



# IZVEŠTAJ 2019/2020 O ODRŽIVOSTI

ZA BOLJE  
SUTRA



# SADRŽAJ

<b>3</b>	<b>1. Uvodna reč generalnog direktora</b>	<b>41</b>	<b>6. Lanac nabavke</b>
<b>5</b>	<b>2. Pregled postignuća</b>	45	6.1 Zaštita životne sredine u lancu nabavke
<b>11</b>	<b>3. O kompaniji</b>	46	6.1.1 Cirkularna ekonomija
13	3.1 Poslovni model	49	6.2 Ljudska prava u lancu nabavke
13	3.2 Naše vrednosti	51	6.2.1 Bezbednost i zdravlje na radu u lancu nabavke
14	3.3 Širenje prodajne mreže	<b>53</b>	<b>7. Lidlovo poslovanje i procesi</b>
15	3.4 Naši ljudi	54	7.1 Upravljanje zaštitom životne sredine
<b>17</b>	<b>4. Održivost u Lidlu</b>	54	7.1.1 Odgovorno upravljanje resursima
18	4.1 Upravljanje	57	7.1.2 Planiranje i izgradnja
19	4.2 Doprinos Ciljevima održivog razvoja	62	7.2 Odgovornost prema zaposlenima
22	4.3 Naši stejkholderi	62	7.2.1 Radna prava
23	4.4 Proces materijalnosti	69	7.2.2 Bezbednost i zdravlje na radu
<b>25</b>	<b>5. Proizvodnja sirovina i poljoprivreda</b>	<b>73</b>	<b>8. Društvo i potrošači</b>
26	5.1 Zaštita ekosistema	74	8.1 Odgovornost u proizvodnom asortimanu
26	5.1.1 Biodiverzitet	76	8.1.1 Visok kvalitet i bezbednost proizvoda
30	5.1.2 Sirovine	83	8.2 Donacije i partnerski projekti
33	5.1.3 Prevencija i smanjenje zagađenja	86	8.3 Volonterske akcije
36	5.1.4 Sertifikati i standardi	<b>87</b>	<b>9. GRI indeks</b>
38	5.2 Standardi dobrobiti životinja	97	9.1 O Izveštaju



## 1. Uvodna reč generalnog direktora

*Poštovani partneri, kolege i prijatelji,*

Izuzetno sam ponosan što mogu da vam predstavim prvi Izveštaj o održivosti kompanije Lidl Srbija KD (u daljem tekstu: Lidl Srbija), kao nedavno imenovani generalni direktor. Kako sam od samog osnivanja Lidla u Srbiji, davne 2010. godine deo ovog tima, mogu da posvedočim da je održivost u samom fokusu svih naših poslovnih procesa i jedan od naših prioriteta. Prve Lidl prodavnice u Srbiji otvorene su u oktobru 2018. godine, te se rezultati predstavljeni u ovom izveštaju odnose na poslovnu 2019. i 2020. godinu.

Pod motom „Za bolje sutra“, razvili smo strategiju održivosti sa ciljem da doprinesemo građenju uspešne i održive budućnosti za sve. Svesni uloge koju imamo u društvu, i uticaja koje naše poslovanje ostvaruje, nastojimo da, kao jedan od lidera u poslovnoj zajednici, pružimo primer odgovornog postupanja prema životnoj sredini i zajednicama u kojima smo prisutni. U tom procesu, pažljivo osluškujemo potrebe naših potrošača, zaposlenih, partnera, dobavljača i organizacija civilnog društva.

Jednostavan poslovni model je ključ našeg uspeha. Efikasni procesi i pouzdana saradnja sa našim dugoročnim partnerima omogućavaju nam da potrošačima obezbedimo najbolji odnos cene i kvaliteta za pažljivo odabran asortiman. Pri tome, kao trgovinska grupacija ostvarujemo uticaje na životnu sredinu i društvo u različitim fazama našeg poslovanja – od uticaja na prirodne resurse i poljoprivredu, preko lanca nabavke, do naših sopstvenih operacija, i uticaja koji se odnose na zajednicu i potrošače. U narednim poglavljima izveštaja, opisani su naš strateški pristup, ciljevi, kao i do sada ostvareni rezultati u svakom od ovih segmenata. Među brojnim postignućima na koja smo ponosni, posebno bih istakao našu podršku domaćim dobavljačima i malim proizvođačima, kojima pomažemo u primeni standarda održivosti i plasiranju proizvoda, kao i saradnju sa Crvenim krstom Srbije, kroz koju zajedno sa našim potrošačima pomažemo rad narodnih kuhinja, a time i najugroženije sugrađane.



Verujemo u važnost transparentnosti, i zbog toga naše uticaje pratimo i objavljujemo na merljiv i uporediv način, koristeći najpriznatiju svetsku metodologiju za izveštavanje o održivosti – Standarde Globalne inicijative za izveštavanje (GRI Standards).

Svi naši rezultati predstavljaju timski uspeh naših posvećenih zaposlenih. Stoga Lidl Srbija posebnu pažnju posvećuje dobrobiti zaposlenih i obezbeđivanju sigurnog i motivišućeg radnog okruženja. Ponosni smo što je naša posvećenost ovoj temi prepoznata i kroz sertifikate „Top Employer Serbia“ i „Top Employer Europe“, kao i kroz priznanje „Izvrsnost u izazovima“, koje se dodeljuje kompanijama koje u izazovnim vremenima, poput vremena pandemije, na prvo mesto stavljaju svoje zaposlene.

Izazovno vreme u kome se svi zajedno nalazimo pred nas će u narednom periodu staviti i druge značajne teme poput stabilnosti globalnih lanaca dobavljača, klime i ljudskih prava u uslovima rastućih nejednakosti. Ostaćemo dosledni načinu na koji radimo, pažljivo razmatrajući načine na koje možemo da doprinesemo u ovim ključnim oblastima, nastojeći da postavimo merljive ciljeve, o čijem ispunjavanju ćemo transparentno izveštavati i u narednim godinama.

Nadam se da ćete na stranicama koje slede pronaći relevantne informacije koje doprinose jačanju saradnje i partnerstva sa Lidlom, i još jednom vam se zahvaljujem što zajedno sa nama učestvujete u putovanju ka boljem sutra.

**Srdačno,  
Dragan Čigoja**







ZA BOLJE  
SUTRA

## 2. Pregled postignuća



# Pregled postignuća



Naš asortiman  
sastoji se od:

**1.800**

pažljivo  
odabranih  
proizvoda

**400**

proizvoda  
domaćih  
dobavljača

**1** logistički centar  
u Novoj Pazovi

**47** prodavnica na  
kraju poslovne  
2020. godine



## Priznanje

Priznanje „**Best Buy**” u 21  
kategoriji za najbolji odnos  
cene i kvaliteta, ICERTIAS

## Sertifikati

Sertifikati „**Top Employer  
Serbia**” i „**Top Employer  
Europe**”



ZA BOLJE  
SUTRA



## Poštovanje biodiverziteta

- Tokom 2019. i 2020. godine 30% nacionalnih dobavljača voća i povrća implementiralo standard GLOBALG.A.P., uz kontinuirani rad sa svim dobavljačima na implementaciji standarda.
- Maksimalna sledljivost celokupnog lanca snabdevanja za proizvode od ribe i ljuskara pod privatnom robnom markom (Lidl brendovi OceanSea, Nixe i Nautica).





# Pregled postignuća



## Promocija zdravlja

Bezbednost u proizvodnji – Lidl ulaže dodatne napore da obezbedi najbolji kvalitet proizvoda za svoje potrošače, i pored zakonski propisanih kontrola kvaliteta dodatno proverava kvalitet svojih proizvoda.

Broj analiziranih proizvoda:

2019:  
**625**

2020:  
**931**

Ukupno:  
**1556**



## Očuvanje resursa

U 2020. godini u volonterskim akcijama čišćenja organizovanim sa GSS na Kopaoniku, Staroj planini, Fruškom gori i Zlatiboru, sakupljeno 150 džakova otpada.

RECIKLIRAN OTPAD (%)	2019.	2020.
Udeo recikliranog opasnog otpada u ukupnoj količini nastalog opasnog otpada	46%	86%
Udeo recikliranog neopasnog otpada u ukupnoj količini nastalog neopasnog otpada	52%	65%
Udeo recikliranog otpada u ukupno nastalom otpadu	52%	65%



ZA BOLJE  
SUTRA

## Pregled postignuća



### Fer poslovanje

Junad iz domaće proizvodnje, uzgajana u režimu slobodnog tova koji podrazumeva slobodno kretanje u objektu, većinski su zastupljena u asortimanu:

### Udeo junadi iz slobodnog tova:

**89%** in 2019.

in 2020.

**93%**



### Učešće u dijalogu – pomoć zajednici

- U 2019. godini zajedno sa potrošačima, donirano 15 tona namirnica Crvenom krstu Srbije u kampanji “Mala dela su velika stvar”, uz dodatnu novčanu donaciju kompanije namenjene kupovini rashladnih uređaja za 20 narodnih kuhinja Srbije.
- Tokom 2019 i 2020. godine redovne donacije sigurnim kućama, namenjenim za smeštaj žena i dece žrtava porodičnog nasilja, u nekoliko gradova Srbije.
- U 2020. godini, 50 malih proizvođača iz svih krajeva Srbije podržano kroz kampanju “Mali zanat, velika strast”



# Pregled postignuća



## Zaštita klime

### Energetski intenzitet\* 2019.

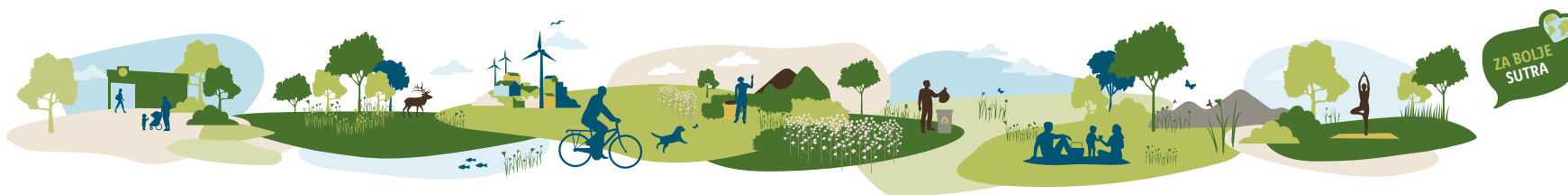
31,4 kWh/m<sup>2</sup>/mesec

### Energetski intenzitet\* 2020.

32,8 kWh/m<sup>2</sup>/mesec

\*utrošena električna energija u prodavnicama, po m<sup>2</sup> prodajnog prostora, na mesečnom nivou

U 2020. godini Logistički centar u Novoj Pazovi kao jedini u Srbiji sertifikovan sa LEED Gold standardom. Analiza pokazuje da u odnosu na standardne objekte ovog formata Logistički centar u Novoj Pazovi troši **32% manje energije.**



