

Politika nabavke

Osveščena ishrana

Lidl Srbija • verzija 26.01.2023



ZA BOLJE
SUTRA



Sadržaj

Naša odgovornost u pogledu osveščene ishrane	2	Naš pristup	23
Naše shvatanje društveno odgovornog poslovanja (CSR)	3	Nutri-Score: kratak pregled nutritivnih vrednosti	23
Pozadina o temi osveščena ishrana	4	Oznaka za tip uzgoja	24
Planetarna dijeta	5	Bezbednost namirnica	25
Naše zalaganje za osveščenu ishranu	7	Naš pristup	25
Naše zalaganje za osveščenu ishranu	8	Proveren kvalitet – intenzivno testiranje proizvoda privatne robne marke u Lidlu	25
Podsticaj zdravije ishrane	9	Naš način da smanjimo neželjene materije u namirnicama	26
Naš pristup	9	Smanjenje količine pesticida	26
Marketing samo za zdravu ishranu dece	10	Rečnik	28
Više žitarica od celog zrna za više vlakana	12	Rečnik	29
Više zdravih masti i ulja	13	Izvori i veze	30
Manje šećera i soli	15	Izvori i veze	31
Manje aditiva – kratke liste sastojaka	17	Izvori ilustracija	35
Podsticanje zdravije ishrane	19		
Naš pristup	19		
Održivi razvoj asortimana	20		
Više proteina biljnog porekla	21		
Smanjenje otpada od hrane	22		
Podsticanje označavanja, transparentnosti i kompetencija	23		

Naša **odgovornost** u pogledu osveščene ishrane



Naše shvatanje društveno odgovornog poslovanja (CSR)

Za Lidl je održivost poslovanja jedan od ključnih strateških ciljeva za uspešnu budućnost. Mi preuzimamo odgovornost tamo gde naše poslovanje utiče na ljude i okolinu. Odgovorno poslovanje je naš način da svakodnevno iznova ispunjavamo obećani kvalitet i da tako osiguramo budućnost naše kompanije.

Na osnovu navedenog razvili smo našu strategiju društveno odgovornog poslovanja. Tako jasno usmeravamo naše zahteve za odgovornim poslovanjem. Naše zajedničko i opšte razumevanje održivog poslovanja obuhvata šest strateških fokus tema: „Očuvanje resursa”, „Zaštita klime”, „Poštovanje biodiverziteta”, „Fer poslovanje”, „Promocija zdravlja” i „Učešće u dijalogu”. Time opisujemo šta za nas u kompaniji Lidl predstavlja odgovorno ponašanje prema planeti, ljudima i našim potrošačima.

Za bolje sutra: osvešćena ishrana

Kao maloprodajni trgovac hranom sa trenutno 65 otvorenih prodavnica u Srbiji svakog dana dopiremo do velikog broja potrošača i svojom paletom brojnih proizvoda doprinosimo njihovoj ishrani. S obzirom da proizvodnja namirnica sa sobom nosi negativne, kako društvene tako i ekološke uticaje, želimo da smanjimo ove efekte i da našim potrošačima ponudimo proizvode koji će im omogućiti zdraviji i održiv način života. Osvešćena ishrana ne samo da pozitivno doprinosi našem polju delovanja „Promocija zdravlja”, već pozitivno utiče i na mnoga druga polja našeg delovanja.



Pozadina o temi osveščena ishrana



Planetarna dijeta

Godine 2017, Lidl je kao maloprodajni trgovac hranom bio prva kompanija koja je objavila sveobuhvatnu strategiju smanjenja upotrebe šećera i soli, i ciljeve za smanjenje ostataka pesticida, kontaminata i aditiva u svom asortimanu proizvoda robne marke.

Gotovo pet godina kasnije, došlo je do dodatnih promena na polju ishrane. Pored brige o zdravlju svakog pojedinca, danas je važno da se pozabavimo i time kako da 10 milijardi ljudi širom sveta do 2050. godine prehranimo na održiv način i u okviru ekoloških granica. Uticaj koji sistemi proizvodnje hrane imaju na našu životnu sredinu postaje sve jasniji i prisutniji. U ovom trenutku proizvodnja hrane zauzima 55% biokapaciteta naše planete, što je više od polovine zemaljske kugle.¹ „Dan ekološkog duga“ (Earth Overshoot Day) 1970. godine obeležen je 31. decembra, dok se 2022. godine ovaj dan pomerio na 28. jul. Pored životne sredine, naša ishrana uveliko utiče i na naše zdravlje. Trećina prevremenih smrti u Evropi i Severnoj Americi mogla bi da se spreči konzumiranjem zdravijih namirnica.² Uprkos sve većoj svesti po tom pitanju, navike o konzumiranju namirnica u Evropi i SAD-u nisu se приметно promenile. Gotovo 65% stanovnika i dalje ima prekomernu težinu ili je gojazno.³

Posledice su dobro utvrđene bolesti poput dijabetesa melitusa, arterioskleroze, gojaznosti, kardiovaskularnih bolesti i srčanih udara.

Istovremeno, dve trećine potrošača u EU želi da se hrani zdravije i održivije.⁴ Predloženo zakonodavstvo EU, kao što su strategija „Od polja do stola“, nacrt zakona o lancima snabdevanja bez krčenja šuma i porezi na emisije CO₂, plastiku, šećer ili so pokazuju političku volju ka osvešćenijoj i održivijoj ishrani.

¹ Earth Overshoot Day: Earth Overshoot Day 2022: Ministar za zaštitu životne sredine Ekvadora poziva na delovanje: „Iskoristimo našu ekološku snagu da oblikujemo našu budućnost“, 2022.

² Global Nutrition Report: What we eat matters: Health and environmental impacts of diets worldwide, 2021.

³ EAT Lancet Commission: Food, Planet, Health, 2021.

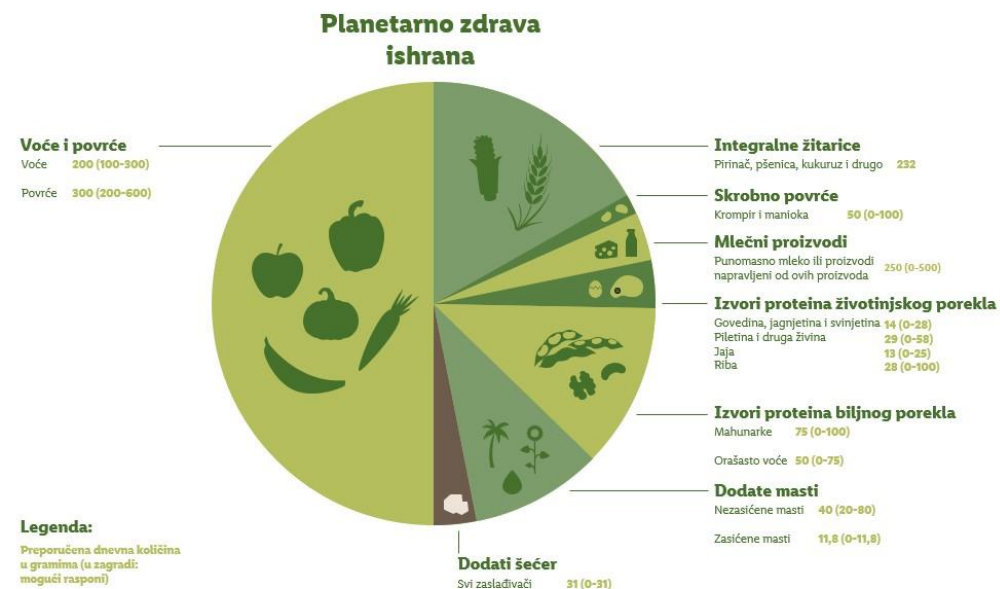
⁴ European Commission: Making our food fit for the future – Citizen’s expectations, 2020.

Šta je održiva i zdravija ishrana?

