



Izjava o namerama - Smanjenje upotrebe ambalažnog materijala i smanjenje viškova hrane



Sadržaj

1. Naše shvatanje.....	1
2. Naš cilj.....	1
3. Naša pozicija	2
4. Naše angažovanje	2
4.1 Smanjenje	3
4.1.1 <i>Smanjenje upotrebe ambalažnog materijala</i>	3
4.1.2 <i>Izbegavanje viškova hrane</i>	4
4.2 Upotreba održivijeg ambalažnog materijala	5
4.3 Ponovna upotreba	6
4.3.1 <i>PET i plastika</i>	6
4.4 Reciklaža u Lidl Srbija	7
4.4.1 <i>Papir</i>	7
4.4.2 <i>Prehrambeni proizvodi</i>	7
5. Zaključak	8

1. Naše shvatanje

"U našem svakodnevnom delovanju mi preuzimamo ekonomsku, društvenu i ekološku odgovornost."

Ovim osnovnim načelom definiše se odgovorno poslovanje kao deo korporativne kulture kompanije Lidl Srbija. Pod motom „Na putu prema sutra“ Lidl se zalaže za bolje uslove života i rada svih zaposlenih u proizvodnom lancu kao i za kontrolu i što racionalniji uticaj poslovanja na životnu okolinu. Preuzimamo društvenu i ekološku odgovornost, svesni toga da i naši potrošači ovo očekuju od nas.

2. Naš cilj

Lidl Srbija teži tome da postane lider na tržištu u pogledu održivog poslovanja. Trudimo se da spojimo ekonomsko razmišljanje i ekološko postupanje. Namera nam je da u celom lancu nabavke koristimo potencijale za optimizaciju, koji pozitivno utiču, kako na čoveka i prirodu, tako i na uspeh naše kompanije.

Ova namera ogleda se u količini i obliku ambalažnog materijala naše privatne robne marke. Što je manje ambalažnog materijala prisutno u proizvodu, to je proizvod ekološki prihvatljiviji. Ovo se ne odnosi samo na proizvodnju, već i na zbrinjavanje. Još jedan segment u kojem se sprovodi gore opisano načelo jeste poručivanje namirnica prema potrebama kako bi se sprečili viškovi hrane. Što su zalihe bolje prilagođene stvarnim potrebama, to će manji biti viškovi hrane. Na ovaj način čuvaju se resursi i jača kompanija.

Da bismo smanjili viškove hrane i ambalažnog materijala, težimo ka sledećem:

1. Smanjenje upotrebe

Naš cilj je smanjenje upotrebe ambalažnog materijala i viškova hrane. Sistematskim optimizacijama i inovacijama nastojimo da smanjimo potrebu za ambalažnim materijalom za proizvode privatne robne marke, a da pritom ispunimo zahteve tržišta.

Kompanija Lidl Srbija objavljuje svoj cilj da do kraja 2025. godine smanji upotrebu polimernih materijala (PET, HDPE, LDPE..) u proizvodima privatne

robne marke za 20 posto, kako bi na taj način doprinela značajnom smanjenju plastike.

2. Ponovna upotreba

Važno nam je da ambalažni materijal posle upotrebe ne ostane nekorišćen, već da se opet vrati u proizvodni tok.

Kompanija Lidl Srbija će nastojati da sva polimerna ambalaža privatne robne marke do kraja 2025. godine bude reciklabilna. Na taj način podržavamo zahtev Evropske komisije da do 2030. godine sva plastična ambalaža može da se reciklira.

3. Naša pozicija

Težimo stalnom poboljšanju kvaliteta, efikasnosti i održivosti celokupnog lanca nabavke. U tome nas odlikuje načelo jednostavnosti. Vidimo sebe kao deo rešenja globalnog izazova, da se viškovi hrane i upotreba ambalažnog materijala smanje.

Predmetnom izjavom o namerama stavljamo potrošaču do znanja da je održivo poslovanje naš put, i da održavanjem obećanog kvaliteta obezbeđujemo svoju konkurentnost u budućnosti.

Želja nam je da budemo najodrživiji trgovinski lanac u Srbiji.

4. Naše angažovanje

Naše angažovanje ispoljava se naših pet polja delovanja: asortiman, zaposleni, životna sredina, društvo i poslovni partneri. U segmentu životne trudimo se da postupamo odgovorno, svesni da kvalitet i efikasnost kojima težimo mogu biti ispunjeni samo uz očuvanu životnu sredinu.

4.1 Smanjenje

Smanjenjem upotrebe ambalažnog materijala, kao i smanjenjem količine hrane koja se ne iskoristi, štitimo resurse i jačamo ekonomsku moć kompanije.

4.1.1 Smanjenje upotrebe ambalažnog materijala

Ambalaža u načelu štiti robu tokom transporta od prljanja i kvarenja, istovremeno pružajući mogućnost da kupci dobiju informacije o proizvodu. Na taj način upotreba ambalaže je neizostavna segmentu trgovine.

Stalnom optimizacijom transportnih pakovanja i ambalaže proizvoda štedimo materijale pri čemu se trudimo da upotrebljavamo ekološki održivije sirovine.