ZA BOLJE  
SUTRA





ZA BOLJE  
SUTRA

# 3.0 kompaniji

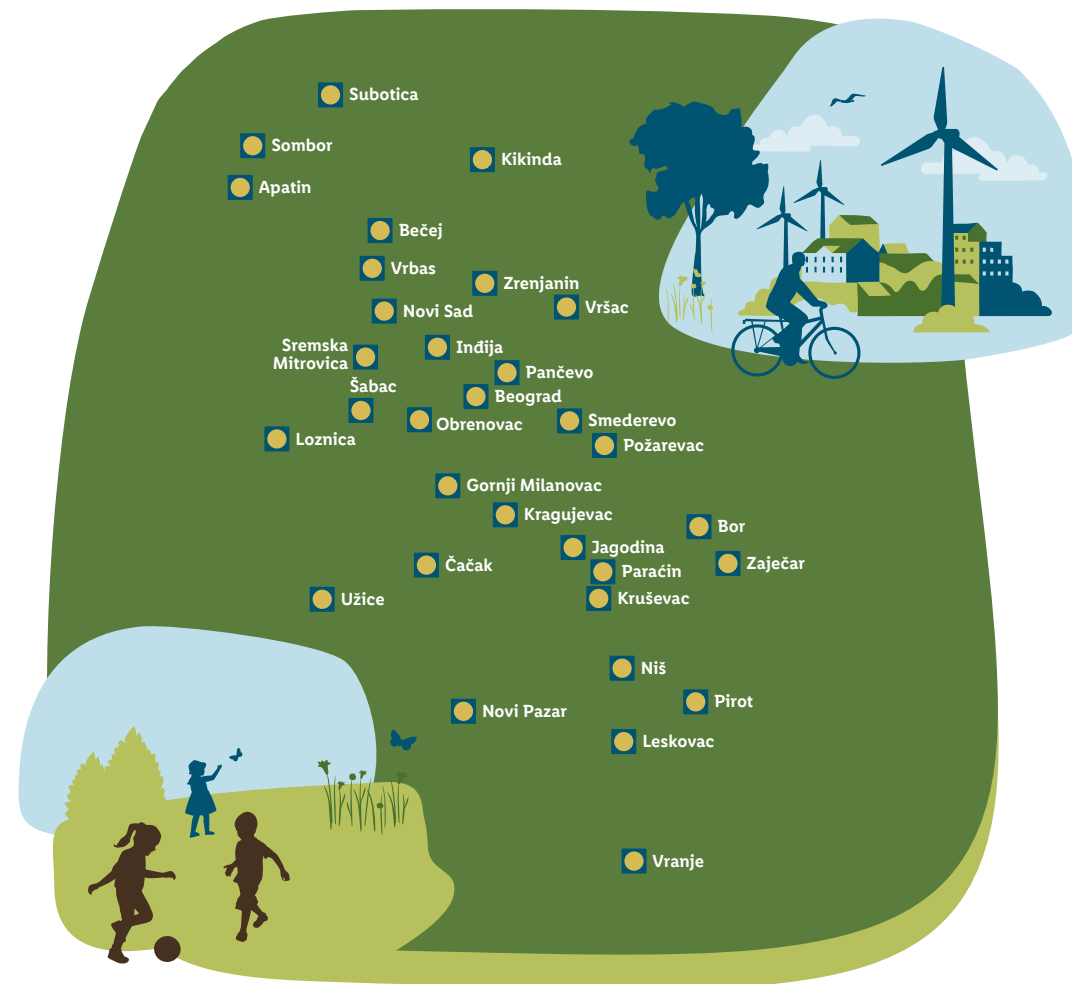


## 0 kompaniji

Lidl je najveći evropski diskontni lanac. U Srbiji, Lidl je svoje prve prodavnice otvorila u oktobru 2018. godine, a na kraju poslovne 2020. godine bila je prisutna u **32 grada širom zemlje, sa ukupno 47 prodavnica i jednim logističkim centrom**. Lidl Srbija posvećena je doprinosu lokalnoj ekonomiji: na kraju poslovne 2020. godine kompanija je zapošljavala više od 2.600 ljudi i blisko saradivala sa brojnim domaćim dobavljačima, koji su proizvodili preko 400 proizvoda iz našeg asortimana. Sedište kompanije Lidl Srbija je u Novoj Pazovi.

Lidlov **asortiman broji više od 1.800 proizvoda** iz prehrambenog i ne-prehrambenog segmenta. Među njima su i organski i lokalno proizvedeni proizvodi, dok mnoštvo sezonskih proizvoda i akcijskih artikala upotpunjuje naš asortiman.

Lidl potrošačima nudi **izbor između brendova domaćih i svetskih proizvođača, i nagrađivanih Lidl robnih marki**. Uz to, obezbeđujemo proizvode prilagođene specifičnim potrebama u ishrani. Veliki deo voća i povrća, pekarskih proizvoda i mesa u našem asortimanu dolazi iz domaće proizvodnje. U stalnom asortimanu prehrambenih proizvoda u 2020. godini oko 79% asortimana činili su proizvodi privatne robne marke. Osim toga, potrošačima nudimo proizvode iz segmenta kozmetike, domaćinstva, malih kućnih aparata, alata i tekstila. Među poznatim Lidlovim brendovima su Pilos, Milbona, Pikok, Cien, Esmara, Livergy, Lupilu i mnogi drugi. Kompanije u Lidl grupi pripadaju Švarc grupaciji, maloprodajnoj grupi sa sedištem u Nemačkoj i jednog od lidera na svetskom tržištu. Lidl trenutno



ima oko 12.000 prodavnica i preko 200 distributivnih i logističkih centara u 31 zemlji. Pored toga, Lidl ima zaposlene i u Aziji. Trenutno Lidl globalno zapošljava oko 360.000 ljudi. Lidl Srbija je sastavni deo međunarodne grupe kompanija Lidl, koja ima zajedničke smernice koje se primenjuju na sve kompanije u grupi.







## 3.3 Širenje prodajne mreže

Naziv kompanije "Lidl" potiče iz 1930-ih kada je u Nekarsulmu (Južna Nemačka) osnovana kompanija "Lidl & Švarc KG". Pod imenom "Lidl" otvorena je 1970-ih prva diskontna prodavnica u Nemačkoj. Nekarsulm je i danas sedište kompanije. Lidl je u vlasništvu dobrotvornih fondacija.

Ono što Lidl koncept čini posebnim: Lidl radi širom sveta sa ograničenim brojem robe u asortimanu koji se sastoji od prehrambenih i neprehrambenih artikala. Sastav asortimana razvijamo prema zahtevima kupaca na licu mesta u svakoj zemlji i nudimo našim kupcima najbolji kvalitet po najnižoj ceni. Pri tome, cilj nam je da svakodnevno ispunimo obećanje kvaliteta i u isto vreme na svim nivoima delujemo održivo. Lidl primenjuje međunarodno standardizovane koncepte, ali ih prilagođava uslovima specifičnim za svaku zemlju. Lidl mrežu čini efikasan logistički sistem sa regionalnim kompanijama, skladištima i prodavnicama. Lidl je trenutno prisutan u 32 zemlje širom sveta, a posluje u 29 zemlje preko 11.550 filijala i više od 200 logističkih i distributivnih centara.

**U oktobru 2018. otvorili smo vrata prvih 16 prodavnica u 12 gradova Srbije,** i tu naša priča počinje. Tokom 2019. i 2020. godine otvorili smo još 31 prodajni objekat i **poslovnu 2020. godinu završili sa 47 prodavnica u 32 grada.** Pored veće dostupnosti potrošačima i stvaranja novih radnih mesta u lokalnim sredinama, otvaranje novih prodavnica, kroz procese



projektovanja i izgradnje, ima i značajne uticaje na životnu sredinu. Širenje poslovanja i praksa da Lidl prvenstveno kupuje zemlju i sam gradi svoje prodavnice, dodatno potvrđuje uticaj koji kompanija kroz gradnju ima na životnu sredinu i lokalne zajednice u celini. Objekti kompanije Lidl **građeni su po najnovijim standardima održivosti** i zadaju tržišni standard drugim akterima. Uz to, u saradnji sa lokalnim zainteresovanim stranama Lidl ulaže i u lokalnu infrastrukturu u susedstvu objekata koje gradi, poput zelenih i pešačkih površina, urbanog mobilijara i dečijih igrališta. Više o našem pristupu ovoj temi pročitajte u odeljku Planiranje i izgradnja.



## O kompaniji

### 3.4 Naši ljudi

Kako Lidl pokreću ljudi, važno nam je da svi zaposleni u Lidlu 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 Ljudskim resursima – **Briga za zaposlene**. U kompaniji nije uspostavljena sindikalna organizacija sa kojom bi bio potpisan kolektivni ugovor, a prava zaposlenih zaštićena su Zakonom o radu, Pravilnikom o radu i ugovorom o radu. Prioriteti su nam stvaranje dobre radne atmosfere, posvećeno i temeljno uvođenje u posao, počev od prvog radnog dana i razvoj zaposlenih prema njihovim ličnim ambicijama i sposobnostima. **Na kraju poslovne 2020. godine Lidl je zapošljavao više od 2.600 ljudi širom Srbije.**



2019.		2020.	
muškarci	žene	muškarci	žene
742	1.354	921	1.730
<b>Ukupan broj zaposlenih: 2.096</b>		<b>Ukupan broj zaposlenih: 2.651</b>	





## O kompaniji

Lidl Srbija **dobitnik je prestižnog sertifikata „Top Employer Serbia“ i „Top Employer Europe“, za rezultate ostvarene u 2020. godini** na nivou države Srbije i teritorije Evrope zajedno sa kompanijama Lidl grupe u još 18 zemalja, koje dodeljuje Top Employers Institute, vrednujući jasno definisane procese upravljanja ljudskim resursima koji utiču na izgradnju fer odnosa, kao i benefita koje kompanije pružaju svojim zaposlenima.

Institut koji vrši sertifikaciju, godišnje dodeli 1.600 „Top Employer“ priznanja u 120 gradova i regija širom sveta. Ovaj prestižni međunarodni sertifikat se dobija na osnovu istraživanja koja Top Employers Institute sprovodi u 6 oblasti, 20 segmenata među kojima su: radno okruženje, odnos prema zaposlenima, liderstvo, etika, razvoj zaposlenih i usavršavanje na radnom mestu. Program sertifikacije omogućava kompanijama da procene i poboljšaju uslove koje kao poslodavci obezbeđuju svojim zaposlenima.

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 ističe kao jedan od najpoželjnijih poslodavaca u Srbiji i regionu jesu privatno zdravstveno osiguranje za sve zaposlene, 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,

koja je zaposlenima bila na raspolaganju i pre pandemije Covid19. Ovim kompanija potvrđuje da se kroz svoje svakodnevno poslovanje zalaže za to da svojim zaposlenima obezbedi osećaj pripadnosti zajednici.

Više o našem pristupu ovoj temi saznajte u odeljku Radna prava.