EAT Lancet komisija je 2019. godine s programom Planetarno zdrave ishrane (Planetary Health Diet – PHD) obezbedila naučnu osnovu za globalnu promenu u ishrani⁵. Ovaj program nastao je pod vođstvom prof. Johana Rokstrema, a razvilo ga je 37 naučnika iz 16 zemalja iz oblasti ishrane, zdravlja, održivosti, poljoprivrede i politike. Na osnovu istraživanja, kada bi svi sledili smernice uravnotežene ishrane zasnovane na konzumiranju biljaka, oko 10 milijardi ljudi bi moglo da se hrani zdravo do 2050. godine bez preopterećenja planete.

Plan ishrane za budućnost biće pretežno na bazi biljaka, ali je i dalje moguć manji udeo životinjskih proizvoda. Iako je PHD i danas samo teorijski model, po prvi put nudi holistički, konkretan nutritivni okvir unutar planetarnih granica opterećenja. Ova naučno zasnovana otkrića su fundamentalna za ciljeve koje je Lidl postavio za sebe kada je u pitanju svesna ishrana.

⁵ EAT Lancet Commission: Food, Planet, Health, 2021.



Naše **zalaganje** za osveščenu ishranu



Naše zalaganje za osvešćenu ishranu

Polje delovanja „Osvešćena ishrana” ima uticaj na sve naše strateške fokus teme i objedinjuje pitanja poput „bezbednosti hrane”, „zdravije ishrane”, „održive ishrane”, kao i „transparentnosti i osnaživanja”.

Bezbednost hrane predstavlja osnovu naše strategije za osvešćenu ishranu i stoga je vidimo kao preduslov za sprovođenje ostalih stubova. S ciljem zdravije ishrane usredsređeni smo na poboljšanje nutritivnih aspekata našeg asortimana. Održivom ishranom definišemo cilj za ekološki i društveno pravednu ishranu unutar planetarnih granica. Kako bismo na tom putu podržali naše potrošače da prihvate ovu ponudu, ključ svesnije odluke o kupovini su transparentnost i komunikacija.

Na temelju ovih stubova, kontinuirano unapređujemo dalji razvoj sopstvenog asortimana robne marke koji uključuje bezbedne, održive, zdravije i cenovno povoljne proizvode.



Podsticaj zdravije ishrane

Naš pristup

Svest potrošača o zdravijoj i održivijoj ishrani sve je veća. Na osnovu ankete sprovedene u EU, više od 70% ispitanih potrošača je reklo da je zdrava ishrana glavni prioritet održivog načina života.⁶ Kako bismo se hranili zdravije, fokus je na konzumiranju više voća, povrća i vlakana, a smanjenju unosa soli, šećera i zasićenih masnih kiselina. S našim asortimanom od oko 1800 proizvoda, našim potrošačima nudimo široku paletu prehrambenih proizvoda za zdraviji način života. Pored toga, stalno razvijamo naš asortiman proizvoda u skladu sa najnovijim naučnim otkrićima.

Pratimo holistički pristup smanjenju unosa šećera, soli, zasićenih masnih kiselina, energetske vrednosti, aroma, konzervansa i boja. Istovremeno imamo nameru da postepeno povećavamo udeo žitarica od celog zrna, kao i asortiman proizvoda privatne robne marke koji sadrže žitarice od celog zrna, ali i udeo biljnih izvora proteina. Posebnu pažnju obraćamo na decu jer se obrasci ishrane oblikuju u detinjstvu. U skladu s preporukom Svetske zdravstvene organizacije (SZO), od 1. marta 2023. više nećemo da reklamiramo namirnice, koje sadrže previše zasićenih masti, šećera ili soli, kroz elemente i na način posebno primamljiv deci.

Naši stručnjaci za ishranu kontinuirano proveravaju asortiman naših privatnih robnih marki. U saradnji sa dobavljačima unapređujemo

recepture prema definisanim specifikacijama, pri čemu uzimamo u obzir sve aspekte fiziologije ishrane. U ovom procesu takođe vodimo računa o energetske vrednosti. Na ovaj način sprečavamo da smanjenje sadržaja šećera istovremeno poveća sadržaj masti u namirnicama – što bi na kraju dovelo do istog pa čak i većeg broja kalorija u proizvodu. S tim u vidu, razvili smo profile hranljivih materija koji su zasnovani na preporukama SZO i, u nekim slučajevima, strožim nacionalnim propisima (za više informacija pogledajte str. 12 „Preporuka SZO”). Cilj ovog postupka jeste da postepeno poboljšamo Nutri-Score (sistem obeležavanja bojama) proizvoda.

Uz sve navedeno obraćamo pažnju na želje i potrebe svojih potrošača. Naš nepobitni orijentir je ukus. Zbog toga, u obzir uzimamo povratne informacije naših potrošača prilikom formiranja asortimana ili izmene receptura proizvoda u saradnji sa našim dobavljačima.

⁶ European Commission: Making our food fit for the future – Citizen's expectations, 2020.

Marketing samo za zdravu ishranu dece

Broj školske dece prekomerne težine u EU je u porastu već 20 godina.⁷ Deca i mladi koji su fokus oglašavanja u medijima u Nemačkoj svaki dan vide barem 15 reklama ili oglasa za nezdrave namirnice. Od toga, 92% reklama oglašava brzu hranu, grickalice i slatkiše.⁸ Za razliku od odraslih, deca ne dovode u pitanje reklamne poruke, čime se pobuđuje želja za proizvodom koji se oglašava.

Budući da neuhranjenost u detinjstvu povećava rizik od bolesti povezanih s ishranom u odraslom dobu, oglašavanje zdravih namirnica, a ne nezdravih do 14. godine života ključno je za zdravlje dece.⁹

Pored nevladinih organizacija i organizacija za zaštitu potrošača u EU Evropska organizacija potrošača (BEUC) takođe poziva na zabranu oglašavanja nezdrave hrane namenjene deci.^{10,11}

Stoga smo sebi postavili sledeće ciljeve:

Naši ciljevi za oglašavanje namenjeno deci

1. Od sada ćemo da podstičemo oglašavanje za zdraviju i održiviju ishranu namenjenu deci.
2. Od 1.3.2023. godine, sukcesivno prestajemo da prikazujemo reklame za nezdravu ishranu namenjenu deci kada su u pitanju naše privatne robne marke. To uključuje reklame na televiziji, radiju, društvenim mrežama i lecima za domaćinstvo.
3. Od kraja 2025. godine, prodavaćemo namirnice izgleda primamljivog za decu¹² na pakovanjima naše privatne robne marke samo ako ispunjavaju kriterijume SZO za zdrave¹³ namirnice. Pritom ćemo pakovanja sukcesivno da menjamo. Izuzetak: proizvodi na akciji za Božić, Uskrs i Noć veštica.

Pri odlučivanju o tome da li je neki proizvod izgleda primamljivog za decu klasifikovan kao zdrav ili nezdrav koristimo kriterijume SZO.

⁷ World Health Organization: Digital food environments, 2021.

⁸ Univerzitet u Hamburgu: Oglasi na internetu i televiziji namenjeni deci koji uključuju nezdrave namirnice, 2021.

⁹ Savezno udruženje potrošača: Namirnice izgleda primamljivog za decu i njihovo oglašavanje, 2021.

¹⁰ The European Consumer Organisation: Food marketing to children needs rules with teeth, 2021.

¹¹ Foodwatch: Saopštenje za javnost o proveru tržišta, 2015.

¹² Proizvodi izgleda primamljivog za decu su sve namirnice čija ambalaža sadrži elemente koji su privlačni deci do i uključujući uzrast od 14 godina ili koji sugerišu da su pogodni za decu.

¹³ Sve namirnice koje ispunjavaju nutritivne zahteve (npr. so, šećer, zasićene masne kiseline) prema profilu hranljivih sastojaka SZO naziva zdravim namirnicama.

