirani: zaštita klime, poštovanje biodiverziteta, očuvanje resursa, fer poslovanje, promovisanje zdravlja i učešće u dijalogu. Tokom 2024. godine, u dva navrata je za naše zaposlene organizovan interni CSR konkurs, simbolično nazvan „Heroj održivosti“. U oba ciklusa, konkurs se naslanjao na Lidlovu međunarodnu inicijativu za održivost – YOU, kao i polja delovanja u okviru naše CSR strategije.



U prvom ciklusu konkursa, glavna tema je bila „Dobro za planetu“. Zaposleni koji su želili da učestvuju u konkursu, imali su zadatak da kroz fotografiju ili video na stranici za deljenje sadržaja naše mobilne aplikacije za zaposlene „We Are Lidl“, prikažu neku svoju održivu praksu koja se tiče nekog od tri polja delovanja CSR strategije kompanije Lidl – zaštita klime, poštovanje biodiverziteta i očuvanje resursa. Petoro zaposlenih sa najviše glasova, odnosno lajkova kolega, nagrađeno je proizvodima iz našeg non-food asortimana. U drugom ciklusu konkursa, uz isti koncept učešća i način nagrađivanja, u fokusu je bila tema „Dobro za ljude“, u okviru koje su zaposleni mogli da se dotaknu preostala tri polja delovanja naše CSR strategije – fer poslovanje, promocija zdravlja, i učešće u dijalogu.

We make sustainable action for all Lidl employees...

Visible



Tangible



Particible



Podizanje svesti kupaca

U okviru polja delovanja definisanih našom strategijom, aktivno radimo na podizanju svesti kupaca u vezi sa različitim temama, kao što su zaštita životne sredine, osvešćena ishrana i solidarnost u zajednici.

Treću godinu zaredom, kroz brojne inicijative, nastavili smo rad na već prepoznatom projektu „Hoćeš da menjam mesta? Pomeri se s mesta“, koji je nastao u saradnji sa Nacionalnom organizacijom osoba sa invaliditetom Srbije. Kroz ovaj projekat edukujemo javnost o pravima i potrebama osoba sa invaliditetom i skrećemo dodatnu pažnju vozačima koji se nepropisno parkiraju.

Tokom 2023. godine projekat je nastavljen brojnim aktivnostima poput razglasa na parkinzima odabranih prodavnica koji je pozivao vozače koji nepropisno ostavljaju svoja vozila na parking mestima za osobe sa invaliditetom da svoja vozila preparkiraju i tako poštuju prava i potrebe osoba sa invaliditetom. Kako bi problem nesavesnog parkiranja postao vidljiviji i kako bi vozači shvatili da postupaju pogrešno, u 2024. godini nesavesni vozači su pored flajera na određenim lokacijama širom Srbije dobijali i „Uspomene sa Lidl parkinga“ u vidu fotografije svog nepropisno parkiranog vozila, uz prateće poruke koje ukazuju na neopravdanost njihovog postupka. Iste godine, Lidl je u svojoj borbi imao i saveznike, popularne likove iz serije „Državni posao“, koji su se našli u ulozi „redara“ i na parking u ispred Lidl prodavnice preusmeravali vozače koji su nesavesno ostavili svoj automobil na parking mestu namenjenom osobama sa invaliditetom.

Kampanja za 2024. godinu završena je dodatnim obeležavanjem svih Lidlovi parking mesta za osobe sa invaliditetom - tablama sa naslovom kampanje i ključnim porukama. Na ovaj način će svaki vozač, pored obavezne oznake na samoj površini parking mesta, dodatno i na tabli sa strane, moći lako da vidi obeležje i da se tako informiše za koga je parking mesto namenjeno.

O našim inicijativama koje imaju za cilj podizanje svesti potrošača o osvešćenoj ishrani i značaju održivosti saznajte više u odeljcima Osvešćena ishrana i Sirovine.