# 4. Održivost u Lidlu

ZA BOLJE  
SUTRA





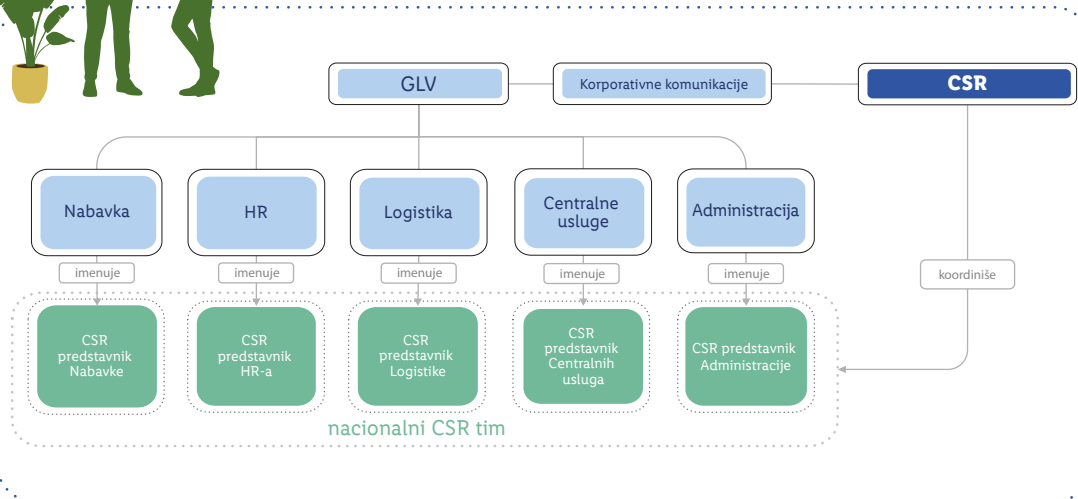
# Održivost u Lidlu

Kao deo trgovinske grupacije u maloprodaji, nosimo veliku odgovornost jer sve što radimo utiče na naše okruženje. U svakodnevnom delovanju, prilikom donošenja poslovnih odluka, osim ekonomskih, u obzir uzimamo i društvene i ekološke faktore. Društveno odgovorno poslovanje (CSR – Corporate Social Responsibility) je važan deo naše korporativne filozofije i upravo zbog toga nastojimo da razumemo naše uticaje, kako bismo mogli da donosimo odgovorne i održive odluke.

Naš moto odgovornosti je „**Za bolje sutra**“. Slušamo naše potrošače i poslovne partnere, ali i druge zainteresovane strane, i na duge staze gradimo strategiju društveno odgovornog poslovanja koja ostvaruje pozitivan uticaj na celokupno okruženje u kome delujemo. Rastemo i odgovorno se odnosimo prema resursima tako da ne ugrožavamo prirodu, a ni društvo. Lidlove CSR aktivnosti zasnivaju se na 5 stubova odgovornosti: asortiman, zaposleni, životna sredina, društvo i poslovni partneri.

## 4.1 Upravljanje

Kao jedna od temeljnih strateških i operativnih funkcija u kompaniji, održivost je u nadležnosti rukovodstva Lidl Srbija. Za sveukupno upravljanje održivošću odgovoran je generalni direktor, dok **odeljenje CSR Koordinacije u okviru sektora Korporativnih komunikacija**, zajedno sa rukovodstvom definiše strateške pravce. Ovo odeljenje je takođe zaduženo za koordinaciju međusektorskih aktivnosti u oblasti održivosti.



Odeljenje ima **podršku CSR Nacionalnog tima**, koji čine predstavnici svih direkcija u Lidlu Srbija. Ovakva organizacija nam omogućava da se teme i trendovi održivosti razmatraju u svim sferama poslovanja – na taj način obezbeđujemo potrebne uvide iz pojedinačnih oblasti, dok istovremeno činimo da svi sektori budu upoznati i rade u skladu sa strateškim pravcima i ciljevima kompanije u vezi sa održivošću. Ciljevi i mere koji se usvoje u okviru CSR Nacionalnog tima predstavljaju se rukovodstvu, koje u saglasnosti sa u Lidl grupi važećim zajedničkim smernicama odlučuje o implementaciji.

Postoji bliska saradnja sa ostalim kompanijama unutar Lidl grupe, posebno u vezi sa temama globalnog karaktera, kao što su odgovorna nabavka ili smanjenje upotrebe plastike. Pored zajedničkih smernica i višedecenijskog iskustva, saradnja sa ostalim kompanijama unutar Lidl grupe nam omogućava i uvid u iskustva drugih Lidl zemalja, kao i primere dobre prakse.



ZA BOLJE SUTRA

## 4.2 Doprinos Ciljevima održivog razvoja Ujedinjenih nacija

Naša posvećenost unapređenju socijalnih i ekoloških standarda, dodatno je potvrđena pristupanjem **Globalnom dogovoru Ujedinjenih nacija** (United Nations Global Compact - UNGC), najvećoj svetskoj inicijativi za odgovorno upravljanje poslovanjem.

Lidl Stiftung (Lidl Stiftung & Co. KG), kao kompanija Švarc (Schwarz) grupe, učestvuje u podršci Globalnom dogovoru Ujedinjenih nacija i zalaže se za unapređenje ciljeva održivog razvoja, i širih ciljeva UN. **Lidl Srbija pristupila je mreži Globalnog dogovora u Srbiji u novembru 2020. godine.**

Globalni dogovor UN se sastoji od univerzalnih deset načela za odgovorno poslovanje u oblastima ljudskih prava, radnih standarda, životne sredine i borbe protiv korupcije. Deset načela globalne inicijative UN shvatamo kao dodatne smernice za našu već postojeću posvećenost ljudima i životnoj sredini, koja je rasla tokom godina.

Više o našem angažovanju na primeni UNGC principa pronađite u nastavku Izveštaja o održivosti, a pregled našeg doprinosa svakom pojedinačnom principu dostupan je u tabeli GRI Indeks.

**Kroz deset načela Globalnog dogovora, kompanije koje pristupe ovoj inicijativi obavezuju se da:**

1. *podržavaju i poštuju zaštitu međunarodno zagarantovanih ljudskih prava;*
2. *ne smeju biti umešane u kršenje ljudskih prava;*
3. *podržavaju pravo na slobodno udruživanje i priznaju prava na kolektivne ugovore;*
4. *rade na eliminaciji svih oblika prinudnog rada;*
5. *zabrane dečiji rad;*
6. *se zalažu za iskorenjivanje diskriminacije pri zapošljavanju i radu;*
7. *preduzimaju mere predostrožnosti u domenu životne sredine;*
8. *preuzimaju mere za podizanje ekološke svesti;*
9. *ohrabruju razvoj i širenje ekološki prihvatljivih tehnologija;*
10. *se bore protiv svih oblika korupcije, uključujući iznuđivanje i pronevere.*



## Lidl Srbija se priključila Inicijativi UN za osnaživanje žena

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 obavezala 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 koja za cilj ima promovisanje i jačanje uloge žena u poslovnom okruženju.

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

1. **Uspostavljanje kulture korporativnog liderstva po principu jednakosti**
2. **Fer ophođenje prema svim ženama i muškarcima na poslu – poštovanje i podržavanje ljudskih prava i zabrana diskriminacije**

3. **Obezbeđivanje zdravlja, sigurnosti i blagostanja svih zaposlenih**
4. **Promovisanje obrazovanja, obuke i profesionalnog razvoja za žene**
5. **Promovisanje preduzetništva među ženama, zahtev za jačanjem uloge žena kod kompanija u lancu nabavke i poštovanje dostojanstva žena u prenošenju poruka**
6. **Promovisanje rodne ravnopravnosti kroz inicijative i zalaganje u zajednici**
7. **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 „Za bolje sutra”. Više o našim inicijativama pročitajte u odeljku Radna prava.



ZA BOLJE  
SUTRA



# Održivost u Lidlu

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, klimatskih promena.

Stubovi Lidlovog lanca vrednosti usklađeni su sa Ciljevima održivog razvoja, a kroz Izveštaj o održivosti transparentno objavujemo naš doprinos ostvarenju ciljeva.

Više o našem doprinosu Ciljevima održivog razvoja kroz različite inicijative pronađite u nastavku Izveštaja o održivosti, a pregled našeg doprinosa svakom pojedinačnom cilju dostupan je u tabeli GRI Indeks.

## Resursi:



## Lanac nabavke:



## Operacije:



## Potrošači:



## 4.3 Naši stakeholderi

Lidl Srbija je posvećen **uspostavljanju proaktivnog i konstruktivnog dijaloga sa internim i eksternim grupama stakeholdera**. Interesi i očekivanja stakeholdera su, kao značajan faktor, uzeti u obzir prilikom definisanja strategije društveno odgovornog poslovanja kompanije Lidl Srbija „Za bolje sutra“, kao i prilikom definisanja strukture i sadržaja izveštaja o održivosti. Lidl Srbija je identifikovao sledeće najvažnije grupe stakeholdera:

- **Potrošači**
- **Zaposleni**
- **Dobavljači**
- **Institucije na državnom i lokalnom nivou**
- **Nevladine organizacije**
- **Mediji**

Aktivno informišemo sve naše stakeholdere koristeći različite kanale komunikacije, kao što su izveštaj o održivosti, veb-sajt kompanije, saopštenja za medije, brošure za potrošače, i internet portal i aplikacija za naše zaposlene. Takođe, ohrabrujemo direktnu razmenu stavova i mišljenja kroz sastanke i događaje, kao i anketu koju sprovodimo u redovnim intervalima, a koja je bila i deo priprema za definisanje sadržaja ovog izveštaja, o čemu

više možete pročitati u narednom odeljku, Proces materijalnosti. Dragocen uvid u ekspertizu, mišljenja i očekivanja naših stakeholdera omogućava nam i učešće u platformama i mrežama koje okupljaju predstavnike različitih sektora, poput Globalnog dogovora Ujedinjenih nacija, Foruma za odgovorno poslovanje i Nacionalne alijanse za lokalni ekonomski razvoj (NALED).

## 4.4 Proces materijalnosti

U svom **modelu odgovornosti (Lidl Responsibility Model – LRM)**, koji čini suštinsku osnovu za strategiju održivosti, upravljanje održivošću i izveštavanje naše kompanije, Lidl fondacija (Lidl Stiftung & Co. KG) je definisala četiri faze u svom lancu vrednosti: Resursi, Lanac nabavke, Lidlovo poslovanje i procesi, i Društvo i potrošači. Pod lancem vrednosti mi smatramo sve faze naših poslovnih procesa u kojima, direktno ili indirektno, tim poslovanjem utičemo na društvo i prirodu. Za svaku od ovih faza, definisane su oblasti i teme koje su u fokusu društveno odgovornog poslovanja kompanije – ukupno 11 oblasti i 41 tema.

Pojam „materijalnost“ označava prag od kojeg se neka tema smatra materijalnom i o njoj se mora izveštavati, da bi se na odgovarajući način procenila poslovna situacija i razvoj kompanije. Iznad ovog praga, za sve teme koje su materijalne, procenjuje se prioritarnost, i samim tim zastupljenost u izveštaju.