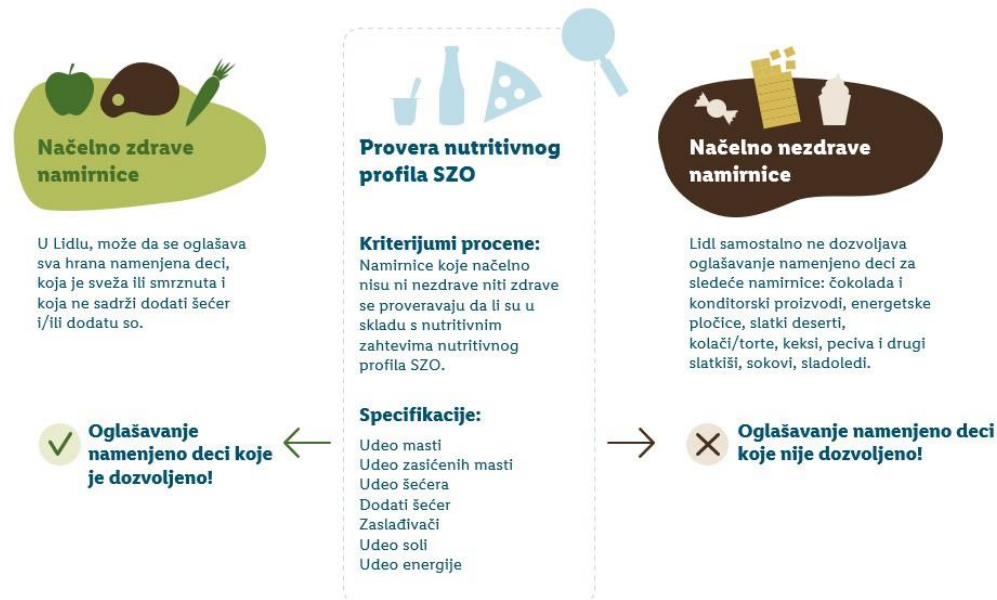
Sve namirnice koje ispunjavaju nutritivne zahteve prema profilu hranljivih sastojaka SZO smatramo zdravim namirnicama i smeju da se reklamiraju u okruženju u kom se nalaze deca. Božić, Uskrs i Noć veštica su posebne prilike u životu deteta i samim tim ne definišu svakodnevne navike u njegovoj ishrani. Stoga smo odlučili da napravimo izuzetak u ovim prilikama. Na primer, čokoladni Deda Mraz ili Uskršnji zeka predstavljaju kulturološke simbole i njih ne želimo da uskratimo deci.

Preporuka SZO

Svetska zdravstvena organizacija (SZO) definisala je sopstvenu ocenu za zdrave ili nezdrave namirnice, koja je posebno koncipirana za ishranu dece. Profil hranljivih sastojaka deli namirnice u 17 kategorija i postavlja granične vrednosti za sastav hranljivih materija iznad kojih ne bi trebalo da se vrši marketing namenjen deci.

Kriterijumi za ocenjivanje su ukupni sadržaj masti i ukupni sadržaj šećera, zasićene masti, dodati šećer i zaslađivači, so i energetska vrednost namirnice.

Klasifikacija hrane za decu prema nutritivnom profilu SZO



Više žitarica od celog zrna za više vlakana

Ishrana bogata integralnim žitaricama igra ključnu ulogu u zdravlju i, uz prosečnu evropsku ishranu, predstavlja najvažniju osnovu za zdravije starenje.¹⁴



Proizvodi od celog zrna sadrže više vlakana, sekundarnih biljnih materija, minerala (cinka, gvožđa, magnezijuma) i vitamina (B1, B2, folne kiseline) nego proizvodi od mlevenog belog brašna, zato što su sačuvani površinski slojevi zrna. Vlakna su neprobavljiva za nas ljude, ali čine hranljivu osnovu za naše crevne bakterije. Naše crevne bakterije fermentišu vlakna, što zauzvrat doprinosi poboljšanju zdravlja creva.

Time se smanjuju zdravstveni rizici od dijabetesa i kardiovaskularnih bolesti – s pozitivnim efektima na životni vek.¹⁵

¹⁴ Univerzitet u Vašingtonu: Health effects of dietary risks in 195 countries, 1990-2017: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study, 2017.

Naši ciljevi za više vlakana

1. Do kraja 2023, analiziraćemo kojim proizvodima možemo da proširimo naš asortiman kako bismo uključili alternative od celog zrna.
2. Do 2025, postepeno ćemo da povećavamo udeo žitarica od celog zrna u našim proizvodima robne marke u Lidlu.
3. Do 2025, stvorićemo transparentnost tako što ćemo sukcesivno navoditi sadržaj vlakana u proizvodu u tabeli s hranljivim vrednostima.

¹⁵ Geng Zong, Alisa Gao, Frank B. Hu, Qi Sun: Whole Grain Intake and Mortality From All causes, Cardiovascular Disease, and Cancer: A Meta-Analysis of Prospective Cohort Studies, 2016.

Više zdravih masti i ulja

Zbog stalno rastuće konzumacije proizvoda životinjskog porekla u prošlosti, takođe se povećao i udeo zasićenih masnih kiselina u hrani koju konzumiramo u EU.¹⁶ Prekomerna konzumacija povećava rizik od kardiovaskularnih bolesti koja je ujedno i uzrok smrti broj jedan u Evropi i Severnoj Americi.^{2,17} Nezasićene masne kiseline i omega-3 masti pretežno su biljnog porekla i sprečavaju pojavu kardiovaskularnih bolesti.¹⁸ Postavili smo sebi za cilj da kontinuirano povećavamo kvalitet masti i ulja u proizvodima privatne robne marke u Lidlu. To ostvarujemo povećanjem udela nezasićenih masnih kiselina i smanjenjem udela zasićenih masnih kiselina. Takođe obraćamo pažnju na najodrživije izvore masti i ulja. Ukoliko kod određenog proizvoda mora da se koristi čvrsto ulje zbog očuvanja njegove teksture ili drugih fizičkih svojstava, prednost dajemo biljnim mastima. Hidrogenizovane biljne masti mogu da se koriste sve dok su potpuno hidrogenizovane masti. Delimično hidrogenizovane biljne masti nose rizik da sadrže štetne transmasne kiseline i stoga se ne koriste.¹⁹

Naš cilj vezan za primenu zdravih masti i ulja

Poboljšavamo kvalitet masti i ulja u proizvodima privatne robne marke u Lidlu s obzirom na fiziologiju ishrane i njenu održivost. Stoga vršimo proveru svih proizvoda privatnih robnih marki kako bismo utvrdili mogućnost primene visokokvalitetnog biljnog ulja. Pritom prednost dajemo biljnom ulju koje se uzgaja u Evropi. S tim u vezi, do 2025. godine planiramo neprekidno da povećavamo udeo nezasićenih masnih kiselina u proizvodima naših privatnih robnih marki u Lidlu.

S ciljem što održivijeg izbora, razmatra se upotreba održivo sertifikovanog palminog ulja ili potpuno hidrogenizovane biljne masti.

¹⁶ European Environment Agency: Consumption of meat, dairy, fish and seafood, 2017.

¹⁷ Eurostat – Statistics Explained: Causes of death statistics, 2022.

¹⁸ MD Dr PH Dariush Mozaffarian: Dietary fat, 2022.

¹⁹ World Health Organization: Nutrition – Trans fat, 2018.

Šta je palmino ulje (ulje palminog jezgra) i Lidlov stav na tu temu?

Uljana palma, iz koje se dobija palmino ulje, daje mnogo više ulja u poređenju s drugim biljkama iz kojih se dobija ulje i ima manji uticaj na površinu na kojoj se uzgaja. Zbog svoje konzistencije, palmino ulje ne treba da se hidrogenizuje za mnoge primene, kao što je to slučaj kod drugih biljnih ulja. Navedena svojstva čine palmino ulje najrasprostranjenijim biljnim uljem na svetu. Međutim, uljana palma se uzgaja u veoma osetljivim tropskim oblastima.²⁰

Odgovorno upravljanje s ciljem zaštite prašuma, biodiverziteta i dobrobiti lokalnog stanovništva Lidl smatra veoma važnim. Stoga proizvodi privatne robne marke u Lidlu, koji sadrže palmino ulje (ulje palminog jezgra), od 2023. godine moraju da imaju sertifikat o održivosti. S tim u vidu, blisko sarađujemo s priznatim inicijativama i organizacijama koje dodeljuju sertifikate kao što su Okrugli sto o održivom palminom ulju (RSPO), Fairtrade, Bio, Rainforest Alliance.