Odgovorna komunikacija

Lidl Srbija pruža otvoren i transparentan kanal za komunikaciju sa svojim kupcima. Ukoliko naši kupci imaju pitanja, sugestije ili žele da iznesu svoje mišljenje, mogu ih uputiti putem imejl adrese kontakt@lidl.rs. Ovako omogućavamo direktnu interakciju sa našim timom, a mi smo posvećeni da pažljivo razmotrimo svaki pristigli upit i obezbedimo odgovore koji će zadovoljiti potrebe naših kupaca.

Odgovorni proizvodi

U segmentu naše strategije održivosti “Dobro za tebe”, centralna tema kojoj smo posvećeni su Odgovorni proizvodi.

Sa ciljem promocije i podsticanja održivijih obrazaca potrošnje, opredeljeni smo da potrošačima ponudimo proizvode koji proizvedeni etički, uz poštovanje radnih i ljudskih prava proizvođača, kao i proizvode sa smanjenim uticajem na klimu u procesima proizvodnje, potrošnje i odlaganja.

Ova nastojanja potvrđujemo relevantnim međunarodno priznatim sertifikatima iz oblasti održivosti, kao što su:

- ◆ MSC/ASC
za ribu i proizvode od ribe;
- ◆ Fairtrade
za kakao, čaj, kafu, voće i povrće;
- ◆ Rainforest Alliance
za kakao, čaj, kafu, voće i povrće;
- ◆ RSPO
za palmino ulje;
- ◆ Bio
za sve vrste proizvoda;
- ◆ FSC/PEFC
za papirnu galanteriju, proizvode od drveta i pakovanja;
- ◆ GlobalG.A.P.
za voće i povrće, ribu i morske plodove.

Uz to, pristup ovoj temi definisan je internim dokumentima kompanije Lidl: Izjave o namerama, Politike nabavke, Politika nabavke - osvešćena Ishrana, i Kodeks ponašanja za poslovne partnere.

Odgovornost za temu „Odgovorni proizvodi” nalazi se u Sektoru Kvalitet i održivost, koji je odgovoran za koordinaciju ciljeva koji se odnose na upotrebu sertifikovanih sirovina. Ovi zahtevi su uključeni u poslovne pregovore sa dobavljačima kako bi se zajednički postigao cilj o odgovornim proizvodima.

Nudimo veliki izbor namirnica koje su lokalne, sezonske i/ili biljnog porekla, sa ciljem povećanja udela proteina biljnog porekla u ishrani. Postavili smo cilj da do 2030. proširimo udeo proteina biljnog porekla u našem asortimanu na 17%, uvodeći alternative na biljnoj bazi, mahunarke, orašaste plodove i semenke.

	2023	2024
Udeo proteina biljnog porekla u asortimanu	15,65%	17,60%
Udeo proizvoda od celog zrna među proizvodima od žitarica	5,12%	7%



Čokolada Way to Go

Koncept Way To Go su zajednički razvile kompanije Lidl grupe i Fertrejd (eng. Fairtrade) s ciljem dugoročnog poboljšanja poslovne situacije i prihoda proizvođača. Primena koncepta, koji se primenjuje od 2019. godine, vodi ka većoj sledljivosti i transparentnosti, koja se oslanja na tri stuba: veći prihodi za poljoprivrednike zahvaljujući dodatnoj Way To Go premiji, osnaživanje proizvođača da povećaju prihode, doprinose poštovanju i promociji ljudskih prava i ekoloških propisa, kao i da se posvete svom dugoročnom razvoju, i rodnoj ravnopravnosti.

Ovaj koncept je do sada primenjen na tri lanca snabdevanja: kakao, indijski orah i kafa, a od jeseni 2023. sok, dok je u kompaniji Lidl Srbija usmeren na čokoladu. Sa čokoladom Way To Go Lidl Srbija ide korak dalje zalazući se za prevazilaženje jaza u prihodima uzgajivača kakaoa ka prihodima koji osiguravaju dostojanstven život.