# Održivost u Lidlu

## Lidlov model odgovornosti

Proizvodnja sirovina i poljoprivreda	Lanac nabavke	Lidlovo poslovanje i procesi	Društvo i potrošači
<b>Poljoprivredni resursi / Uzgoj i žetva</b>	<b>Proizvodnja / Prerada / Transport</b>	<b>Logistički centri / Transport / Prodavnice i usluge</b>	<b>Nabavka / Upotreba / Odlaganje</b>
<b>Zaštita ekosistema</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Biodiverzitet</li> <li>Sirovine</li> <li>Zagađujuće materije</li> <li>Voda</li> </ul>	<b>Standardi zaštite životne sredine u lancu nabavke</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Klima</li> <li>Transport</li> <li>Očuvanje resursa</li> <li>Cirkularna ekonomija</li> </ul>	<b>Upravljanje zaštitom životne sredine</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Klima</li> <li>Upravljanje resursima</li> <li>Transport</li> <li>Planiranje i izgradnja</li> <li>Viškovi hrane</li> </ul>	<b>Odgovornost u proizvodnom asortimanu</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Održivi proizvodi</li> <li>Lokalni proizvodi</li> <li>Visok kvalitet i bezbednost proizvoda</li> </ul>
<b>Dobrobit životinja</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Briga o životinjama</li> </ul>	<b>Ljudska prava u lancu nabavke</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Bezbednost i zdravlje na radu</li> <li>Sloboda udruživanja</li> <li>Zabrana diskriminacije</li> <li>Fer naknada</li> <li>Dečiji rad</li> <li>Prinudni rad</li> </ul>	<b>Odgovornost prema zaposlenima</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Bezbednost i zdravlje na radu</li> <li>Prava zaposlenih</li> <li>Naknada</li> <li>Diverzitet i inkluzija</li> <li>Usklađivanje profesionalnog i privatnog života</li> </ul>	<b>Transparentnost na mestu prodaje</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sledivost</li> <li>Sastojci i nutritivne informacije</li> <li>Označavanje proizvoda</li> </ul>
	<b>Razvoj dobavljača i tržišta</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Procena dobavljača</li> <li>Podizanje svesti dobavljača</li> <li>Fer poslovni odnosi</li> </ul>		<b>Kreiranje društvene vrednosti</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Odgovornost u zajednici</li> <li>Saradnja</li> <li>Usklađenost sa zakonskom regulativom</li> <li>Lokalni razvoj</li> </ul>
			<b>Odgovorna komunikacija</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Dijalog sa stekholderima</li> <li>Podizanje svesti potrošača</li> </ul>



# Održivost u Lidlu

Naš proces materijalnosti odvija se kroz četiri koraka, u kojima procenjujemo uticaje kompanije u svakoj od identifikovanih tema i važnost ovih tema za naše stakeholdere.

**Korak 1:** Procena uticaja – U ovoj fazi CSR koordinator, na osnovu internih i eksternih podataka, procenjuje aktuelne pozitivne i negativne uticaje kompanije Lidl Srbije. Ovaj korak predstavlja inicijalnu evaluaciju, na osnovu koje postavljamo širi okvir za izveštavanje o održivosti.

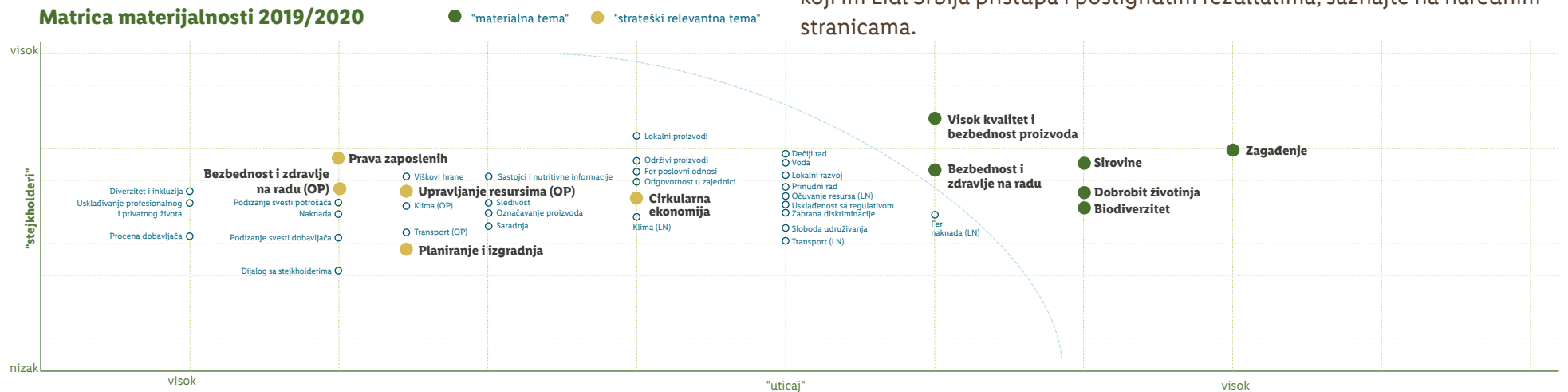
**Korak 2:** Validiranje uticaja – Ovu fazu sprovodi nacionalni CSR tim – predstavnici svih sektora Lidl Srbija koji su uključeni u procese upravljanja održivošću. Najčešće u formi radionice, članovi CSR tima diskutuju o zaključcima inicijalne procene uticaja, i usvajaju njenu konačnu verziju.

**Korak 3:** Anketa za stakeholdere – Putem standardizovanog upitnika, u ovoj fazi prikupljaju se stavovi stakeholdera, o temama koje su za njih najznačajnije. Ovim se, pored interne, dodaje i eksterna perspektiva proceni uticaja. U anketi učestvuju sve grupe stakeholdera, a rezultati ankete ukrštaju se sa nalazima prethodno sprovedene procene uticaja.

**Korak 4:** Usvajanje finalne matrice materijalnosti – Proizvod svih prethodnih koraka je usvajanje finalne matrice materijalnosti, odnosno tema koje su se izdvojile kao najznačajnije u oba procesa, proceni uticaja od strane kompanije i kroz anketu za stakeholdere. Finalnu matricu materijalnosti usvaja rukovodstvo kompanije, i ona čini osnovu za strukturu i sadržaj izveštaja o održivosti.

Procesom materijalnosti sprovedenim u toku pripreme ovog izveštaja, teme istaknute u matrici su identifikovane kao materijalne, a više o načinu na koji im Lidl Srbija pristupa i postignutim rezultatima, saznajte na narednim stranicama.

## Matrica materijalnosti 2019/2020



ZA BOLJE SUTRA





# 5. Proizvodnja sirovina i poljoprivreda

ZA BOLJE SUTRA





# Proizvodnja sirovina i poljoprivreda

Lidl Srbija posvećen je principima i praksama održivog poslovanja, što obuhvata i **odgovoran pristup upotrebi sirovina i poljoprivredi**. Kao kompanija koja ima velike potrebe za sirovinama i poljoprivrednim proizvodima, svesni smo da imamo i veliku mogućnost da utičemo na načine proizvodnje. Dugoročno, **cilj nam je da što više umanjimo negativne uticaje na životnu sredinu, i istovremeno obezbedimo trajnu dostupnost resursa neophodnih za naše poslovanje**.

Zbog toga su u našem modelu upravljanja društvenom odgovornošću, proizvodnja sirovina i poljoprivreda odvojeni u poseban segment u odnosu na lanac nabavke u celini, kako bismo našu pažnju mogli adekvatno da usmerimo isključivo na ekološke i socijalne uticaje koji nastaju kroz proizvodnju i korišćenje resursa.

Uz to, pažljivo osluškujemo i potrebe naših potrošača, koji sve češće traže proizvode koji odgovaraju njihovim prehrambenim zahtevima i njihovim životnim uverenjima. U Lidlu Srbija potrošači mogu da pronađu proizvode u kojima osnovne sirovine potiču iz održive proizvodnje. Potrošačima su dostupni čaj, kafa, kakao, cveće i biljke, voće i povrće, kao i riba i morski plodovi iz održive proizvodnje, koja podrazumeva fer trgovinu, očuvanje biodiverziteta, i ekološki prihvatljivu upotrebu zemljišta. Kada je reč o neprehrambenim proizvodima težimo, na primer, da naš tekstil ne sadrži štetne materije. Ove odlike naših proizvoda su i nezavisno potvrđene, o čemu govore oznake instituta, fondacija i organizacija za zaštitu životne sredine, čije standarde naši proizvodi ispunjavaju.



## 5.1 Zaštita ekosistema

Lidlov cilj u oblasti zaštite ekosistema jeste smanjenje negativnog uticaja koji uzgoj osnovnih poljoprivrednih proizvoda ima na životnu sredinu, a koji podrazumeva eksploataciju prirodnih resursa. Prioritetne teme za Lidl Srbija u okviru ove oblasti su biodiverzitet, sirovine i prevencija, i smanjenje zagađenja.

Za upravljanje ovom oblašću u kompaniji zadužena je direkcija Nabavke, odnosno sektor CSR u nabavci. Ovaj sektor nadležan je za sprovođenje i praćenje dogovorenih ciljeva, kao i za edukaciju kolega koje se bave nabavkom, tako da je sprovođenje mera zagarantovano od trenutka pregovora o nabavci određenog proizvoda.\*

### 5.1.1 Biodiverzitet

Zaštita biodiverziteta i zdravi ekosistemi su vrlo važan segment našeg poslovanja, jer upravo oni čine suštinsku osnovu za bogat asortiman, posebno voća i povrća. Štiteći ih, ne samo da stvaramo osnovu za visokokvalitetne proizvode, već istovremeno obezbeđujemo i visoke poljoprivredne prinose.

Zahtevi za očuvanjem biodiverziteta sadržani su u kriterijumima za sertifikaciju sirovina kao što su kafa, čaj, kakao, riba i morski plodovi, voće i povrće itd. Na primer, ostvarivanjem zadate sertifikacije ribe i morskih plodova u skladu sa zahtevima MSC standarda, štitimo biodiverzitet morskih ekosi-

\* GRI103 za materijalne teme: biodiverzitet, sirovine, i prevencija i smanjenje zagađenja



# Proizvodnja sirovina i poljoprivreda

stema. Takođe radimo na tome da u našim proizvodima koristimo samo palmino ulje koje ima 100% sertifikat RSPO kako bi se smanjilo krčenje šuma za uzgoj palmi, što znači gubitak staništa i jedan od uzroka gubitka biodiverziteta je smanjenje.

Praćenjem nacionalnih dobavljača (dobavljača čija se proizvodnja odvija u Srbiji), nisu uočeni značajni uticaji na vrste koje su na nacionalnom ili međunarodnom nivou prepoznate kao ugrožene.

**Naš pristup i ciljevi definisani su u izjavama o namerama koje se odnose na odgovornu nabavku** sirovina kao što su: Održiva nabavka kafe, Održiva nabavka čaja, Održiva nabavka palminog ulja, Održiva nabavka jaja, Održiva nabavka kakaoa, Održiva nabavka cveća i biljaka, Održiva nabavka ribe i ljuskara i proizvoda od ribe i ljuskara, Održiva nabavka proizvoda i ambalaže

	2019.	2020.
Udeo Fairtrade artikala u prehrambenom asortimanu	0,6%	3,4%
Udeo Bio rtikala u prehrambenom asortimanu	1,6%	3%
Udeo FSC-sertifikovanih rtikala u prehrambenom asortimanu	1,1%	1,3%
Udeo UTZ-sertifikovanih rtikala u prehrambenom asortimanu	3,9%	6,1%
Udeo održivih proizvoda od ribe u celokupnom broju artikala od ribe	38,5%	44,4%
Udeo održivog kakaoa (PL) u celokupnom kakao asortimanu (PL)	53,4%	62,7%
Udeo održive kafe (PL) u celokupnom asortimanu kafe (PL)	25%	31,1%

koji sadrže celulozu. Ove izjave o namerama uključuju zahtev proizvođačima da implementiraju standarde poput Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance, MSC, ASC, Bio, GLOBALG.A.P., i RSPO standarda za održivu proizvodnju palminog ulja, koji sadrže između ostalog i zahteve za zaštitu biodiverziteta.

## Lidl na internacionalnom nivou razvio prvi standard za uzgajanje voća i povrća sa ciljem očuvanja biodiverziteta

Kao društveno odgovorna kompanija koja veliku pažnju posvećuje očuvanju ekosistema, Lidl je u saradnji sa međunarodno priznatim stručnjacima za održive prehrambene sisteme, u okviru priznatog GLOBALG.A.P. integrisanog standarda razvio modul za očuvanje biodiverziteta. Standard je objavljen u aprilu 2022. godine i od tada je besplatno dostupan svim proizvođačima. Od maja 2022. dodatak Biodiverzitet se testira u praksi sa preko 250 evropskih proizvođača.