Dodatne informacije o našoj posvećenosti održivoj nabavci palminog ulja (ulja palminog jezgra) dostupne su na [Izjava o namerama – održiva nabavka](#) palminog ulja

Površina potrebna za proizvodnju jedne tone ulja



²⁰ WWF: Na tragu do ulja: proračuni za svet bez palminog ulja, 2016.

Manje šećera i soli

U Evropskoj uniji se po glavi stanovnika u proseku konzumira oko 37kg šećera godišnje²¹ – zdravim se prema navodima SZO smatra najviše devet kilograma.²² Takođe, u Evropskoj uniji se po glavi stanovnika u proseku konzumira oko 3,5kg²³ soli godišnje – zdravim se prema navodima SZO smatra najviše 1,8kg.²⁴ Prekomerna konzumacija šećera dovodi do gojaznosti i povećava rizik od dijabetesa, dok prekomerna konzumacija soli povećava rizik od kardiovaskularnih bolesti kao što je moždani udar.²⁵

Naš cilj za smanjenje sadržaja šećera i soli

Naš cilj je da smanjimo prosečan sadržaj dodatog šećera i soli u asortimanu proizvoda naše robne marke za 20%.

U poređenju sa fiskalnom 2020. godinom, 2021. godine smanjili smo u asortimanu naših privatnih robnih marki količinu šećera za 6,48% a količinu soli za 3,87%.

²¹ Organisation for Economic Co-operation Development: Agricultural Outlook 2021-2030, 2022.

²² World Health Organization: WHO calls on countries to reduce sugars intake among adults and children, 2015.

²³ Loreen Kloss, Julia Meyer, Lutz Graeve, Walter Vetter: Sodium intake and its reduction by food reformulation in the European Union – A Review, 2015.

²⁴ World Health Organization: Salt Intake, 2022.

Šećer nije jednostavno šećer

Izoglukoza u namirnicama je povezana s prekomernom težinom i bolešću masne jetre. Međutim, nove nutritivno-fiziološke procene pokazuju da ova pretpostavka nije potvrđena i da izoglukoza nema drugačiji efekat na ljudsko zdravlje od drugih vrsta šećera.²⁶

Bez zamene šećera zaslađivačima

Smanjenjem sadržaja šećera želimo postepeno da upoznamo naše potrošače s manje razvijenim slatkim ukusom robnih marki. Šećer ne zamenjujemo zaslađivačima, zato što namirnice koje sadrže zaslađivače doprinose navici da se zaslađuje zbog intenzivnog ukusa slatkoće. Time bi se dodatno promovisala pothranjenost s visokim sadržajem šećera i smanjila potrošnja zdravih namirnica poput voća i povrća. Takođe smanjujemo udeo fruktoze u obliku čiste fruktoze i fruktozno-glukoznog sirupa u našim proizvodima, zato što se sumnja da je visok unos fruktoze faktor rizika za razvoj gojaznosti i masne bolesti jetre.²⁷

Pored proizvoda zaslađenih šećerom, nudimo i alternative sa smanjenim sadržajem šećera, kao i one bez šećera koje sadrže zaslađivače. Namirnicama sa smanjenim sadržajem šećera ili onima koje ne sadrže šećer, obraćamo se potrošačima koji žele da konzumiraju

²⁵ World Health Organization: Diabetes, 2022.

²⁶ Max Rubner-Institut: Ernährungsphysiologische Bewertung und Auswirkungen des Isoglukosekonsums auf die menschliche Gesundheit, o.J.

²⁷ James J DiNicolantonio, Ashwin Subramonian, James H O'Keefe: Added fructose as a principal driver of non-alcoholic fatty liver disease: a public health crisis, 2017.

namirnice s niskom energetsom vrednošću, ali ne žele da se odreknu ukusa slatkog.

Naš cilj za različite vrste šećera

Ukoliko bude moguće, i dalje ćemo izbegavati upotrebu fruktozno-glukoznog sirupa i čiste fruktoze, ukoliko je njihova prvobitna namena da služe kao zaslađivači.

Manje aditiva – kratke liste sastojaka

Aditivi su supstance koje se iz tehnoloških razloga dodaju namirnicama. Sredstva za konzerviranje, na primer, u kobasici, štite od mikrobnog kvarenja.

Naučna otkrića i potrošački centri načelno savetuju da se ne konzumiraju visokoprerađene namirnice s određenim aditivima, posebno kada su u pitanju deca.²⁸ Pored toga, mnogi potrošači su kritički raspoloženi prema aditivima.²⁹ Zbog toga se stalno zalažemo da smanjimo broj aditiva u proizvodima naše privatne robne marke.

Boje

U meri u kojoj je to moguće nastavićemo da izbegavamo upotrebu boja u proizvodima privatne robne marke. U osnovi, prednost dajemo namirnicama koje daju prirodnu boju, kao što je cvekla, pre nego veštačkim bojama za bojenje namirnica. Od 2009. godine ne koristimo nijednu azo-boju u namirnicama, osim kod pojedinih žestokih pića i aperitiva. Od 2018. nismo koristili hinolin žutu i zelenu S boju.

Arome

Namirnice s previše ukusa mogu dovesti do toga da deca zaborave kakav je zaista uobičajen ukus prirodnih namirnica. Stoga umerenu upotrebu aroma smatramo važnim. Kada koristimo arome, prednost

dajemo ekstraktima aroma ili prirodnim aromama dobijenim od namirnica koje proizvodu daju ime.

Arome u proizvodima za zamenu, namenjenim veganima

Posebnost u pogledu upotrebe aroma su veganski proizvodi, koji, primera radi, treba da imaju ukus piletine. Kada zbog upotrebe neke arome proizvod više ne bi bio veganski, u tom slučaju namerno koristimo veštačke arome.

Vitaminizacija i mineralizacija

Osim kod nekoliko izuzetaka, sve vitamine i minerale unosimo u dovoljnim količinama kroz uravnoteženu ishranu. Obično postoji dodatna potreba za njima samo kod određenih grupa ljudi (npr. kod trudnica ili pušača) ili kod osoba s određenim bolestima. Za sve ostale grupe ljudi, prekomerno uzimanje vitaminizovanih i mineralizovanih namirnica u pojedinačnim slučajevima može da ima negativne posledice po zdravlje. Zato samo u odabrane proizvode dodajemo vitamine i minerale, npr. u multivitaminske napitke (vitamine), sportske napitke, kod zamena za meso (vitamin B12), mleka biljnog porekla (kalcijum), margarina i jodirane kuhinjske soli.

Sredstva za konzerviranje

Naš cilj je da u što većoj meri smanjimo, odnosno u potpunosti da eliminišemo upotrebu konzervansa, uzimajući pritom u obzir i moguće

²⁸ Leonie Elizabeth, Priscila Machado, Marit Zinöcker, Phillip Baker, Mark Lawrence: Ultra-Processed Foods and Health Outcomes: A Narrative Review, 2020.

²⁹ Evropska agencija za bezbednost hrane: Posebno izdanje evrobarometra 354: Rizici povezani s hranom, 2010.

uticaje na gubitke hrane. Pri tome bezbednost hrane ne sme da se ugrozi.

Naši ciljevi za manje aditiva

1. Dajemo prednost prirodnim sastojcima namirnica umesto aditivima.
2. Smanjenje boja i nekorišćenje azo-boja, hinolin žute i zelene S boje.
3. Umerena primena ukusa – takođe u proizvodima za zamenu za vegane.
4. Bez sveobuhvatne, velike vitaminizacije i mineralizacije.
5. Smanjenje i izbegavanje sredstava za konzerviranje, uzimajući pritom u obzir bezbednost hrane.