Lokalni proizvodi

Posvećeno razvijamo i proširujemo naš asortiman lokalnih proizvoda. Razvili smo liniju domaćih proizvoda „S ljubavlju, domaće“, koja obuhvata više od 90 proizvoda koji su proizvedeni isključivo u Srbiji. Proizvode drugih robnih marki, naročito svežih proizvoda, takođe uvek nabavljamo lokalno. Ovi proizvodi označeni su logom „Čuvarkuće - proizvedeno u Srbiji“. Takođe smo, u dva ciklusa, realizovali konkurs „Snažne. Hrabre. Važne“, čiji je cilj podrška ženskom preduzetništvu u Srbiji, odnosno osnaživanje preduzetnica uključivanjem njihovih proizvoda u Lidlovu akcijsku ponudu.

Nastojimo da kontinuirano povećavamo broj nacionalnih dobavljača. Broj nacionalnih dobavljača je u 2023. godini iznosio 260, a u 2024. godini 256. Nacionalni dobavljači čine 22,50% svih dobavljača. Broj nacionalnih proizvoda porastao je tokom 2024. za 30% u odnosu na 2023: sa 1088 (2023.) na 1411 (2024.). Procenat nacionalnih proizvoda u asortimanu na kraju poslovne 2024. godine iznosio je



GRI indeks

Izjava o korišćenju standarda	Lidl Srbija izvestila je u skladu sa GRI Standardom za period 01.03.2023. – 28.02.2025. Ciklus izveštavanja: dvogodišnji
Korišćeni GRI 1	GRI 1: Foundation 2021
Primenljivi GRI Sektorski Standard(i)	/
Kontakt osoba za pitanja u vezi sa izveštajem	Aleksandra Mirić Specijalista za društveno odgovorno poslovanje aleksandra.miric@lidl.rs
Datum objavljivanja izveštaja	

GRI Standard	Stavka	Strana	Izostavljanje	Ciljevi održivog razvoja	Principi globalnog dogovora ujedinjenih nacija
GRI 2: Opšti podaci					
GRI 2: General disclosures 2021	2-1 Osnovni podaci o kompaniji	8			
	2-2 Entiteti uključeni o izveštaj o održivosti	8, 64			
	2-3 Period i dinamika izveštavanja, kontakt osoba u vezi sa izveštajem	64			
	2-4 Korekcije podataka	21			
	2-5 Nezavisno uveravanje	69			
	2-6 Aktivnosti, lanac vrednosti i drugi poslovni odnosi	8-11			
	2-7 Zaposleni	11, 47		Cilj 8	Princip 6
	2-8 Drugi radnici	-	Razlog izostavljanja: Nije primenljivo za kompaniju Lidl Srbija	Cilj 8	Princip 6
	2-9 Struktura i sastav organa upravljanja	12		Cilj 16	
	2-10 Imenovanje i izbor najvišeg upravljačkog tela	12		Cilj 16	
	2-11 Predsedavajući najvišeg upravljačkog tela	12		Cilj 16	
	2-12 Uloga najvišeg upravljačkog tela u nadzoru nad upravljanjem uticajima	13			
	2-13 Delegiranje odgovornosti za upravljanje uticajima	13			
	2-14 Uloga najvišeg upravljačkog tela u izveštavanju o održivosti	13			
	2-15 Sukob interesa	13		Cilj 16	
	2-16 Saopštavanje kritičnih zabrinutosti	-	Razlog izostavljanja: Podaci potrebni za pružanje ovih informacija su samo delimično dostupni Lidlu Srbija. Konsolidovano prikupljanje podataka i provera kvaliteta biće ponovo razmotreni u narednim ciklusima izveštavanja.		
	2-17 Kolektivno znanje najvišeg upravljačkog tela	12			
	2-18 Evaluacija učinka najvišeg upravljačkog tela	-	Razlog izostavljanja: Izveštaji o evaluaciji učinka najvišeg upravljačkog tela nisu objavljeni zbog poverljivosti.		
	2-19 Politika naknada	12			
	2-20 Proces za određivanje naknada	12			
	2-21 Odnos ukupne godišnje naknade	-	Razlog izostavljanja: Detalji o odnosu ukuplje godišnje naknade ne mogu biti objavljeni zbog poverljivosti.		
	2-22 Izjava o strategiji održivog razvoja	4-5			
	2-23 Usvojene politike – poslovna etika i ljudska prava	15-17		Cilj 16	Princip 10