Osnovni standard za upravljanje poljoprivredom **GLOBALG.A.P.** obuhvata dobre poljoprivredne prakse za sve oblike proizvodnje. Uz **dodatni modul „Biodiverzitet“**, proizvođači voća i povrća imaju prilike da, kao deo godišnje revizije, dokažu sopstvene poljoprivredne prakse za očuvanje biodiverziteta, a trgovci hranom da dobiju potvrdu svoje posvećenosti.



# Proizvodnja sirovina i poljoprivreda

## Održiva nabavka ribe i morskih plodova

Sa ciljem očuvanja biodiverziteta svetskih vodenih ekosistema, naš pristup nabavci ribe i morskih plodova definisali smo u dokumentu **Izjava o namerama za održivu nabavku ribe, ljuskara i proizvoda od ribe i ljuskara**. Lidl Srbija pospešuje odgovorno ophođenje prema proizvodima od morskih plodova i ribe i zalaže se za principe održivog ribolova, i zaštitu i održanje vodenih ekosistema. **Izjava o namerama odnosi se na celokupni stalni asortiman privatne robne marke** Lidl Srbija: delikates od ribe, riblje konzerve, zamrznuta i sveža riba.

Podržavamo napore sertifikacionih organizacija, kao što su *Marine Stewardship Council (MSC)*, *Aquaculture Stewardship Council (ASC)*, ili *Bio* (za bio-proizvode), na način što nudimo sertifikovane proizvode koji su u skladu sa tim jasno označeni. Naš cilj je da za svoje potrošače proširimo ponudu ribe, ljuskara i proizvoda od ribe i ljuskara u okviru privatne robne marke koji su MSA, ASC, Bio sertifikovani.

Prilikom razvijanja proizvoda naglasak stavljamo na neugrožene vrste riba i morskih plodova. Iz tog razloga se trudimo da u našu ponudu ne uvrstimo vrste riba, koje:



- potiču iz ugroženih ili previše eksploatisanih populacija
- kojima prethodi izumiranje
- su na [www.ices.dk](http://www.ices.dk) određene kao manje otporne vrste ili vrste sa visokim stepenom osetljivosti
- čije stanje u pogledu populacije i eksploatacije ne može biti ocenjeno, jer nije dostupno dovoljno podataka
- su navedene na nacionalnim i međunarodnim spiskovima zaštićenih vrsta, kao npr. Crvena lista IUCN (*International Union for Conservation of Nature*) i vrste koje su na istoj navedene kao ugrožene (*endangered*), krajnje ugrožene (*critically endangered*), zaštićene (*protected*) ili privremeno zaštićene (*moratorium species*).



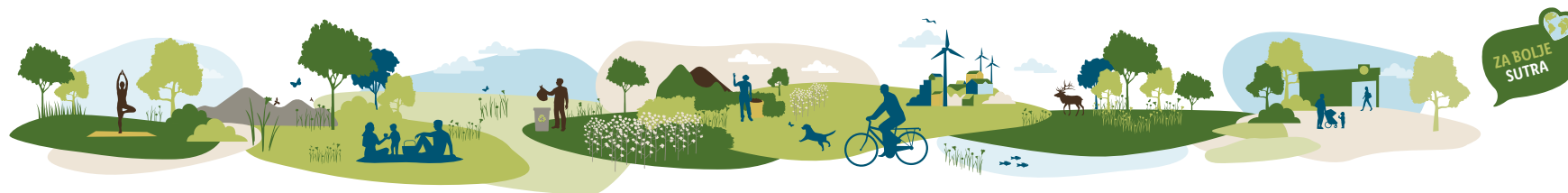


# Proizvodnja sirovina i poljoprivreda

**Lidl Srbija u svoju ponudu ne uključuje sledeće vrste riba ukoliko one ne poseduju MSC sertifikat:**

kostelj (*Squalus acanthias*), atlantska sluzoglavka (*Hoplostethus atlanticus*), krupnooka tuna (*Thunnus obesus*), ajkula (*Selachimorpha*), kril (*Euphausiacea*), atlantska plavorepa tuna (*Thunnus thynnus*), crveni sneper (*Lutjanidae*), sabljarka (*Xiphias gladius*), grdobina (*Lophius piscatorius*), list (*Solea solea*), vijun (*Cobitis taenia*), romb (*Scophthalmus maximus*), nilski grgeč (*Lates niloticus*).

U našoj ponudi jastoga može se naći samo jastog (*Homarus*) koji potiče iz MSC sertifikovane proizvodnje.



Kada se radi o proizvodima koji sadrže ribu i ljuskare prednost se daje onima, koji su ulovljeni metodama ribolova koje imaju što manji štetni uticaj na vodeni ekosistem, kojima su prilikom ribolova sporedni ulovi svedeni na minimum i nisu štetne za životnu sredinu. U svom asortimanu nudimo samo konzerve tune u čiji sastav ulazi tuna **ulovljena na način koji je bezbedan za delfine** ("Dolphin Safe"). Ova oznaka se nalazi na ambalaži.

Želimo da imamo detaljne informacije o tome odakle potiču ribe i ljuskari koji se nalaze u našim proizvodima i u skladu sa tim zahtevamo sledljivost celokupnog lanca isporuke. Na taj način **obezbeđujemo transparentnost od trenutka ulova, lovišta i broda do proizvodnog pogona**, kao i to da se naše smernice poštuju na svakom koraku.

**Principijelno se distanciramo od nelegalnog, neprijavljenog ili neregulisanog ribolova** (IUU Fishing = Illegal, Unreported and Unregulated Fishing), kao i od nelegalnih metoda ribolova. Od svojih dobavljača zahtevamo, da primenjuju postupke koji su orijentisani na postojeće rizike i da ne koriste sirovine iz IUU-ribolova.

Lidl Srbija ne prodaje ribu iz regija u kojima ne postoje propisi o zaštiti i upravljanju od strane odgovornog upravnog organa za ribolov.

## Proizvodnja sirovina i poljoprivreda

Kako bi se obezbedila transparentnost proizvoda Lidl brenda, na deklaraciji proizvoda u obliku žutog pravougaonika navedene su sledeće informacije:

- Za proizvode koji su ulovljeni u divljini: srpski naziv, latinski naziv, lovište, pod-lovište (ukoliko je dostupno), metoda lova
- Za proizvode koji potiču iz akvakulture: srpski naziv, latinski naziv, zemlja porekla

Detaljnije o našim izjavama o namerama za druge sirovine i sertifikatima koje primenjujemo pročitajte u odeljku Sirovine.

### 5.1.2 Sirovine

Održiva proizvodnja glavni akcenat stavlja na načine i metode rada, koji će sa jedne strane povećati plodnost tla, a istovremeno  **smanjiti štetne uticaje na vodu, vazduh, tlo, klimu, biodiverzitet, kao i zdravlje čoveka.** Takođe obraćamo pažnju na socijalne kriterijume, kao što su bezbednost na radu, obuka i nadoknada, za sve naše ciljeve u pogledu sirovina. Uz to, ona uzima u obzir osnovne potrebe za hranom današnjih i budućih generacija, kao i buduću proizvodnju poljoprivrednih proizvoda. 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 kakaoa*
- *Održiva nabavka proizvoda i ambalaže koji sadrže celulozu*



Izjave o namerama sadrže naša načela, usvojene ciljeve, i konkretne mere kojih se pridržavamo u nabavci navedenih sirovina.

Ispunjenost usvojenih ciljeva se proverava tokom audita koji se sprovodi pod nadzorom kolega iz Kontrole kvaliteta. U standardnu listu pitanja uključena su i ona koja se odnose na sertifikaciju i status sirovina za koje je Lidl propisao određene ciljeve. Rezultati ovog audita se dostavljaju CSR menadžeru u nabavci i odgovornom nabavljaču. Ukoliko se primeti neusaglašenost sa nekim od zadatih ciljeva, definiše se korektivna mera, sa ciljem i rokom otklanjanja neusaglašenosti. **Prilikom audita sprovedenih tokom 2019. i 2020. nisu zabeležene neusaglašenosti u odnosu na zahteve postavljene za taj period.**

Za više informacijama o sertifikatima pomenutim u našim izjavama o namerama, pogledajte odeljak Sertifikati i standardi.



# Proizvodnja sirovina i poljoprivreda

**Održiva nabavka kafe** - Ovom Izjavom o namerama, Lidl Srbija objavio je svoj cilj da do kraja 2020. godine 30% količine kafe koju nudi u asortimanu privatne robne marke bude iz UTZ Certified, Rainforest Alliance, Fairtrade ili Organic sertifikovane proizvodnje. Do kraja 2022. godine želimo da postignemo sertifikaciju od 50%. Cilj za 2020. godinu je ostvaren, a u tom procesu sertifikovan je i nacionalni dobavljač kafe, koji je ujedno i prvi prerađivač kafe u Srbiji koji je sertifikovan u skladu sa zahtevima Rainforest Alliance standarda.

Sirova kafa koja se koristi za proizvodnju naših proizvoda uglavnom se uzgaja na plantažama u Brazilu i Indiji. Mešavine kafe i njihovo poreklo mogu da odstupaju u zavisnosti od sezone i kvaliteta žetve. Pržionice kafe sa kojima Lidl Srbija saraduje moraju biti sertifikovane u skladu sa zahtevima IFS Food standarda (International Featured Standard Food). Efekti klimatskih promena se u oblasti uzgoja kafe veoma osećaju i ugrožavaju egzistenciju mnogih malih proizvođača. Proizvođači sve više moraju da se bore sa dugotrajnim kišnim periodima i visokim temperaturama koje negativno utiču na žetvu kafe. Međunarodno priznate organizacije za sertifikaciju aktivno rade na tome da mali proizvođači koji uzgajaju kafu budu manje osetljivi na efekte klimatskih promena. Na primer, malim Fairtrade proizvođačima kafe se, zahvaljujući Lidlovoj podršci, pružaju obuke za efikasniju strategiju prilagođavanja klimatskim promenama.

**Održiva nabavka čaja** - Sirovina za proizvodnju finalnog proizvoda koji se nalazi na policama u prodavnicama jeste sušeno lišće grma čaja, koji

se uzgaja širom sveta, pre svega u tropskim i suptropskim područjima. Najvažniji ekološki rizici povezani sa uzgojem čaja jesu krčenje tropskih šuma, erozija tla, nedostatak vode, pogoršanje plodnosti tla i rastuća potreba za drvetom za loženje radi sušenja listova čaja.

Naš cilj je da do kraja 2022. godine crni, zeleni i Rooibost čajevi koje nudimo kroz naš asortiman privatne robne marke potiču isključivo iz sertifikovane održive proizvodnje, a da 50% biljnog i voćnog čaja potiče iz sertifikovane održive proizvodnje tj. proizvodnje koja je sertifikovana od strane Fairtrade, Rainforest Alliance, Organic ili UTZ Certified.

**Održiva nabavka palminog ulja** – Ovom izjavom o namerama, Lidl Srbija objavio je svoj cilj da će proizvoditi privatne robne marke do kraja 2022. godine sadržati isključivo palmino ulje koje 100% potiče iz „Sagregated“, RSPO sertifikovanog uzgoja.