Podsticanje zdravije ishrane

Naš pristup

Prema programu Planetarno zdrave ishrane (Planetary Health Diet), održiva ishrana budućnosti treba da bude pretežno biljna, uz umerenu konzumaciju mesa i mlečnih proizvoda. Proizvodnja proizvoda životinjskog porekla trenutno prouzrokuje oko:

- 20% globalnih emisija gasova staklene bašte³⁰
- Osamdeset odsto globalnog korišćenja poljoprivrednog zemljišta³¹
- Četrdeset odsto globalnog krčenja primarnih šuma³²
- Trideset odsto globalne upotrebe slatke vode³³

Naš cilj je da povećamo udeo biljnih izvora proteina uz istovremeno smanjenje negativnih ekoloških i društvenih uticaja u lancima snabdevanja sirovinama. Da bismo potrošačima olakšali izbor pri kupovini namirnica za održiviju ishranu, ubuduće ćemo pored ponude asortimana s većim izborom veganskih i vegetarijanskih namirnica da ponudimo i više sezonskih i regionalnih proizvoda – ako je moguće, u kvalitetu organskih proizvoda.

U oblasti namirnica posvećeni smo održivoj proizvodnji voća i povrća, soje, palminog ulja, kafe, čaja, kakaoa, pirinča, orašastih plodova, mesa,

kao i ribe i ljuskara. Podrobnije informacije možete naći u našim odgovarajućim [Politikama nabavke](#)

Da bismo ishranu budućnosti učinili još održivijom, moramo da smanjimo količinu hrane koju bacamo. Shodno istraživanjima, trećina sve hrane proizvedene širom sveta nikada ne završi na tanjiru.³⁴ Iz tog razloga smo posvećeni brojnim merama za smanjenje rasipanja hrane (pogledajte stranu 22).

³⁰ Food and Agriculture Organization of the United Nations: GLEAM 2.0 Assessment of Greenhouse gas emissions and mitigation potential, 2017.

³¹ Statista: Distribution of land use for food production worldwide as of 2019, 2021.

³² Our World in Data: Cutting down forests: what are the drivers of deforestation?, 2021.

³³ P.W. Gerbens-Leenes, M.M. Mekonnen, A.Y. Hoekstra: The water footprint of poultry, pork and beef: A comparative study in different countries and production systems, 2013.

³⁴ World Food Programme: 5 facts about food waste and hunger, 2020.

Održivi razvoj asortimana

S obzirom na klimatske promene, sve veći gubitak biodiverziteta kao i prateće posledice po uslove života i rada ljudi, mi kao trgovačka kompanija takođe imamo odgovornost da poslujemo u granicama u kojima nam to naša planeta omogućava. S ovim izazovom se stalno suočavamo tako što usklađujemo naš opsežan i visokokvalitetan asortiman proizvoda prema naučno zasnovanim kriterijumima održivosti. Time doprinosimo kontinuiranom procesu poboljšanja postojećih proizvoda i razvoju novih, održivijih alternativa. Tim povodom blisko sarađujemo s kredibilnim sistemima sertifikacije, inicijativama i partnerima na polju nauke, društva i politike. Godine 2006, Lidl je bio prvi diskontni lanac koji je imao svoju robnu marku namirnica koje potiču iz fer trgovine (Fairglobe).

Naši ciljevi za veću održivost asortimana

1. Svoje kritične sirovine sertifikujemo prema priznatim standardima i uključeni smo u inicijative i projekte. Svi naši ciljevi vezani za sirovine mogu da se vide u [Politika nabavke - sirovine](#)
2. Kontinuirano povećavamo ponudu organski uzgojenog voća i povrća, prehrambenih proizvoda kao i proizvoda za održavanje higijene i čišćenje koji nose neki od sertifikata kao što su EU Organic, Ecolabel itd.
3. Kontinuirano razvijamo i proširujemo naš asortiman lokalnih proizvoda. S tim ciljem razvili smo liniju domaćih proizvoda „S ljubavlju, domaće“ koja obuhvata proizvode koji su proizvedeni isključivo u Srbiji.

Više proteina biljnog porekla

Našim potrošačima želimo da ponudimo veliki izbor namirnica koje su regionalne, sezonske ili biljnog porekla. U tom cilju, kontinuirano proširujemo naš asortiman proizvoda robne marke u Lidlu u skladu s našom strategijom vezanom za proteine.

Naši ciljevi za više proteina biljnog porekla

1. Od poslovne 2023. godine, uspostavićemo transparentnost u pogledu udela proteina životinjskog porekla u odnosu na one koji su biljnog porekla. Kako bi smo to postigli u našem Izveštaju o održivosti komuniciraćemo podatak o udelu proteina životinjskog porekla i udelu proteina biljnog porekla .
2. Strategija vezana za proteine: Do 2025, proširićemo udeo proteina biljnog porekla u našem asortimanu tako što ćemo dodavati nove proizvode koji podržavaju ishranu na biljnoj bazi. To uključuje mahunarke, orašaste plodove i veganske zamene za meso i mlečne proizvode.

Od 2021. godine. Lidl u Srbiji nudi veganske i vegetarijanske proizvode u okviru svoje robne marke Vemondo. Sa delom asortimana čisto biljnih proizvoda ne želimo samo da se približimo veganima i vegetarijancima, već i da izgradimo most za sve kupce na putu ka biljnoj ishrani.

Ponuda trenutno uključuje 29 proizvoda. Neprekidno ćemo nastaviti da širimo naš veganski i vegetarijanski asortiman i poboljšavaćemo

proizvode u pogledu ukusa, izgleda, teksture, fiziologije ishrane, kao i u pogledu održivosti.

Smanjenje otpada od hrane

Procenjuje se da se svake godine u svetu stvara oko 1,3 milijarde tona otpada od hrane.³⁵ U Srbiji se godišnje baci 247 hiljada tona hrane. Oko 42% gubitaka može da se pripíše potrošnji, a 39% proizvodnji, skladištenju i daljnjoj preradi. Oko 14% gubitaka pripisuje se gastronomiji, dok se (vele)prodaji pripisuje oko 5% godišnjih gubitaka namirnica.³⁶ Gubici su praćeni direktnim uticajem potrošnje resursa (zemljište, voda, biodiverzitet), kao i emisijom gasova staklene bašte. Smanjenje rasipanja hrane automatski ima pozitivan efekat na klimu, korišćenje zemljišta i efikasnu primenu resursa.

Naš cilj za smanjenje otpada od hrane

Na putu ka „nultom otpadu“, Lidl se obavezao da smanji gubitke hrane i organski otpad za 50 odsto do 2030. godine.

Da bismo to postigli, oslanjamo se na sistem poručivanja koji se zasniva na potrebama, efikasne lance snabdevanja s kratkim transportnim rutama, kontinuiranu usaglašenost s lancima snabdevanja hlađenih proizvoda, kontrolu svežine, praćenje zaliha, akcijskih kampanja i podizanje svesti kupaca da bismo smanjili gubitke.

Sa ciljem smanjenja otpada od hrane proizvode kojima ističe rok trajanja nudimo po sniženim cenama. Ovo se odnosi na proizvode iz nehlađenog i hlađenog asortimana, kao i na sveže meso. Potrošači u našim radnjama mogu po sniženim cenama kupiti hleb koji je ispećen dan ranije.

³⁵ J. Aulakh, A. Regmi: Post-harvest food losses estimation: development of consistent methodology, 2013.

³⁶ Naled: Vodič za pravilno upravljanje otpadom od hrane

Podsticanje označavanja, transparentnosti i kompetencija

Naš pristup

S transparentnim oznakama na našim proizvodima želimo našim potrošačima da omogućimo donošenje svesne odluke o kupovini. Zbog toga, proizvodi naše privatne robne marke na sebi imaju navedene jasne informacije i priznate oznake održivosti. Pored toga, naši potrošači informacije o održivosti proizvoda mogu pronaći u nedeljnom letku, na stranici: [Naša odgovornost – Izjave o namerama](#) kao i preko dodatnih kanala.

Analize tržišta unutar EU pokazuju da sve veći broj specifičnih oznaka može dovesti do nerazumevanja.³⁷ Zato se oslanjamo na pojednostavljene oznake za zdravlje, održivost i dobrobit životinja na našim proizvodima.

Za nutritivno-fiziološka svojstva primenjujemo Nutri-Score. Za označavanje uticaja na životnu sredinu, testira se primena sistema označavanja Eco-Score. A za transparentnost o uslovima uzgoja stoke, planira se uvođenje oznake za tip uzgoja na pakovanju proizvoda.

