**Lidl Srbija izvezla robu u vrednosti od 10 miliona evra**

**Koristeći snagu svoje maloprodajne mreže u Evropi, Lidl Srbija je izvezla domaćih proizvoda u vrednosti od 10 miliona evra, čime je podstakla privredu i direktno doprinela BDP-u Srbije. U isto vreme, Lidl je značajno uvećao i udeo domaćih artikala u asortimanu svojih prodavnica u Srbiji.**

Srpski proizvodi u vidu Lidl brendova našli su se na policama Bugarske, Rumunije, Hrvatske, Slovenije, Poljske i Slovačke.

„Sirovinu, poput pšenice ili šećera, je lako izvesti, jer je velika potražnja za njima. Međutim, naš cilj je da iskoristimo snagu naše maloprodajne mreže i izvezemo finalni proizvod, čija je vrednost veća jer uključuje rad više povezanih industrija u Srbiji. Na taj način se doprinosi srpskom BDP-u“, istakao je **Nikola Balaban, izvršni direktor nabavke kompanije Lidl Srbija.**

Balaban dodaje da je srpska hrana sve traženija van granica naše zemlje, ali samo pod uslovom ako je iznad prosečnog i konstantnog kvaliteta, od prve do poslednje palete.

Izvoz proizvoda, i to somuna, adriatikos sira, zamrznutih kroasana, žu – žu peciva, kokošije i ćureće paštete i tost hleba, u vrednosti od 10 miliona evra postignut je zahvaljujući partnerskim odnosima Lidla i domaćih dobavljača. Naime, Lidlovi partneri imaju osiguran plasman robe i mogu da planiraju proizvodnju, što im otvara prostor za investicije u pogledu kapaciteta i standarda, važnih za dostizanje evropskih standarda kvaliteta.

„Pravi primer za to je proizvodnja somuna. Kako i uvek, želimo da gradimo dugoročne partnerske odnose, pa od našeg dobavljača koji ima pogone u Subotici, Nišu i Novom Sadu, izvozimo somun u Bugarsku, Rumuniju, Poljsku, a uskoro i u Nemačku, Italiju, Španiju i to u vrednosti od pet miliona evra”*,* naveo je Balaban**.**

Takođe, Lidl Srbija je za gotovo 100 srpskih proizvođača obezbedila dobijanje IFS sertifikata, koji je važan preduslov za izvoz u Evropu, kao kroz mrežu ovog maloprodajnog lanca, tako i šire.

Pored toga što ih izvozi, i na policama ovog diskontnog lanca u Srbiji nalazi sve veći broj proizvoda domaćeg porekla. Lidl je prošle godine uveo novi brend svojih proizvoda pod nazivom „*S ljubavlju, domaće*“. U pitanju je oko 80 proizvoda isključivo domaćih dobavljača, a pored srpskog porekla odlikuje ih i odličan kvalitet. Od mleka i mlečnih proizvoda, preko suhomesnatih proizvoda, pa do domaćih kolača – ovi proizvodi su lako prepoznatljivi po svom dizajnu – tradicionalnom srpskom vezu.

**O Lidlu**

Kompanija Lidl, kao deo nemačke Švarc grupe (Schwarz Gruppe), predstavlja jednog od vodećih prehrambenih trgovinskih lanaca u Nemačkoj i Evropi. Posluje u 32 zemlje širom sveta, sa oko 11.550 prodavnica, kao i više od 200 logističkih centara i skladišta u 30 zemalja sveta.

Lidl je u Srbiji svoje prve prodavnice otvorio u oktobru 2018. godine i trenutno ima 65 prodavnica u 37 gradova širom zemlje. Imamo dugoročne planove sa ciljem da potrošačima širom Srbije ponudimo jedinstveno iskustvo kupovine i najbolji odnos cene i kvaliteta, po čemu smo prepoznati u svetu. Na osnovu sertifikovanja od strane Top Employers Institute za najboljeg poslodavca, Lidl je nosilac sertifikata „Top Employer Serbia“ i „Top Employer Europe” za 2021. i 2022. godinu.

**Kontakt za medije:**

Dragana Milačak, RED Communication, Email: [dragana.milacak@red.rs](mailto:dragana.milacak@red.rs) , Mob: +381 64 875 2671

Sara Trajković, RED Communication, Email: [sara.trajkovic@redc.rs](mailto:sara.trajkovic@redc.rs), Mob: +381 65 563 66 08

[press@lidl.rs](mailto:press@lidl.rs)

[www.lidl.rs](https://www.lidl.rs/)

[Media centar LINK](https://www.lidl.rs/sr/Press-883.htm)

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