GRI Standard	Stavka	Strana	Izostavljanje	Ciljevi održivog razvoja	
GRI 2: Opšti podaci					
GRI 2: General disclosures 2021	2-24 Sprovođenje usvojenih politika	44-45			
	2-25 Proces za remedijaciju negativnih uticaja	13, 45-46			
	2-26 Mehanizmi za savetovanje i pokretanje pitanja primene	46		Cilj 16	Princip 10
	2-27 Usklađenost sa zakonim i propisima	13			
	2-28 Članstvo u udruženjima	15, 17			
	2-29 Pristup uključivanju zainteresovanih strana	18			
	2-30 Kolektivni ugovor	47		Cilj 8	Princip 3
GRI 3: Materijalne teme					
GRI 3: Material topics 2021	3-1 Proces za određivanje materijalnih tema	19			
	3-2 Lista materijalnih tema	19			
GRI 204: Prakse nabavke					
GRI 3: Material topics 2021	3-3 Upravljanje materijalnim temama	63			
GRI 204: Procurement Practices 2016	204-1 Udeo potrošnje na lokalne dobavljače na značajnim lokalitetima poslovanja	63		Ciljevi 7,8,12,13	Principi 7,8
GRI 301: Sirovine					
GRI 3: Material topics 2021	3-3 Upravljanje materijalnim temama	29-30			
GRI 301: Materials 2016	301-1 Upotrebljeni materijali prema težini ili zapremini	40-41			
	301-2 Upotrebljeni ulazni materijal koji je recikliran	36			
	301-3 Preuzeti proizvodi i njihovi ambalažni materijali	41			
GRI 301: Energija					
GRI 3: Material topics 2021	3-3 Upravljanje materijalnim temama	23, 25			
GRI 302: Energy 2016	302-1 Potrošnja energije unutar kompanije	23		Ciljevi 7, 8, 12, 13	Principi 7,8
	302-2 Potrošnja energije van kompanije	-	Razlog izostavljanja: Informacija nije objavljena iz poslovnih razloga.	Ciljevi 7, 8, 12, 13	Princip 7
	302-3 Energetski intenzitet		Razlog izostavljanja: Informacije su nepotpune. Podaci potrebni za pružanje ovih informacija su samo delimično dostupni Lidl u Srbija. Konsolidovano prikupljanje podataka i provera kvaliteta biće ponovo razmotreni u narednim ciklusima izveštavanja.	Ciljevi 7, 8, 12, 13	Princip 9
	302-4 Smanjenje potrošnje energije	23		Ciljevi 7, 8, 12, 13	Principi 8, 9
	302-5 Smanjenje u energetskim zahtevima proizvoda i usluga	24		Ciljevi 7, 8, 12, 13	Principi 8, 9
GRI 301: Voda i otpadne vode					
GRI 3: Material topics 2021	3-3 Upravljanje materijalnim temama	26-28			
GRI 303: Water and effluents 2018	303-1 Interakcije sa vodom kao zajedničkim resursom	26-28			
	303-2 Upravljanje uticajima povezanim sa ispuštanjem vode	26-28			
	303-3 Crpljenje vode	28		Ciljevi 6, 12	Principi 7, 8
	303-4 Ispuštanje vode	28		Ciljevi 6, 12	Principi 7, 8
	303-5 Potrošnja vode	28		Ciljevi 6, 12	Principi 7, 8