Nutri-Score: kratak pregled nutritivnih vrednosti



Nutri-Score je dobrovoljni sistem za prošireno nutritivno obeležavanje namirnica. Sistem je izradila Nacionalna agencija za javno zdravlje Francuske (Santé Publique France).

Metodologija izračunavanja neprekidno nastavlja da se razvija na nivou EU. Petostepena kombinacija boja i slova oznake Nutri-Score se kreće od zelenog A do crvenog E i ukazuje na nutritivnu vrednost namirnica. U okviru grupe proizvoda, namirnice sa zelenom ocenom A doprinose zdravijoj ishrani od proizvoda s crvenim slovom E. U suštini, Nutri-Score se koristi kao najvažniji indikator s ciljem poboljšanja našeg prosečnog Nutri-Score rezultata. Ovo poboljšanje pokrećemo s jedne strane preformulisanjem proizvoda, a s druge strane razvijanjem asortimana koji naginje ka zdravijim namirnicama biljnog porekla.

Nutri-Score je već uveden u brojne Lidl zemlje u EU.

Naš cilj za označavanje nutritivne vrednosti

Sukcesivno obeležavanje oznakom Nutri-Score na proizvodima privatne robne marke u Lidl Srbija.

³⁷ European Commission: Impact Assessment Report, 2022.

Oznaka za tip uzgoja

Dobrobit i zaštita domaćih životinja važni su za mnoge potrošače. Da bismo našim potrošačima pružili transparentne informacije po tom pitanju, uvodimo oznaku za tip uzgoja. To će biti jasan postepeni model koji će neposredno na pakovanju nuditi kratak pregled informacija o uslovima uzgoja stoke.

Naš cilj za oznaku uzgoja

Do 2025. planiramo da u Lidl Srbija uvedemo oznaku za tip uzgoja životinja od kojih se dobija asortiman svežeg mesa privatne robne marke, koja će se nalaziti na ambalaži.



Bezbednost namirnica

Naš pristup

Bezbednost namirnica je osnova naše strategije za osveščenu ishranu i samim tim predstavlja naš najvažniji zahtev. Osiguravanje kvaliteta na prvom mestu počinje izborom naših dobavljača.

Oni su načelno sertifikovani u skladu sa priznatim Međunarodnim standardom za hranu (IFS) odnosno globalno primenjivim standardom Britanskog maloprodajnog udruženja BRC. Sa svojim partnerima sarađujemo blisko i na partnerskoj osnovi kako bismo kontinuirano mogli da obezbedimo i dalje da unapređujemo proizvodne procese.

Proveren kvalitet – intenzivno testiranje proizvoda privatne robne marke u Lidlu

Da bismo mogli da garantujemo bezbednost, zakonsku usaglašenost i kvalitet prehrambenih proizvoda naše privatne robne marke, nezavisni i akreditovani instituti u redovnim intervalima sprovode nenajavljene kontrole na licu mesta i sistematska testiranja svih proizvoda naših privatnih robnih marki. Pored hemijskih, mikrobioloških, fizičkih i senzornih parametara ispitivanja, takođe se proveravaju i deklaracije. Čak i u samom Lidlu, zaposleni u službi za proveru kvaliteta takođe proveravaju senzorni kvalitet u okviru stručnih degustacija. Redovne degustacije potrošača, koje pokazuju kako potrošač percipira proizvod, dodatno upotpunjuju osiguravanje kvaliteta. U suštini, uvek se primenjuje sledeća procedura: što je namirnica osetljivija i što smo pažljiviji tokom proizvodnje, transporta i prodaje, to intenzivnije ispitujemo namirnicu. Naši standardi za osiguravanje kvaliteta takođe

se proveravaju eksterno i nezavisno. Naš sistem kvaliteta sa svim svojim procesima i aktivnostima, između ostalog, ispunjava zahteve u skladu sa standardom DIN ISO 9001:2015. To nam potvrđuje nacionalni institut za ispitivanje Quality Austria na osnovu godišnjih provera sertifikacije.

Naš način da smanjimo neželjene materije u namirnicama

Za mnoge neželjene materije smo u Lidlu već uspostavili interne granične vrednosti s našim dobavljačima, čak i pre nego što su postojale zakonske granične vrednosti na nivou EU. To je, na primer, slučaj s akrilamidom, 3-monohloropropandiolom, mineralnim uljima, pirolizidin-alkaloidima i tropan-alkaloidima, kao i transmasnim kiselinama. Ovo proizilazi iz činjenice da ne pratimo samo usaglašenost sa zahtevima zakona o namirnicama, već i nova otkrića koja dobijamo na osnovu istraživanja, analiziranja ostataka i iz časopisa koji se bave testiranjem potrošača. Pored toga, u bliskom smo kontaktu sa stručnjacima koji rade u nezavisnim institutima za ispitivanje. Ove specifikacije prenosimo našim dobavljačima u okviru garancije kvaliteta i dosledno pratimo usaglašenost.

Naš cilj za neželjene materije u namirnicama

Smanjenje kontaminata i ostataka znatno ispod zakonskih zahteva. Pored toga, nastavljamo da primenjujemo postojeće ciljeve.

Smanjenje količine pesticida

Sredstva za zaštitu biljaka se koriste za zaštitu biljaka ili biljnih proizvoda od bolesti kao što su gljivična oboljenja ili napadi štetočina. Međutim, njihova upotreba može dovesti do rizika po biodiverzitet i zdravlje ljudi. Iz tog razloga, i evropska strategija „Od polja do stola” i „Strategija EU o biodiverzitetu do 2030. godine” pozivaju na smanjenje upotrebe pesticida za 50%. U Lidlu već dugo imamo za cilj da smanjimo primenu pesticida kojom ćemo biti daleko ispod trenutnih graničnih vrednosti određenih propisima.

Naši ciljevi za smanjenje količine pesticida

1. Ponuda namirnica bez ostataka koliko god je to moguće.
2. Dozvoljavanje prisustva ostataka aktivnih sastojaka do najviše jedne trećine zakonski propisanog maksimuma.
3. Ukupni procenat svih ostataka pesticida može iznositi najviše 80% od zakonski propisanih vrednosti.
4. Dozvoljeno je najviše četiri ostatka aktivnih sastojaka koja mogu da se utvrde.



CILJNI PREGLED OSVEŠĆENE ISHRANE

POZADINA:

Uloga koju sistemi ishrane igraju kada je u pitanju životna sredina postaje sve jasnija i prisutnija. Ishrana danas zauzima 55% biokapaciteta naše planete, više od polovine Zemlje.¹ Kao i kod životne sredine, naša ishrana takođe ima veliki uticaj na naše zdravlje. Jer trećina prevremenih smrti u Evropi i Severnoj Americi mogla bi da se spreči zdravom ishranom.²

IZAZOV:

ODRŽIVA I ZDRAVA ISHRANA

Planetarna zdravstvena ishrana je naučna osnova za globalnu promenu u ishrani³. Kada bi svi ljudi sledili smernice ishrane zasnovane na konzumiranju biljaka, oko 10 milijardi ljudi bi moglo da se hrani zdravo do 2050, bez preopterećanja planete.

CILJ:

Naš cilj je da ponudimo **najbolju ponudu za osvešćen i održiv način života do 2025. godine**. Pritom bezbednost hrane prestavlja temelj. S ciljevima za zdravu i održivu ishranu, želimo da podržimo promenu sistema ishrane.