Segment svežine

U asortimanu svežeg voća i povrća nudimo veliki broj neupakovanih, rinfuznih artikala. Planiramo da ovaj udeo u budućnosti povećamo.

Pekara

U segmentu ponude svežeg peciva ne nudimo prethodno pakovane artikle. Potrošaču je ponuđeno da slobodno odabere proizvod iz naše široke palete hlebova, zemički i slatkog peciva. Na taj način sprečavamo nepotrebnu upotrebu ambalaže.

Asortiman suvih proizvoda

U segmentu kozmetičkih proizvoda kao što su lak za nokte, karmin itd. svesno izbegavamo velika (kabasta) spoljna pakovanja. Lidl kao internacionalna kompanija član je Evropskog udruženja za sredstva za pranje i čišćenje A.I.S.E. i neprekidno se zalaže za više održivosti u ovom segmentu. Količina praška za veš Formil smanjena je sa 120 g na 65 g po pranju a da se pri tom kvalitet proizvoda nije menjao. Uz očuvanje 27 pranja po pakovanju, ova optimizacija praška za veš nam je omogućila i da uradimo optimizaciju ambalaže proizvoda i da za preko 20 % smanjimo težinu ambalaže.

Ambalaža Alesto indijskog oraha smanjena je za oko 20 %, mada je sadržaj ostao isti. Na taj način ne samo da se štedi upotreba ambalažnog materijala, već se smanjuje i proizvodnja CO₂, jer je zbog manje veličine ambalaže na jednoj paleti moguće transportovati više pakovanja.

Transport

U cilju podržavanja održivih rešenja fokusirani smo i na optimizaciju transportnih pomagala. Transportna pomagala, kao npr. palete, neophodna su za bezbedan i efektivan transport. Grupacija Lidl već neko vreme u logistici koristi "hajlbronsku polu-paletu" (HHP) kao inovativni nosač tovara. Svojom stabilnom konstrukcijom od HDPE materijala koji se može reciklirati, i zahvaljujući kojem postiže veliki vek trajanja, ona doprinosi održivom poslovanju. Kod HHP se naročito vodilo računa o ergonomskom rukovanju. Sa jedva 6,5 kg ova paleta je znatno lakša od dosadašnje drvene „diseldorfske“. Nema oštrih ivica ili ivera, tako da je rizik od povreda u značajnoj meri smanjen. Robusan plastični materijal (HDPE) doprinosi čistoći. Paleta je dodatno neosetljiva i višestruko dugovečnija.

U sedištu našeg interesovanja jeste i planiranje putanje i optimalno iskorišćenje angažovanih šlepera.

4.1.2 Izbegavanje viškova hrane

Neprekidno vodimo računa o visokom kvalitetu naših namirnica, a zdravlje i zadovoljstvo naših potrošača su nam na prvom mestu. U ponudi artikala vodimo računa da potrošač ima dovoljno vremena da pripremi i konzumira proizvod dok je u roku trajanja.

U procesu proizvodnje i dostave

Odlučujući faktori za optimalne zalihe u prodavnici su planiranje, brzina i logistika. Svakodnevne porudžbine prodavnica objedinjene se prosleđuju dobavljačima. Velike količine koje se poručuju sa mogućnošću planiranja, u saradnji sa dugoročnim i pouzdanim partnerima, znače da oni mogu da optimizuju proizvodnju radi obezbeđenja maksimalne svežine, a time mogu da minimalizuju i gubitke u proizvodnji.

Transport proizvoda se obavlja preko distributivnog centara, u kojem se dostavljeni artikli centralno spajaju.

Dispozicijom koja je prilagođena potrebama, odgovarajućom prezentacijom proizvoda i obezbeđenjem svežine i kvaliteta naših proizvoda u prodavnicama, mi vodimo računa o smanjenju viškova hrane.

Voće i povrće

U asortimanu voća i povrća različitim merama obezbeđujemo svežinu i kvalitet, čime sprečavamo viškova hrane.

Ovo postižemo tako što se trudimo da transportni put bude što kraći, a vremenski intervali dok proizvodi od polja ne stignu u prodavnicu što manji. U našim prodavnicama voće i povrće se svakog jutra dostavlja sveže, a svežina se proverava više puta u toku dana. Za to su zadužena lica nadležna za svežinu.

Hlađene namirnice

Ukoliko se dogodi da pojedini proizvodi iz hlađenog programa ne mogu blagovremeno da se prodaju pre nego što im istekne rok trajanja, oni će se nekoliko dana pre isteka roka ponuditi po nižoj ceni. U tu svrhu u svakoj prodavnici u rashladnim vitrinama postoji crveno označeni se proizvodi koji se nude po 30 posto nižoj ceni.

4.2 Upotreba održivijeg ambalažnog materijala

Od otvaranja 2018. godine veći deo naših voćnih sokova prodajemo u kartonskim kutijama za piće, koje su označene logotipom FSC-Mix. Dobro vidljiv logotip FSC na kartonskim kutijama za piće, potrošačima pruža izvesnost da koriste ambalažu koja se pretežno sastoji od drvenih vlakana, koja potiču od primerno i odgovorno upravljanim šumama. Naš cilj je da potrošačima nudimo najveću meru transparentnosti, kvaliteta i sledljivosti tokom lanca isporuke sve do izvora proizvodnje proizvoda. Jasnim, čitkim i razumljivim informacijama na pakovanjima sopstvenih robnih marki, Lidl Srbija podržava svoje kupce u izboru proizvoda.