GRI Standard	Stavka	Strana	Izostavljanje	Ciljevi održivog razvoja	Principi globalnog dogovora ujedinjenih nacija
GRI 305: Emisije					
GRI 3: Material topics 2021	3-3 Upravljanje materijalnim temama	20-22			
GRI 305: Emissions 2016	305-1 Direktne emisije gasova staklene bašte (GHG – scope 1)	21		Ciljevi 3, 12, 13, 15	Principi 7, 8
	305-2 Indirektne emisije gasova staklene bašte (GHG – scope 2)	21		Ciljevi 3, 12, 13, 15	Principi 7, 8
	305-3 Druge indirektne emisije gasova staklene bašte (GHG – scope 3)	21			Principi 7, 8
	305-4 Intenzitet GHG emisija	22			
	305-5 Smanjenje emisija gasova staklene bašte	21			Principi 7, 8, 9
GRI 301: Otpad					
GRI 3: Material topics 2021	3-3 Upravljanje materijalnim temama	37-38; 42-43			
GRI 306: Waste 2020	306-1 Generisanje otpada i značajni uticaji u vezi sa otpadom	37-38		Ciljevi 3, 6, 12	Princip 8
	306-2 upravljanje značajnim uticajima u vezi sa otpadom	38-39			
	306-3 generisani otpad	40			
	306-4 otpad preusmeren od odlaganja	40			
	306-5 otpad usmeren na odlaganje	40			
GRI 308: Procena dobavljača prema kriterijumima životne sredine					
GRI 3: Material topics 2021	3-3 Upravljanje materijalnim temama	29-30; 46			
GRI 308: Supplier Environmental Assessment 2016	308-1 procenat novih dobavljača koji su podvrgnuti proceni prema kriterijumima životne sredine	45			Princip 7
	308-2 negativni uticaji na životnu sredinu kroz lanac dobavljača i preduzete mere	45			
GRI 401: Zapošljavanje					
GRI 3: Material topics 2021	3-3 Upravljanje materijalnim temama	47-48			
GRI 401: Employment 2016	401-1 ukupan broj novozaposlenih i fluktuacija zaposlenih	-	Razlog izostavljanja: Informacija nije objavljena iz poslovnih razloga.	Ciljevi 5, 8	Princip 6
	401-2 beneficije osigurane zaposlenima sa punim radnim vremenom	48		Ciljevi 2, 8	
	401-3 roditeljsko odsustvo	49		Ciljevi 5, 8	Princip 6
GRI 402: Odnos zaposlenih i menadžmenta					
GRI 3: Material topics 2021	3-3 Upravljanje materijalnim temama	47			
GRI 402: labor/management relations 2016	402-1 najmanji period u kome se unapred obaveštava o promenama u poslovanju	47		Cilj 8	Princip 3