¹ <https://www.overshootday.org/newsroom/press-release-july-2022-german/>

² [https://globalnutritionreport.org/reports/2021-global-nutrition-report/health-and-environ-](https://globalnutritionreport.org/reports/2021-global-nutrition-report/health-and-environ-mental-impacts-of-diets-worldwide/)

[mental-impacts-of-diets-worldwide/](https://eatforum.org/content/uploads/2019/07/EAT-Lancet_Commission_Summary_Report.pdf)

³ https://eatforum.org/content/uploads/2019/07/EAT-Lancet_Commission_Summary_Report.pdf

BEZBEDNOST NAMIRNICA



SMANJENJE NEŽELJENIH MATERIJAMA

Konstantno Smanjenje kontaminata i ostataka znatno ispod zakonskih zahteva

SMANJENJE SREDSTAVA ZA ZAŠTITU BILJAKA

Konstantno Ponuda namirnica bez ostataka koliko god je to moguće

Smanjenje ostataka aktivnih sastojaka do najviše jedne trećine zakonskog maksimuma

Ukupni procenat svih ostataka pesticida može iznositi najviše 80 % od zakonski propisanih vrednosti

Dozvoljeno je detektovanje najviše četiri ostatka aktivnih sastojaka po namirnici

ZDRAVA ISHRANA



OGLAŠAVANJE NAMENJENO DECI

Odmah Podstičemo oglašavanje za zdravu i održivu ishranu dece

Od 1.3.2023. godine Nema oglašavanja namenjeno deci s nezdravim namirnicama privatne robne marke

Do kraja 2025. U ambalažu izgleda primamljivog za decu pakuju se namirnice privatne robne marke, koje ispunjavaju kriterijume SZO. Izuzetak: Božić, Uskrs, Noć veštica

ŽITARICE OD CELOG ZRNA I VLAKNA

Do kraja 2023. Analiza asortimana za proširenje radi uključivanja alternativa od celog zrna

Do 2025. Postepeno povećanje udela žitarica od celog zrna u robnim markama
Transparentnost deklarisanjem sadržaja vlakana u proizvodima robne marke

VIŠE ZDRAVIH MASTI I ULJA

Konstantno Povećanje udela visokokvalitetnih i održivih biljnih ulja u proizvodima privatne robne marke, po mogućnosti iz regionalnih izvora

SMANJENJE SADRŽAJA ŠEĆERA I SOLI

Do 2025. Smanjenje prosečnog sadržaja dodatog šećera i soli od 20% u proizvodima robne marke

ADITIVI

Konstantno Upotreba prirodnih sastojaka umesto aditiva za namirnice

Smanjenje boja i nekorišćenje azo-boja, hinolin žute i zelene 5 boje.

Umerena primena aroma, takođe u proizvodima za vegansku ishranu

Bez sveobuhvatne, velike vitaminizacije i mineralizacije

Smanjenje i eliminacija konzervanasa, uzimajući pritom u obzir bezbednost hrane

ODRŽIVA ISHRANA



IZVORI PROTEINA BILJNOG POREKLA

Od poslovne godine 2023. Strategija vezana za proteine: Transparentnost o udelu izvora proteina životinjskog porekla u poređenju s izvorima proteina biljnog porekla u izveštaju o održivosti

Do 2025. Povećanje udela izvora proteina biljnog porekla u našem asortimanu

ODRŽIVI RAZVOJ ASORTIMANA

Konstantno Ciljevi za sirovine prema politici nabavke
Promocija regionalnih i sezonskih namirnica

Konstantno Razvoj asortimana robnih marki iz organske poljoprivrede

SMANJENJE OTPADA OD HRANE

Do 2030. Smanjenje organskog i otpada od hrane za 50%

TRANSPARENTNOST I KOMPETENCIJA



OZNAKA ODRŽIVOSTI

Odmah Uspostavljanje opšteg i jedinstvenog označavanja održivosti

NUTRI-SCORE

Strana 24 Sukoesivno obeležavanje oznakom Nutri-Score na proizvodima naše robne marke

TIP UZGOJA

Do 2025. Prikaz tipa uzgoja životinja od kojih se dobija asortiman svežeg mesa

Rečnik



Rečnik

Energetska vrednost

Energetski sadržaj namirnice na 100 grama. On može da se meri u kilokalorijama (kcal) ili kilodžulima (kJ). Namirnice bogate vodom i vlaknima, kao što je većina voća i povrća, obično imaju nisku energetska vrednost. S druge strane, proizvodi koji sadrže mnogo šećera, masti ili skroba imaju visoku energetska vrednost.³⁸

Glukozno-fruktozni sirup

Šećerni sirup napravljen od skrobnih biljaka kao npr. od kukuruza, krompira ili pšenice. U glukozno-fruktoznom sirupu, udeo fruktoze (voćnog šećera) je između 5 i 50 odsto. Taj sirup ima veću slatkoću, ali se takođe često koristi za poboljšanje rastvorljivosti ili teksture. Prekomerni unos fruktoze može da dovede do povećanja rizika od gojaznosti, dijabetesa, metaboličkih poremećaja i kardiovaskularnih bolesti.³⁹

Nutri-Score

Da bi potrošači mogli da donesu informisane izbore o potrošnji, postoje pojedine oznake za nutritivne vrednosti. U to se ubraja i Nutri-Score. Ovaj sistem koristi obeležja u bojama semafora – od tamnozeleno s oznakom slova A do crvene s oznakom slova E – čime se ukazuje na nutritivnu kategoriju proizvoda.⁴⁰

³⁸ Savezno ministarstvo za ishranu i poljoprivredu: Kompas o ishrani, 2019.

³⁹ VGMS: Glukozno-fruktozni sirup, bez godine

⁴⁰ Savezno ministarstvo za ishranu i poljoprivredu: Nutri Score, bez godine

Izvori i veze



Izvori i veze

Savezno ministarstvo za ishranu i poljoprivredu (BMEL):

Kompas o ishrani, bez godine

<https://www.bmel.de/DE/service/publikationen/kompass-ernaehrung/kompass-ernaehrung.html>

(Stanje: 06.10.2022.)

Savezno ministarstvo za ishranu i poljoprivredu (BMEL):

Nutri-Score, bez godine

https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/lebensmittel-kennzeichnung/freiwillige-angaben-und-label/nutri-score/nutri-score_node.html

(Stanje: 20.4.2022.)

Dr med. Peter von Philipsborn/Savezno udruženje potrošača:

Namirnice izgleda primamljivog za decu i njihovo oglašavanje, 2021.

https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/2021/02/16/vzbv_philipsborn_bericht_kinder_marketing_2021-02.pdf

(Stanje: 06.10.2022.)

Global Footprint Network:

Earth Overshoot Day 2022: Ministar za zaštitu životne sredine Ekvadora poziva na delovanje: „Iskoristimo našu ekološku snagu da oblikujemo našu budućnost”, 2022.

<https://www.overshootday.org/newsroom/press-release-july-2022-german/>

(Stanje: 06.10.2022.)

EAT Lancet Commission:

Food, Planet, Health, 2021

https://eatforum.org/content/uploads/2019/07/EAT-Lancet_Commission_Summary_Report.pdf

(Stanje: 06.10.2022.)

Emma Calvert/The European Consumer Organisation:

Food marketing to children needs rules with teeth, 2021

https://www.beuc.eu/sites/default/files/publications/beuc-x-2021-084_food_marketing_to_children_needs_rules_with_teeth.pdf

(Stanje: 06.10.2022.)

Evropska agencija za bezbednost hrane:

Posebno izdanje evrobarometra 354: Rizici povezani s hranom, 2010.

[Eurobarometer Summary DE \(europa.eu\)](https://ec.europa.eu/eurobarometer/eurobarometer-354)

(Stanje: 06.10.2022.)

European Commission:

Impact Assessment Report, 2022

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX%3A52022SC0085>

(Stanje: 06.10.2022.)

European Commission:

Making our food fit for the future – Citizen expectations, 2020

<https://europa.eu/eurobarometer/api/deliverable/download/file?deliverableId=73867>

(Stanje: 06.10.2022.)

European Environment Agency:

Consumption of meat, dairy, fish and seafood, 2017

<https://www.eea.europa.eu/data-and-maps/indicators/13.2-development-in-consumption-of/assessment-1>

(Stanje: 06.10.2022.)

Eurostat – Statistics Explained:

Causes of death statistics, 2022

[Causes of death statistics - Statistics Explained \(europa.eu\)](https://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&code=sdg-3-6.2)

(Stanje: 06.10.2022.)

Naled:

Vodič za pravilno upravljanje otpadom od hrane

https://naled.rs/htdocs/Files/06221/Vodic_za_pravilno_upravljanje_otpadom_od_hrane.pdf

(Stanje: 16.01.2023.)