Palmino ulje se koristi u mnogim proizvodima, počevši od margarina, čokolade, sladoleda, pa sve do kozmetike i proizvoda za negu. Palmino ulje se uzgaja u tropskim i suptropskim područjima, među kojima je Indonezija najveći proizvođač palminog ulja. Ekološki rizici povezani sa proizvodnjom palminog ulja uključuju krčenje šuma, nesrazmernu primenu sredstava za zaštitu bilja i oslobađanje ugljen-dioksida u slučaju požara. Važan aspekt u osiguravanju održive nabavke ove sirovine predstavlja saradnja sa međunarodno priznatim organizacijama za sertifikaciju, kao što je Round Table on Sustainable Palm Oil (RSPO).



# Proizvodnja sirovina i poljoprivreda

**Održiva nabavka kakaoa** – Ovom izjavom o namerama, Lidl Srbija objavljuje svoj cilj da do kraja 2022. godine prodaje i u proizvodnji proizvoda privatne robne marke koristi isključivo kakao koji potiče iz sertifikovanog uzgoja, tj. proizvodnje koja je sertifikovana od strane Fairtrade, Rainforest Alliance, Organic ili UTZ Certified.

Proizvođači koji uzgajaju kakao sve više se suočavaju sa posledicama klimatskih promena. Prinudjeni su da se bore sa ekstremnim vremenskim promenama, koje imaju negativno dejstvo na žetvu kakaoa. Međunarodno priznate organizacije za sertifikaciju aktivno rade na tome da proizvodnja kakaoa od strane malih proizvođača ne podlegne efektima klimatskih promena.

U saradnji sa GIZ-om u Nemačkoj (Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit), Lidl na globalnom nivou finansira gradnju i rad poljoprivredne škole PROCACAO za održivu proizvodnju kakaoa na Obali slonovače. Do sada je u ovom centru obučeno preko 8.000 poljoprivrednika.

**Održiva nabavka proizvoda i ambalaze koji sadrže celulozu** – Ova Izjava o namerama odnosi se na sve proizvode privatne robne marke koji sadrže drvo, celulozu i papir (npr. maramice, salvete, igračke, komadni i baštenski nameštaj), kao i na sva primarna i sekundarna pakovanja koja sadrže drvo, celulozu ili papir.



Smatramo da je osnova za održivu proizvodnju drveta održivo i pažljivo upravljanje šumama i očuvanje i promocija postojećeg biodiverziteta. Takođe se jasno distanciramo od ilegalne seče šuma i krčenja spaljivanjem radi dobijanja novih poljoprivrednih površina.

Naše opredeljenje je da, gde god je to moguće, upotrebljavamo reciklirani materijal, međutim u slučajevima kada upotreba recikliranih materijala nije moguća, već se koriste nova vlakna, daje se prednost materijalima, koji potiču iz sertifikovanih izvora, tj. imaju FSC-sertifikat (Forest Stewardship Council). Ovo se pre svega odnosi na izradu primarnog pakovanja za namirnice.





# Proizvodnja sirovina i poljoprivreda

## 5.1.3 Prevencija i smanjenje zagađenja

Veliki deo našeg asortimana zasniva se na poljoprivrednim proizvodima i sirovinama. Lidl Srbija doprinosi stalnom smanjenju uticaja povezanih sa poljoprivredom u vidu zagađenja zemljišta, vode i vazduha..

Upravljanje ovom temom je u nadležnosti direkcije Nabavka, sektora za CSR i sektora kontrole kvaliteta. Kontrola kvaliteta zadužena je za monitoring primenjenih pesticida i u saradnji sa kolegama iz kompanije koji su zaduženi za nabavku ima konstantnu komunikaciju sa proizvođačima.

Pristup, ciljevi, i mere koje se sprovode kako bi se umanjile negativne posledice zagađenja, definisani u sledećim internim dokumentima, koji su javno objavljeni i na sajtu kompanije:

- Izjava o namerama – održiva nabavka voća i povrća
- Izjava o namerama – nabavka cveća i biljaka

U proizvodnji svežeg voća i povrća po potrebi se primenjuju različite aktivne supstance kako bi se očuvalo zdravlje kultura tj. proizvoda. Aktivne materije primenjuju se u uzgoju, nakon berbe, prilikom pakovanja i skladištenja. One se primenjuju, na primer, u obliku sredstava za zaštitu bilja, sredstava za tretiranje štetočina ili sredstava za tretiranje nakon berbe. Ostaci tih aktivnih supstanci u proizvodima ne mogu se u potpunosti izbeći, čak i uz poštovanje dobre poljoprivredne prakse i uz stručnu i od-



govarajuću primenu. Primena ovih aktivnih supstanci pruža suštinski doprinos obezbeđenju berbe i garanciji higijenski ispravnih proizvoda. Zbog toga konvencionalna proizvodnja svežeg voća i povrća potpuno bez primene ovih aktivnih supstanci danas predstavlja izuzetak.

Upravo zbog našeg velikog uticaja u ovoj oblasti, **smanjenje ostataka sredstava za zaštitu bilja u svežem voću i povrću** u Lidlu je postavljeno kao najviši prioritet. Zajednički cilj Lidla i naših partnera - dobavljača jeste uzgoj voća i povrća koje bi sadržalo ostatke sredstava za zaštitu bilja ispod limita detekcije.

U skladu sa Lidlovim zahtevima kvaliteta i bezbednosti, toleriše se prisu-



## Proizvodnja sirovina i poljoprivreda

stvo sredstava za zaštitu bilja samo u koncentracijama koje iznose najviše jednu trećinu od maksimalnog zakonom dozvoljenog sadržaja, a kao zbir procentualnog opterećenja maksimalne zakonske količine svih ostataka aktivnih materija uzima 80% od maksimalne vrednosti. Broj ostataka aktivnih materija, koje je dozvoljeno detektovati, ograničen je na najviše pet supstanci. **Ovi zahtevi su daleko stroži od zakonom propisanih vrednosti, ali aktivno doprinose smanjenju primene sredstava za zaštitu bilja i postavljaju standard u sektoru maloprodaje.**

Kvalitet voća i povrća iz Lidlovog asortimana rezultat je standardizovanih i kontinuiranih procesa ispitivanja. U skladu sa Lidlovim sistemom ispitivanja, za svaki artikal voća i povrća definisane su smernice prema kojima se navedeni proizvod ispituje, čime se dopunjuju mere koje preduzimaju naši dobavljači kako bi osigurali kvalitet i bezbednost proizvoda. U tu svrhu u sektoru Kontrola kvaliteta zaposleni su stručnjaci koji su u stalnoj komunikaciji sa eksternim ekspertima priznatih instituta za ispitivanje. Ove mere, dopuna su sistemima sertifikacije koje naši proizvođači uspešno prolaze. Svakog dana se, bez izuzetka, u pogledu kvaliteta, ispituju sve isporuke svežeg voća i povrća prema standardizovanim procesima. Ispitivanje svežeg voća i povrća na ostatke sredstava za zaštitu bilja i ostale neželjene zagađivače vrše akreditovane laboratorije i instituti. Ovi akreditovani i provereni partneri dokumentuju i potvrđuju nam da se poštuju Lidlovi zahtevi u pogledu maksimalnog kvaliteta i bezbednosti proizvoda.



Kako bi trajno obezbedili ispunjenje Lidlovihih zahteva u pogledu kvaliteta, naši dobavljači su dužni da uspešno sprovedu sertifikaciju prema vodećim standardima. **Lidl aktivno teži ka tome da svi naši proizvođači primarnih poljoprivrednih proizvoda dokažu svoju kompetenciju da se bave bezbednom i održivom poljoprivrednom proizvodnjom kroz uspešnu implementaciju standarda GLOBALG.A.P.**



# Proizvodnja sirovina i poljoprivreda

Lidl Srbija postavio je **cilj da do kraja 2021. godine svi dobavljači svežeg voća i povrća budu sertifikovani u skladu sa zahtevima sertifikata GLOBALG.A.P. GRASP**. Tokom 2019. i 2020. godine aktivno se sarađivalo sa nacionalnim dobavljačima na sprovođenju GLOBALG.A.P. sertifikacije, i to sa 47 dobavljača u 2019. godini i 69 dobavljača u 2020. godini. U periodu izveštavanja oko 30% dobavljača implementiralo je navedeni standard. Kod nacionalnih dobavljača voća i povrća koji u datom u datom vremenskom periodu nisu sproveli GLOBALG.A.P. sertifikaciju, takođe nisu utvrđeni negativni uticaji na životnu sredinu.

Odeljenje za nabavku voća i povrća kontroliše ostvarivanje cilja za GLOBALG.A.P. sertifikaciju i stara se o tome da od kraja 2021. godine nijedan proizvod voća i povrća ne potiče iz nesertifikovane proizvodnje.

Kada je reč o biljkama i cveću koji se prodaju u Lidlovim prodavnicama, a koji potiču od internacionalnih dobavljača, **ostvaren je cilj da do kraja 2019. godine sve biljke i cveće koji se nalaze u Lidlovom asortimanu potiču iz sertifikovane proizvodnje**. Sertifikati koji su za ostvarenje ovog cilja prihvatljivi jesu GLOBALG.A.P. Chain of Custody, ili sertifikat neke od organizacija priznatih od strane GLOBALG.A.P.-a. Pored kriterijuma koji se odnose na smanjenje upotrebe pesticida, proizvođači biljaka i cveća moraju da ispunjavaju i druge standarde, koji se odnose na zaštitu biodiverziteta, racionalnu upotrebu vode, i socijalne aspekte poput uslova rada i sprečavanja diskriminacije.

## BIO proizvodi stalni deo Lidl asortimana

Pažljivo odabran asortiman sa **više od 60 organskih proizvoda**, od voća, povrća i osnovnih namirnica, do proizvoda Lidl pekare, deo su redovne ponude u svim Lidl prodavnicama širom Srbije. Ovi **BIO Organic** proizvodi obeleženi su cenovnim oznakama zelene boje i smešteni u posebno označenim segmentima prodavnice na vidljivo obeleženim policama.

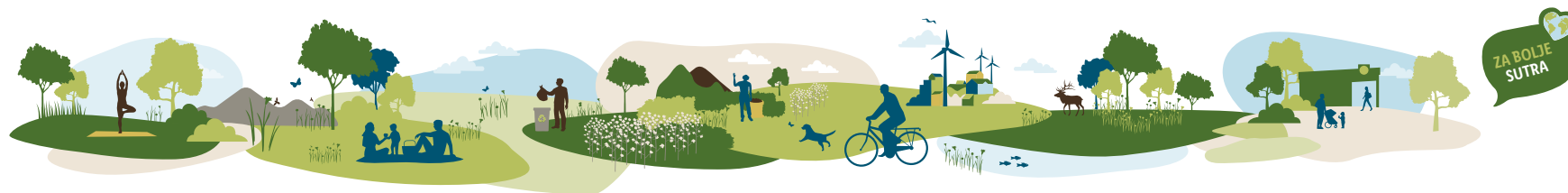
Kao kompanija koja **potrebe svojih potrošača posmatra kao prioritet**, Lidl Srbija se u svom poslovanju trudi da ih uvek iznova prepoznaje i izlazi im u susret. To smo uradili i ovoga puta time što smo proizvode iz BIO Organic asortimana koji su ranije bili deo tematskih nedelja, **uvrstili u stalnu ponudu i učinili uvek dostupnim za naše potrošače**. Vodeći se principom „Dobro za tebe, dobro za planetu“, omogućili smo izbor koji garantuje odgovoran i održiv odnos prema prirodi koja nas okružuje.