GRI Standard	Stavka	Strana	Izostavljanje	Ciljevi održivog razvoja	Principi globalnog dogovora ujedinjenih nacija
GRI 403: Bezbednost i zdravlje na radu					
GRI 3: Material topics 2021	3-3 Upravljanje materijalnim temama	56-57			
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-1 sistem upravljanja bezbednošću i zdravljem na radu	56		Ciljevi 3, 8	
	403-2 identifikacija, procena i istraga rizika	56		Ciljevi 3, 8	
	403-3 usluge u vezi sa zdravljem na radu	57		Ciljevi 3, 8	
	403-4 učešće, savetovanje i komunikacija sa zaposlenima u vezi sa bezbednošću i zdravljem na radu	57		Ciljevi 3, 8	
	403-5 obuke o zdravlju i bezbednosti na radu	56-57		Ciljevi 3, 8	
	403-6 unapređenje zdravlja radnika	48, 57		Ciljevi 3, 8	
	403-7 prevencija i ublažavanje uticaja na bezbednost i zdravlje na radu, koji su direktno povezani sa poslovnim odnosima	56-57		Ciljevi 3, 8	
	403-8 radnici obuhvaćeni sistemom bezbednosti i zdravlja na radu	56		Ciljevi 3, 8	
	403-9 povrede na radu	57	Delimično izostavljeno. Razlog izostavljanja: Broj povreda sa težim posledicama i povezanih smrtnih ishoda nisu objavljeni, s obzirom da su u pitanju osetljivi interni podaci.	Ciljevi 3, 8	
	403-10 profesionalna oboljenja	-	Razlog izostavljanja: Broj slučajeva i stopa profesionalnih oboljenja i povezanih smrtnih ishoda nisu objavljeni, s obzirom da su u pitanju osetljivi interni podaci.	Ciljevi 3, 8	
GRI 404: Obuke i obrazovanje					
GRI 3: Material topics 2021	3-3 Upravljanje materijalnim temama	58			
GRI 404: Training and Education 2016	404-1 prosečan broj sati obuke po zaposlenom	59		Ciljevi 4, 8	Princip 6
	404-2 programi za unapređenje veština zaposlenih i programi podrške pri penzionisanju ili prekidu radnog odnosa	58-59		Cilj 8	
	404-3 procenat zaposlenih koji dobijaju redovnu ocenu radnog učinka i karijernog razvoja	58		Ciljevi 5, 8	Princip 6
GRI 405: Različitost i jednake mogućnosti					
GRI 3: Material topics 2021	3-3 Upravljanje materijalnim temama	17, 51			
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016	405-1 sastav upravljačkih tela i struktura zaposlenih	12		Ciljevi 5, 8	
	405-2 odnos osnovne plate i naknade muškaraca i žena	51		Ciljevi 5, 8	
GRI 406: Nediskriminacija					
GRI 3: Material topics 2021	3-3 Upravljanje materijalnim temama	47-48			
GRI 406: Non-discrimination 2016	406-1 slučajevi diskriminacije i preduzete korektivne mere	48			Principi 2, 4, 5
GRI 407: Sloboda udruživanja i kolektivno pregovaranje					
GRI 3: Material topics 2021	3-3 Upravljanje materijalnim temama	47			
GRI 407: Freedom of Association and Collective Bargaining 2016	407-1 operacije i dobavljači kod kojih pravo na slobodu udruživanja i kolektivnog pregovaranja može biti ugroženo	47			Princip 3

GRI Standard	Stavka	Strana	Izostavljanje	Ciljevi održivog razvoja	Principi globalnog dogovora ujedinjenih nacija
GRI 408: Dečiji rad					
GRI 3: Material topics 2021	3-3 Upravljanje materijalnim temama	45			
GRI 408: Child Labor 2016	408-1 Operacije i dobavljači u značajnom riziku za slučajeve dečijeg rada	45			Princip 5
GRI 409: Prisilni ili prinudni rad					
GRI 3: Material topics 2021	3-3 Upravljanje materijalnim temama	45			
GRI 409: Forced or Compulsory Labor 2016	409-1 operacije i dobavljači u značajnom riziku za slučajeve prisilnog ili prinudnog rada	45			Princip 4
GRI 414: Procena dobavljača prema kriterijumima uticaja na društvo					
GRI 3: Material topics 2021	3-3 Upravljanje materijalnim temama	44-45			
GRI 414: Supplier Social Assessment 2016	414-1 Novi dobavljači podvrgnuti proceni u vezi sa društvenim uticajima	45		Cilj 8	Principi 2, 4, 5
	414-2 Negativni društveni uticaji kroz lanac dobavljača i preduzete mere	45		Cilj 8	
GRI 416: Zdravlje i bezbednost potrošača					
GRI 3: Material topics 2021	3-3 Upravljanje materijalnim temama	52-53			
GRI 416: Customer Health and Safety 2016	416-1 Procena zdravstvenih i bezbednosnih uticaja kategorija proizvoda i usluga	53		Cilj 3	
	416-2 Slučajevi neusaglašenosti u vezi sa zdravstvenim i bezbednosnim uticajima proizvoda i usluga	53		Cilj 16	
GRI 417: Marketing i označavanje proizvoda					
GRI 3: Material topics 2021	3-3 Upravljanje materijalnim temama	55, 61			
GRI 417: Marketing and Labeling 2016	417-1 zahtevi u vezi sa pružanjem informacija i označavanjem proizvoda i usluga	55		Cilj 12	
	417-1 zahtevi u vezi sa pružanjem informacija i označavanjem proizvoda i usluga	-	Razlog izostavljanja: Informacija nije objavljena iz poslovnih razloga.	Cilj 16	
	417-3 slučajevi neusaglašenosti u vezi sa oglašavanjem	-	Razlog izostavljanja: Informacija nije objavljena iz poslovnih razloga.		