Kese

U cilju smanjenja upotrebe plastičnih kesa, Lidl Srbija od otvaranja prodaje, a ne poklanja kесе. Asortiman ceđera kreiran je za veću održivost i usmeren ka višestrukome korišćenju. Našim kupcima ubuduće ćemo nuditi sledeći optimizovani asortiman ceđera u zoni kasa:

- Dugovečni

Zahvaljujući svojoj tkanoj strukturi, ceđeri su robusni i mogu se koristiti za nabavku teških proizvoda, poput boca. Izdržljivi materijal se 100 posto može reciklirati, a struktura je takva da odbija prljavštinu i vodu, obezbeđujući pri tome dugovečnost.

- Sertifikovani

Papirne kесе, koje će biti uključene u ponudu, sastoje se od sirovina koje isključivo potiče iz održivog uzgoja. Kесе se u potpunosti mogu reciklirati, biološki su razgradive i poseduju sertifikat Forest Stewardship Council (FSC).

- Hladni

Za odgovarajući transport hlađenih i smrznutih proizvoda u ponudi postoji kesa koja održava hladnoću. Efekat hlađenja se postiže primenom izolujućih materijala i cirkulacijom vazduha između višeslojnih folija.

4.3 Ponovna upotreba

Važno je da ambalažni materijal posle svoje namene i upotrebe ne ostane nekorišćen, već da se opet vrati u proizvodni tok.

4.3.1 *PET i plastika*

Lidl aktivno radi na pronalaženju rešenja na koji način da sakupi PET boce koje se plasiraju na tržište kao deo naših proizvoda i da istima putem reciklaže vrati upotrebnu vrednost. Ovo nam je važno sa dva aspekta. Sa jedne strane želimo da sprečimo zagađenje životne sredine, koje je delom posledica nekontrolisanog odlaganja PET boca, a sa druge strane želimo da doprinesemo manjoj upotrebi prirodnih resursa koje se koriste za proizvodnju PET-a.

U segmentu sredstava za čišćenje u našoj eco seriji upotrebljava se 80 posto PET reciklirani materijal, koji u potpunosti potiče od Post-Consumer PET tokova. Proizvodi iz ciklusa Green Cycle daju Lidl-ovim recikliranim proizvodima novi

život. Lidl Srbija teži tome da poveća ponudu ovakvih artikala svojim potrošačima.

U prodavnicama, kao posledica poslovanja, ostaju velike količine transparentnih folija, kao npr. streč folije ili navlake. Dodatno, postoje određene količine šarene folije i drugih plastičnih masa. Ovi materijali se sakupljaju i presuju u bale u distributivnom centru. Takav reciklažni materijal se preuzima od strane distributera koji ga dalje zbrinjava na odgovarajući način.

4.4 Reciklaža u Lidl Srbija

Načelo glasi: Ne postoji otpad, već samo loše sortirane sirovine.

4.4.1 *Papir*

Nakon što kupac napuni svoju korpu, kartonske kutije ostaju u prodavnici.

One se zbijaju pomoću optimizovane tehnike presovanja. Preko firmi za odlaganje otpada ili distributivnih centara, celi kamionski tovari se prodaju papirnoj industriji, koja od toga opet proizvodi nove kartonske kutije. Mi sledimo cilj da povećamo udeo recikliranog materijala u kartonskim kutijama i da smanjimo upotrebu novih materijala, pri čemu vodimo računa da izdržljivost kartonskih kutija ne bude narušena.

U tu svrhu se usaglašavamo sa jedne strane sa papirnom industrijom i dobavljačima, a sa druge strane sa prodajom i logistikom.

4.4.2 *Prehrambeni proizvodi*

Prehrambeni proizvodi koji više nisu za prodaju i koji se više ne mogu donirati, mi sortiramo u našim prodavnicama. Oni se u zbijenom obliku transportuju do postrojenja biogasa gde se koriste za proizvodnju biometana. On se, u zavisnosti od postrojenja, oplemenjuje i ubacuje u mrežu gasa. U drugim sistemima se gas preko kogeneracionih postrojenja direktno pretvara u struju i ubacuje u energetska mrežu.

5. Zaključak

Ova izjava o namerama je jedan od koraka koje preduzimamo u cilju da postanemo najodrživiji trgovinski lanac u Srbiji.

Održivo poslovanje je naš put, a održavanje obećanog kvaliteta apsolutni zahtev koji ispunjavamo svakog dana obezbeđujući na taj način našu konkurentnost u budućnosti. Konstantno težimo poboljšanju kvaliteta, efikasnosti i održivosti celokupnog lanca nabavke.

Blagovremeno ćemo proširivati i objavljivati konkretne mere koje preduzimamo u cilju svesnog i održivog korišćenja sirovina.