BIO Organic proizvodi proizvedeni su prateći strogu zakonsku regulativu koja propisuje da tokom proizvodnje organske hrane, bilo da je ona biljnoj

ili životinjskog porekla, nisu korišćeni sintetički pesticidi ni veštačka đubriva, a prirodne potrebe životinja se dodatno poštuju. Osim toga, u poređenju sa konvencionalnom, organski proizvedena hrana bogatija je antioksidansima i mineralima i samim tim predstavlja bolji izbor za ishranu.

Pored toga što je dobra za pojedince, dobra je i za prirodu, jer **organska proizvodnja kombinuje najbolje ekološke prakse čuvajući time zdravlje zemljišta i celokupnog ekosistema**. Održavajući i pospešujući balans ekosistema, organska proizvodnja se može smatrati čuvarom biodiverziteta na svim nivoima.

Lidl Srbija je pored ostalih kategorija, i za kategoriju BIO proizvoda dobila **BEST BUY sertifikat** koji potvrđuje najbolji odnos cene i kvaliteta privatne robne marke u ovoj kategoriji. Ovaj sertifikat dodeljuje švajcarski istraživački centar ICERITAS, vodeći se strogim međunarodnim normama u kojima svoje ocene o proizvodima daju upravo potrošači.





# Proizvodnja sirovina i poljoprivreda



## 5.1.4 Sertifikati i standardi

Zalažemo se za povećanje transparentnosti u pogledu porekla naših proizvoda i trudimo se da potrošačima pružimo mogućnost da saznaju više o uzgoju i proizvodnji sirovina. Podatak da je proizvod sertifikovan znači da proizvođači zadovoljavaju socijalne i ekološke kriterijume postavljene od strane organizacija za sertifikaciju, a koji su neretko veći od zakonskih zahteva. Prilikom sertifikacije kompanija je dužna da nezavisnim kontrolnim licima dokaže da uspešno sprovodi mere za ostvarenje ciljeva definisanih standardom. Saradnja sa organizacijama za sertifikaciju je važna i zbog toga što njihovi sistemi doprinose sledljivosti u lancu proizvodnje.

Lidl saraduje sa sledećim organizacijama za sertifikaciju, čijim su oznakama jasno obeleženi i naši proizvodi koji sadrže sirovine iz sertifikovane proizvodnje:

**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. Ovo obuhvata kriterijume za zaštitu životne sredine i društvenu odgovornost. Smernice su napravljene tako da sa jedne strane zaštite i očuvaju divlje biljke, životinje, tlo i vodu, a sa druge strane da doprinesu poboljšanju životnih i radnih uslova radnika, njihovih porodica i lokalne zajednice.

**UTZ** - UTZ je program održivosti za kafu, kakao i čaj, koji je od 2018. godine deo Rainforest Alliance. Ovim programom obučavaju se proizvođači u pogledu dobre poljoprivredne prakse, i ukazuje im se na koji način profesionalnije, kvalitetnije, unosnije i održivije mogu da uzgajaju kafu, kakao i čaj. Dodatno proizvođači se obučavaju u pogledu načina proizvodnje, zaštite na radu i očuvanja životne sredine. Cilj programa je da proizvođači dobiju veću cenu za bolji proizvod. Na taj način proizvođači svojim snagama poboljšavaju svoj životni standard. Mali proizvođači koji učestvuju u ovom standardu obavezuju se da će poštovati određeni kodeks ponašanja. UTZ i UEBT (Union for Ethical Biotrade) ujedinili su se 2015. godine kako bi osnovali program za održivi razvoj proizvodnje biljnog čaja. Program sertifikacije je usmeren na to da se zaštiti biološka raznovrsnost, zahteva kvalitetna proizvodnja i da se stvori bolja budućnost za proizvođače i radnike. UTZ je od 2022. deo Rainforest Alliance i od kraja 2022. pečat se više neće nalaziti na proizvodima kao UTZ.

**Fairtrade** - Fairtrade je sinonim za bolje uslove rada i bolji život malih proizvođača i radnika u Africi, Aziji i Južnoj Americi. Preko 1,6 miliona malih proizvođača i radnika već profitira od stabilnih cena, Fairtrade premija za zajedničke projekte, i od podsticaja za proizvodnju koja ne šteti životnoj sredini. Nezavisna kontrola u okviru Fairtrade standarda obuhvata kriterijume za dobru organizacionu strukturu, zaštitu životne sredine i bezbedne uslove rada.





# Proizvodnja sirovina i poljoprivreda

**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. Na taj način se utiče da se životna sredina manje ugrožava. Kriterijumi za sertifikaciju su ekološke i socijalne prirode, i obuhvataju poštovanje prava radnika u regionima proizvodnje. Područja koja su pod zaštitom trebalo bi da budu isključena za uzgoj palmi za proizvodnju palminog ulja.

**Fairtrade kakao program (Fairtrade Cocoa Program)** – Ovaj program pruža malim proizvođačima koji uzgajaju kakao priliku da veći deo svojih proizvoda prodaju po Fairtrade uslovima. Za razliku od klasičnog Fairtrade znaka, u ovom slučaju reč je o fer nabavci sirovina, a ne o sastavu i sertifikaciji proizvoda. Na ovaj način kompanijama je omogućena nabavka velike količine kakaoa koji je proizveden od strane Fairtrade sertifikovanih malih proizvođača. Fairtrade sertifikovanim malim proizvođačima na ovaj način je omogućena prodaja veće količine proizvoda, kao i veći prihodi.

**Forest Stewardship Council** - Cilj Forest Stewardship Council (FSC) jeste očuvanje naših šuma za buduće generacije. Kako bi se postigao taj cilj, 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 kriterijumima. **EU Ecolabel** - Evropska ekološka oznaka (EU Ecolabel) je međunarodni žig, koji je priznat u svim zemljama članicama EU, Turskoj, Norveškoj, Islandu i Švajcarskoj. Cilj Evropske ekološke oznake jeste da omogući potrošačima da lakše identifikuju proizvode koji su ekološki prihvatljiviji i zdraviji. Sertifikat dobijaju proizvodi ili usluge, koji manje utiču na životnu sredinu od drugih, uporedivih proizvoda. Evropska ekološka oznaka postavlja visoke standarde u odnosu na socijalnu i ekološku proizvodnju i upotrebljivost. Sertifikacija se odnosi na celokupni proizvodni ciklus, od dobijanja sirovina do proizvodnje, distribucije i odlaganja na otpad.

**Marine Stewardship Council (MSC)** – MSC je međunarodna neprofitna organizacija. Njen cilj je sprečavanje svetskog izlovljavanja ribe i uspostavljanje održivog razvoja svetske riblje industrije. MSC znak garantuje da populacija u lovištima 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, osnovan 2010. godine, je nezavisna neprofitna organizacija, čiji se cilj sastoji u osiguranju održivog ribolova. Znak ove organizacije obeležava ribu i morske plodove, koji potiču sa riblje farme, čije odgovorne metode uzgoja imaju mali uticaj na ljude i životnu sredinu.



# Proizvodnja sirovina i poljoprivreda



## 5.2 Standardi dobrobiti životinja

Potražnja za namirnicama životinjskog porekla je u stalnom porastu, te samim tim one čine značajan deo asortimana, uključujući i Lidl Srbija. Industrijski uzgoj životinja još uvek je najrasprostranjeniji vid stočarstva, iz kog se snabdeva ceo sektor maloprodaje. Nakon što je tokom proteklih decenija industrijski uzgoj često bio na meti kritike zbog nedekvatnog postupanja prema životinjama (poput držanja u kavezima i boksovima neadekvatne površine, prevelikog broja životinja na malom prostoru, neumerenog korišćenja antibiotika, prisilne reprodukcije), svest društva u celini, a time i potrošača, u vezi sa ovom temom je značajno porasla, te su mnoge vlade, kompanije i sektorska udruženja usvojile, ili su u procesu usvajanja standarda dobrobiti životinja.

To uključuje i kompaniju Lidl Srbija, te su naši napori u ovoj oblasti usmereni na poboljšanje uslova u kojima se proizvode primarni i sekundarni proizvodi životinjskog porekla. Politika dobrobiti životinja koja će definisati pristup kompanije Lidl na globalnom nivou trenutno je u procesu usvajanja.\*

Posebno **Izjavom o namerama definisana je oblast održive nabavke jaja**. Izjava o namerama obuhvata nabavku svežih jaja, kao i prerađene namirnice, koje u svom sastavu sadrže jaja. Ovaj dokument, objavljen 2019. godine, zasnovan je na pet aspekata preuzetih iz britanskog „Farm Animal Welfare Committee” (FAWC):

\* GRI103



- 1. Bez gladi i žeđi:** Životinje imaju pristup svežoj vodi i zdravoj, kvalitetnoj hrani.
- 2. Bez loših uslova gajenja:** Životinje imaju odgovarajući prostor za boravak i dovoljno površine na raspolaganju.
- 3. Bez bola, povreda i bolesti:** Preventivne mere i blagovremene dijagnoze doprinose boljem zdravlju kokošaka.
- 4. Sloboda kretanja prema prirodnim uslovima ponašanja:** Životinje imaju dovoljno mesta, na raspolaganju im je odgovarajuća oprema i žive



## Proizvodnja sirovina i poljoprivreda

u grupama.

**5. Bez straha i stresa:** Određeni uslovi obezbeđuju da strah i stres budu sprečeni.

Izjavom o namerama Lidl Srbija objavio je svoj **cilj da do kraja 2025. godine u svom asortimanu ima isključivo jaja koja potiču minimum iz podnog uzgoja**. Od 2025. godine u proizvodima privatne robne marke, koji sadrže jaja, koristiće se samo jaja koja potiču iz podnog uzgoja. Ovo važi i za proizvode iz kratkotrajnih ponuda, i za artikle koji se nalaze u stalnom asortimanu. Važno nam je da životinje mogu da se ponašaju onako kako je to specifično za svaku vrstu. Prilikom proizvodnje jaja iz podnog uzgoja koke nosilje imaju dovoljno mesta za nošenje jaja, a gnezdo je suvo, čisto i bezbedno kako bi se zaštitilo zdravlje nosilja. Dodatno, Lidl Srbija će u saradnji sa svojim proizvođačima, tražiti način da u ponudi ima i jaja iz slobodnog uzgoja.

Od naših dobavljača očekujemo odgovorno ophođenje prilikom upotrebe lekova i lečenja životinja. Životinje treba držati u strogo kontrolisanim uslovima, tako da se spreči svaka mogućnost epidemije ili infekcije. Primena zakonom dozvoljenih medikamenata vrši se pod stalnom kontrolom. Takođe, Lidl Srbija podržava napuštanje običaja skraćanja kljuna koka nosilja. **Jaja iz naše ponude polažu nosilje kojima kljun nije skraćen.** U skladu sa zakonskim odredbama, Lidl Srbija označava veterinarski re-





## Proizvodnja sirovina i poljoprivreda



gstarski broj mesta pakovanja, kvalitet i klasu, težinu jaja, rok trajanja, vrstu uzgoja kokošaka i adresu proizvođača. Navedene informacije obezbeđuju potpunu transparentnost i sledljivost naših proizvoda, a naši potrošači na taj način mogu da donesu informisanu odluku o proizvodu.