Izveštaj eksternog revizora



Ernst & Young d.o.o.
Vladimira Popovića 8a
11070 Beograd – Novi Beograd
Srbija

Matični broj: 17155270
PIB: 101824091
Tekući račun: 265111031000860680
Tel: +381 11 2095 800
ey.com/rs

IZVEŠTAJ NEZAVISNOG PRAKTIČARA RUKOVODSTVU LIDL SRBIJA K.D. NOVA PAZOVA

Obim angažovanja

Angažovali smo od strane rukovodstva **Lidl Srbija k.d. Nova Pazova** („Društvo“) da izvršimo angažovanje ograničenog uveravanja, kako je definisano u Međunarodnim standardima o angažovanjima uveravanja, u daljem tekstu angažovanje, da izvestimo o odabranim obelodanjivanjima performansi održivosti („Predmet ispitivanja“) prikazanim u Izveštaju o održivosti pripremljenom od strane Društva za godine koje se završavaju 29. februara 2024. godine i 28. februara 2025. godine („Izveštaj“).

Kriterijumi koje primenjuje Društvo

U pripremi odabranih obelodanjivanja performansi održivosti sadržanih u Izveštaju o održivosti, rukovodstvo Društva je primenilo zahteve koji su postavljeni u Standardima izveštavanja o održivosti Globalne inicijative za izveštavanje („GRI standardi“) („Kriterijumi“).

Odabrana obelodanjivanja performansi održivosti koja su bila predmet našeg angažovanja uveravanja su deo GRI indeksa sadržaja i slede:

- ▶ **Objava 302-4 Smanjenje potrošnje energije:** Uštede energije povezane sa izgradnjom solarnih panela na krovovima maloprodajnih objekata;
- ▶ **Objava 401-3 Porodijsko odsustvo:** Ukupan broj zaposlenih koji su se vratili na posao nakon završetka roditeljskog odsustva i koji su još uvek zaposleni 12 meseci nakon povratka, po polu;
- ▶ **Objava 403-9 Povrede povezane sa radom:** Broj i stopa dokumentovanih povreda povezanih sa radom;
- ▶ **Objava 404-1 Prosečan broj sati obuke godišnje po zaposlenom:** Prosečan broj sati obuke tokom perioda izveštavanja, po kategoriji zaposlenih;
- ▶ **Objava 404-2 Programi za unapređenje veština zaposlenih i programi pomoći pri tranziciji:** Vrsta i obim programa sprovedenih i pružena pomoć za unapređenje veština zaposlenih.

Odgovornost rukovodstva Društva

Rukovodstvo Društva je odgovorno za izbor Kriterijuma, kao i za prezentovanje odabranih obelodanjivanja performansi održivosti u skladu sa tim Kriterijumima, u svim materijalnim aspektima. Ova odgovornost uključuje uspostavljanje i održavanje sistema internih kontrola, održavanje adekvatne evidencije i pravljenje procena koje su relevantne za pripremu predmeta ispitivanja, na način da ne sadrže materijalno značajne pogrešne iskaze, bilo zbog prevare ili greške.

Odgovornost EY-a

Naša odgovornost je da iznesemo zaključak o prezentaciji predmeta ispitivanja na osnovu dokaza koje smo pribavili.

Sproveli smo angažovanje u skladu sa *Međunarodnim standardima za angažovanja uveravanja osim revizije ili pregleda istorijskih finansijskih informacija (ISAE 3000 (izmenjen))*. Ovi propisi nalažu da planiramo i izvršimo svoje angažovanje kako bismo izrazili zaključak o tome da li smo svesni bilo kakvih materijalnih modifikacija koje je potrebno izvršiti na predmetu ispitivanja kako bi ono bilo u skladu sa Kriterijumima, i da izdamo Izveštaj. Priroda, vreme i obim odabranih procedura su predmet našeg prosuđivanja, uključujući procenu rizika od materijalno značajnih pogrešnih iskaza, bilo zbog prevare ili greške.