Food and Agriculture Organization of the United Nations:

GLEAM 3.0 Assessment of greenhouse gas emissions and mitigation potential, 2017

<https://www.fao.org/gleam/results/en/>

(Stanje: 06.10.2022.)

Foodwatch – čuvari hrane:

Saopštenje za javnost – provera tržišta: Likovi iz stripova gotovo isključivo reklamiraju brzu hranu – „Pčelica Maja” i „Viki” mame decu da jedu nezdravo, 2015.

<https://www.foodwatch.org/de/pressemitteilungen/2015/pressemitteilung-marktcheck-comic-figuren-werben-fast-ausschliesslich-fuer-junkfood-biene-maja-und-wickie-verleiten-kinder-zu-ungesunder-ernaehrung/>

(Stanje: 06.10.2022.)

Geng Zong, Alisa Gao, Frank B. Hu, Qi Sun:

Whole Grain Intake and Mortality From All Causes, Cardiovascular Disease, and Cancer: A Meta-Analysis of Prospective Cohort Studies, 2016

<https://www.ahajournals.org/doi/full/10.1161/CIRCULATIONAHA.115.021101>

(Stanje: 06.10.2022.)

George A Bray, Samara Joy Nielsen, Barry M Popkin/The American Journal of Clinical Nutrition:

Consumption of high-fructose corn syrup in beverages may play a role in the epidemic of obesity, 2022

<https://www.efsa.europa.eu/en/topics/topic/food-additive-re-evaluations>

(Stanje: 06.10.2022.)

Global Nutrition Report:

What we eat matters: Health and environmental impacts of diets worldwide, 2021

<https://globalnutritionreport.org/reports/2021-global-nutrition-report/health-and-environmental-impacts-of-diets-worldwide/>

(Stanje: 06.10.2022.)

Hannah Ritchie/Our World in Data:

Cutting down forests: what are the drivers of deforestation?, 2021

<https://ourworldindata.org/what-are-drivers-deforestation>

(Stanje: 06.10.2022.)

J. Aulakh, A. Regmi:

Post-harvest food losses estimation: development of consistent methodology, 2013

(Stanje: 06.10.2022.)

James J DiNicolantonio, Ashwin M Subramonian, James H O`Keefe:

Added fructose as a principal driver of non-alcoholic fatty liver disease: a public health crisis, 2017

[Added fructose as a principal driver of non-alcoholic fatty liver disease: a public health crisis | Open Heart \(bmj.com\)](#)

(Stanje: 06.10.2022.)

Leonie Elizabeth, Priscila Machado, Marit Zinöcker, Phillip Baker, Mark Lawrence:
Ultra-Processed Foods and Health Outcomes: A Narrative Review, 2020

[Ultra-Processed Foods and Health Outcomes: A Narrative Review - PMC \(nih.gov\)](#)
(Stanje: 06.10.2022.)

Loreen Kloss, Julia Meyer, Lutz Graeve, Walter Vetter:
Sodium intake and its reduction by food reformulation in the European Union – A review, 2015

[\(PDF\) Sodium intake and its reduction by food reformulation in the European Union – A review \(researchgate.net\)](#)
(Stanje: 06.10.2022.)

Institut Maks Rubner:
Ernährungsphysiologische Bewertung und Auswirkungen des Isoglukosekonsums auf die menschliche Gesundheit, o.J.

[Isoglukose_Ernährungsphysiologische_Bewertung.pdf \(bund.de\)](#)
(Stanje: 06.10.2022.)

MD Dr PH Dariush Mozaffarian:
Dietary fat, 2022

<https://www.uptodate.com/contents/dietary-fat>
(Stanje: 06.10.2022.)

Organisation for Economic Co-operation Development:
Agricultural Outlook 2021-2030, 2022

https://www.oecd-ilibrary.org/agriculture-and-food/sugar-projections-consumption-per-capita_4ad4cf3a-en
(Stanje: 06.10.2022.)

PD dr Tobias Effertz/Univerzitet u Hamburgu:
Oglasi na internetu i televiziji namenjeni deci koji uključuju nezdrave namirnice, 2021

<https://www.bwl.uni-hamburg.de/irdw/dokumente/kindermarketing2021effertzunihh.pdf>
(Stanje: 06.10.2022.)

Prof Christopher J L Murray/University of Washington:
Health effects of dietary risks in 195 countries, 1990-2017: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study, 2017

[Health effects of dietary risks in 195 countries, 1990–2017: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2017 - PMC \(nih.gov\)](#)
(Stanje: 06.10.2022.)

P.W. Gerbens-Leenes, M.M. Mekonnen, A.Y. Hoekstra:
The water footprint of poultry, pork and beef: A comparative study in different countries and production systems, 2013

https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212371713000024?_ga=2.8553269.1801499850.1659819119-2140775266.1659819118
(Stanje: 06.10.2022.)

Statista:
Distribution of land use for food production worldwide as of 2019, 2021

<https://www.statista.com/statistics/1260751/global-land-footprint-of-food-production-by-type/>
(Stanje: 06.10.2022.)

Verband der Getreide-, Mühlen-, und Stärkewirtschaft (VGMS) e.V.:
Glukozno-fruktozni sirup, bez godine

<https://www.vgms.de/staerkeindustrie/lebensmittel/staerkebasierte-zucker/glukose-fruktose-sirup>
(Stanje: 06.10.2022.)

World Health Organization:

Diabetes, 2022

[Diabetes \(who.int\)](#)

(Stanje: 06.10.2022.)

World Food Programme:

5 facts about food waste and hunger, 2020

<https://www.wfp.org/stories/5-facts-about-food-waste-and-hunger>

(Stanje: 06.10.2022.)

World Health Organization:

Digital food environments, 2021

<https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/342072/WHO-EURO-2021-2755-42513-59052-eng.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

(Stanje: 06.10.2022.)

World Health Organization:

Nutrition: Trans fat, 2018

<https://www.who.int/news-room/questions-and-answers/item/nutrition-trans-fat>

(Stanje: 06.10.2022.)

World Health Organization:

Salt Intake, 2022

<https://www.who.int/data/gho/indicator-metadata-registry/imr-details/3082>

(Stanje: 06.10.2022.)

World Health Organization:

WHO calls on countries to reduce sugars intake among adults and children, 2015

<https://www.who.int/news/item/04-03-2015-who-calls-on-countries-to-reduce-sugars-intake-among-adults-and-children#:~:text=A%20new%20WHO%20guideline%20recommends,would%20provide%20additional%20health%20benefits>

(Stanje: 06.10.2022.)

World Health Organization:

WHO Regional Office for Europe nutrient profile model, 2015

https://www.euro.who.int/_data/assets/pdf_file/0005/270716/Nutrient-children_web-new.pdf

(Stanje: 06.10.2022.)

WWF:

Na tragu do ulja: proračuni za svet bez palminog ulja, 2016.

[WWF-Studie Auf der OEIspur.pdf](#)

(Stanje: 06.10.2022.)

Izvori ilustracija

Naslovna

stranamarilyn barbone, stock.adobe.com



Kontakt

Lidl Srbija
Prva južna radna 3
22330 Nova Pazova

Dalje pozivanje na CSR

<https://www.lidl.rs/>
<https://kompanija.lidl.rs/nasa-odgovornost>

Autorska prava

Sadržaj ovog dokumenta (uključujući tekstove, grafike, fotografije, logotipe itd.), kao i sam dokument zaštićeni su autorskim pravima. Ovaj dokument i/ili njegov sadržaj se ne smeju prosleđivati, menjati, objavljivati, prevoditi niti umnožavati bez pismene saglasnosti Lidla.

Napomena za rodnu ravnopravnost

Iz razloga bolje čitljivosti, u ovoj publikaciji se za označavanje ličnosti i ključne reči koje su povezane s ličnošću koriste oblici u muškom rodu. Odgovarajući pojmovi se u načelu ravnopravno odnose na sve rodove. Skraćeni oblik jezika se koristi samo iz redakcijskih razloga i nema nikakvu vrednost.