Verujemo da su pribavljeni dokazi dovoljni i odgovarajući da obezbede osnovu za naš zaključak sa ograničenim uveravanjem.

Naša nezavisnost i upravljanje kvalitetom

Zadržali smo svoju nezavisnost i potvrđujemo da smo ispunili zahteve Etičkog kodeksa za profesionalne računovode koji je izdao Odbor za međunarodne etičke standarde za računovode i da imamo potrebne kompetencije i iskustvo za obavljanje ovog angažovanja uveravanja.

EY takođe primenjuje Međunarodni standard upravljanja kvalitetom 1, *Upravljanje kvalitetom za firme koje vrše revizije ili preglede finansijskih izveštaja, ili druga angažovanja uveravanja ili srodnih usluga*, koji zahtevaju da dizajniramo, implementiramo i primenjujemo sistem upravljanja kvalitetom koji uključuje politike ili procedure u vezi sa usklađenošću sa etičkim zahtevima, profesionalnim standardima i važećim zakonskim i regulatornim zahtevima.

Opis sprovedenih procedura

Procedure koje se sprovode u okviru angažovanja sa ograničenim uveravanjem razlikuju se po prirodi i vremenu, i manje su po obimu, u odnosu na angažovanje sa razumnim uveravanjem. Shodno tome, nivo uveravanja dobijen u angažovanju sa ograničenim uveravanjem je znatno niži od nivoa uverenja koji bi se stekao da je izvršeno angažovanje sa razumnim uveravanjem. Naše procedure su osmišljene na način da se dobije ograničen nivo uveravanja na kojem ćemo zasnivati naš zaključak i ne pružaju sve dokaze koji bi bili potrebni za pružanje razumnog nivoa uveravanja.

Iako smo razmotrili efektivnost internih kontrola rukovodstva kada smo određivali prirodu i obim naših procedura, naše angažovanje uveravanja nije bilo osmišljeno da pruži uveravanje o internim kontrolama. Naše procedure nisu uključivale kontrolna testiranja ili sprovođenje procedura koje se odnose na proveru sabiranja ili izračunavanja podataka unutar IT sistema.

Opis sprovedenih procedura (nastavak)

Angažovanje ograničenog uveravanja se sastoji od intervjua, pre svega lica odgovornih za pripremu odabranih obelodanjivanja performansi održivosti sadržanih u Izveštaju o održivosti za godine koje se završavaju 29. februara 2024. godine i 28. februara 2025. godine, kao i primene analitičkih i drugih odgovarajućih procedura.

Naše procedure su uključivale:

- ▶ Obavljanje intervjua sa osobljem Društva radi razumevanja poslovanja i procesa izveštavanja,
- ▶ Obavljanje intervjua sa ključnim osobljem Društva kako bi se razumeo proces prikupljanja, upoređivanja i izveštavanja o predmetu ispitivanja u toku perioda izveštavanja,
- ▶ Stekli smo razumevanje postojećih internih kontrola Društva, procesa i sistema za potrebe pripreme Izveštaja o održivosti,
- ▶ Testirali smo, na osnovu uzorka, odabrana obelodanjivanja performansi održivosti prikazana u Izveštaju o održivosti i usaglasili smo ih sa pratećom dokumentacijom koju je Društvo dostavilo,
- ▶ Pregledali smo Izveštaj o održivosti i potvrdili prezentaciju odabranih obelodanjivanja performansi održivosti u skladu sa GRI standardima.

Zaključak

Na osnovu sprovedenih procedura i prikupljenih dokaza, nismo uočili da je potrebno izvršiti bilo kakve materijalne modifikacije u odabranim obelodanjivanjima performansi održivosti sadržanim u Izveštaju o održivosti za godine koje se završavaju 29. februara 2024. godine i 28. februara 2025. godine, kako bi on bio u skladu sa Kriterijumima.

U Beogradu, 3. februara 2026. godine



Danijela Mirković
Ovlašćeni revizor
Ernst & Young d.o.o. Beograd