Kada je reč o uzgajanju životinja za proizvodnju mesa, junad se u domaćoj proizvodnji uzgajaju u režimu slobodnog tova – slobodno kretanje u objektu i slobodno kretanje po pašnjaku.

Iz domaće proizvodnje potiče 100% junadi. U 2019. godini 89% junadi uzgojeno je slobodnim kretanjem u objektu, a 11% slobodnim kretanjem po pašnjaku. U 2020. godini 93% junadi uzgojeno je slobodnim kretanjem u objektu, a 7% slobodnim kretanjem po pašnjaku.

Svinje za proizvodnju svinjskog mesa uzgajaju se u zatvorenom, pokrivenom objektu, sa rešetkastim podom i automatskim hranjenjem, a pilići u podnom uzgoju.

Naši proizvođači se pridržavaju zakonski propisanih odredbi kako bi ispunili minimum zahteva u pogledu dobrobiti životinja, i tokom 2019. i 2020. nisu zabeležene neusaglašenosti sa ovim propisima.







ZA BOLJE  
SUTRA

# 6. Lanac nabavke





## Lanac nabavke



Lidl svoje proizvode nabavlja od dobavljača širom sveta. Samim tim, značajan deo naših društvenih i ekoloških uticaja ostvaruje se kroz lanac nabavke. **Strateškim pristupom održivosti u globalnom lancu nabavke**, želimo da doprinesemo prevazilaženju globalnih izazova u oblastima ljudskih prava i zaštite životne sredine, pronalaženju održivih poboljšanja i dugoročnih rešenja, kroz formiranje održivijeg i pravednijeg asortimana proizvoda, koji može doprineti dobrobiti i potrošača, ljudi koji rade u našem lancu snabdevanja i planete.

U okviru našeg asortimana, posebno kroz proizvode pod Lidl brendom direktno utičemo da, zajedno sa dobavljačima, postignemo odgovorniji način proizvodnje. Kako bismo znali sve o poreklu i načinu proizvodnje naših proizvoda, važno je da mi iz Lidla dobro poznajemo poslovne partnere, a to je ujedno i ono o čemu i naši potrošači u sve većoj meri žele da budu informisani.



## Dan dobavljača – saradnja sa domaćim proizvođačima

U saradnji sa Privrednom komorom Srbije (PKS), u septembru 2019. godine organizovali smo „**Dan dobavljača**“, na kome su zainteresovanim domaćim proizvođačima voća i povrća predstavljene mogućnosti uključivanja u naš lanac.

Potencijalnim dobavljačima predstavljeni su očekivani uslovi, standardi kvaliteta i proces selekcije kojima se Lidl Srbija rukovodi prilikom izbora partnera. Istom prilikom, lokalni dobavljači su tokom direktnih razgovora kompaniji predstavili asortiman, količine i način proizvodnje.

Budući da su nam kvalitet i svežina proizvoda na prvom mestu, zadatak sektora nabavke je da upozna potencijalne dobavljače od kojih uvek zahtevamo ispunjavanje standarda, te zato sagledavamo način njihove proizvodnje. Svakako težimo da ponudimo i domaće proizvode, čime ne samo da izlazimo u susret potrebama potrošača, već i podržavamo razvoj srpske privrede.





# Lanac nabavke

Za primenu usvojenih principa društvene odgovornosti u lancu nabavke, u kompaniji Lidl Srbija zadužena je direkcija **Nabavke**, uz kontinuiranu razmenu informacija sa drugim relevantnim odeljenjima. Pored toga, eksterni stručnjaci savetuju i daju podršku kompaniji za realizaciju i sprovođenje mera društvene i ekološke odgovornosti.

Naš pristup ovoj temi definisan je u dokumentu **Izjava o namerama - Društvena odgovornost u pogledu zaštite ljudskih prava i životne sredine u procesu nabavke**, koji je odobrilo rukovodstvo kompanije Lidl Srbija, kao i Kodeksu ponašanja, koji je sastavni deo ugovora sa dobavljačima, a čija je osnovna namena da formuliše načela za saradnju sa našim poslovnim partnerima i da kroz ta načela naglasi važnost socijalnih i ekoloških standarda održivosti u čitavom lancu snabdevanja.\*

Ova dva dokumenta, kao i naš pristup u celini, temelje se na sledećim međunarodnim konvencijama i sporazumima:

- Univerzalna deklaracija o ljudskim pravima
- Globalni dogovor Ujedinjenih nacija (UNGC)
- Osnovna načela UN za ekonomiju i ljudska prava
- Konvencija UN o pravima deteta
- Konvencija UN o pravima žena - WEP
- OECD Smernice za multinacionalna preduzeća
- Osnovni standardi rada Međunarodne organizacije rada (ILO)
- Pariski sporazum o klimatskim promenama

\* GRI103 za materijalnu temu pravedna naknada

## LIDL SRBIJA

### Generalni direktor

Odgovoran za osiguravanje ispunjenja društvene odgovornosti (uključujući poštovanje ljudskih prava i posledice na životnu sredinu)

### Rukovodstvo nabavke

Odgovorno za implementaciju strategije za ispunjenje društvene odgovornosti u nabavci na nacionalnom nivou

### CSR i direkcije Nabavke

Omogućava realizaciju strategije i integraciju u sistem donošenja odluka u nabavci na nacionalnom nivou.



## Lanac nabavke



Pri identifikaciji prioritetnih tema, uzeli smo u obzir očekivanja naših potrošača i zajednice, kao i prioritetne teme stručnih organizacija, pravni okvir i relevantna naučna saznanja. Takođe, uzeli smo u obzir kakav uticaj kao kompanija možemo da imamo oblikovanjem našeg lanca nabavke.

Kroz ove aspekte, identifikovali smo **ključne oblasti** koje su od značaja za našu oblast poslovanja, a tiču se postojećih i budućih izazova. U okviru stvaranja održivog lanca nabavke u kompaniji Lidl to su: **klimatske promene, voda, cirkularna ekonomija, ljudska prava, prirodni resursi, biodiverzitet i odgovorni proizvodi.**

Konstantno procenjujemo rizike u procesu proizvodnje naših privatnih robnih marki, u odnosu na oblasti delovanja koje smo identifikovali kao ključne. Time nastojimo da obezbedimo **merljivost ekonomskih, ekoloških i socijalnih rizika**, kako bismo pored direktnih rizika u našem poslovanju mogli da procenimo i preuzmemo odgovarajuće mere u celokupnom lancu nabavke.

Kako bismo izvršili i kvantitativnu ocenu rizika i realnog uticaja, ustanovili smo kriterijume i indikatore ocenjivanja unutar pojedinačnih oblasti delovanja. Ovi faktori nam pomažu da postignemo merljivost i uporedivost određenih rizika: na primer, klimatski rizici se ocenjuju na osnovu utvrđene emisije gasova sa efektom staklene bašte koji nastaju u lancu nabavke, rizik gubitka biodiverziteta ocenjuje se usled mogućnosti izumiranja određenih vrsta u okviru proizvodnje određenih proizvoda. Na osnovu ovih faktora i određenog obima nabavke, izrađujemo model za identifikaciju posebno



rizičnih lanaca nabavke i utvrđujemo u kom delu postoje najveći rizici po radnike i male proizvođače, kao i gde imamo najveći uticaj.

Kada se rizici specifični za nabavku određene vrste sirovina ustanove i procene, o njima se diskutuje sa sektorima zaduženim za nabavku u datim zemljama, kao i sa strateškim dobavljačima. Rezultat ovih konsultacija su naše izjave o namerama, koje su obavezujuće, kako za direkciju Nabavke, tako i za sve naše dobavljače, i koje su dostupne na našoj internet stranici.

Od svojih partnera zahtevamo **dosledno sprovođenje mera prevencije, minimizacije i mitigacije rizika.** To podrazumeva i kontrolu i ocenu naših dobavljača na osnovu kriterijuma društvene odgovornosti, kao i **sprovođenje nezavisnih revizija.**

Vršimo stalnu proveru i poboljšanje delotvornosti preduzetih mera. U ovome nam pomaže stalni dijalog koji vodimo sa našim zainteresovanim stranama, kao i stručnost naših partnera, dobavljača i nevladinih organizacija. Osim toga, CSR menadžment na nivou nabavke prati ovaj proces i redovno izveštava o njemu.

U slučaju kršenja standarda na koje se dobavljači obavezuju kroz **Kodeks ponašanja**, poslovnom partneru se može dati razuman rok za preduzimanje korektivnih mera ili, ukoliko to nije moguće zbog prirode dela, može mu se izdati upozorenje. U slučaju ponovljenih ili ozbiljnih kršenja, ugovorni odnos se može raskinuti bez najave, čak i bez davanja roka ili upozorenja. Tokom poslovne 2019. i 2020. godine u Lidlu Srbija nije bilo



## Lanac nabavke

slučajeva raskidanja saradnje sa dobavljačima po ovom osnovu. Ukoliko poslovni partner propusti rok i ne preduzme korektivne mere ili ako ponovo dođe do kršenja odredbi, ugovorni odnos se može bez najave raskinuti.

U ovom procesu, funkcionalan i efikasan sistem žalbi i mera podrške igra važnu ulogu: svako ko primeti potencijalno kršenje načela ili je sam žrtva istog, mora imati mogućnost da to i prijavi. Uvereni smo da odgovarajući sistem žalbi može pomoći da se problemi blagovremeno prepoznaju, i kršenja socijalnih i ekoloških standarda smanje. Sa tim ciljem, **Lidl Srbija omogućava prijavu slučajeva kršenja ljudskih prava, kao i ugrožavanje životne sredine putem kompanijskog sistema za onlajn prijave.** Poverenik za Compliance pitanja obrađuje sve prispele prijave nezavisno. Sistem onlajn prijave je aplikacija koja može da se koristi sa svakog uređaja koji ima pristup internetu, i to preko sledećeg linka: [Online-Sistem prijave](#). Obaveza prijavljivanja i mehanizam žalbi takođe su opisani u Kodeksu ponašanja.



## 6.1. Zaštita životne sredine u lancu nabavke

Lidlovim Kodeksom ponašanja, dobavljači se obavezuju na poštovanje nacionalnih i ostalih merodavnih zakona i propisa koji se tiču zaštite životne sredine, tretmana otpada, kontrole emisija štetnih gasova i zaštite voda, kao i postupanja sa opasnim materijama, što se naročito odnosi na njihovo skladištenje, rukovanje i odlaganje u formi otpada, kao i na obezbeđivanje adekvatne obuke za rukovanje opasnim materijama i supstancama.

Kao rezultat sveobuhvatne procene rizika u asortimanu naših privatnih robnih marki, opisane u prethodnom odeljku, identifikovali smo sledeće ekološke rizike u lancu nabavke:

TEMA	IDENTIFIKOVANI RIZICI
<b>Biodiverzitet</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Gubitak funkcije eko-sistema i biodiverziteta</li></ul>
<b>Klima</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Negativni efekti klimatskih promena</li></ul>
<b>Korišćenje zemljišta i krčenje šuma</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Krčenje šuma u svrhe drugačije upotrebe zemljišta</li><li>• Gubitak staništa</li></ul>
<b>Voda</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nestašice vode i nedovoljan pristup vodosnabdevanju</li><li>• Zagađenje voda</li></ul>





## 6.1.1 Cirkularna ekonomija

Zbog samog načina na koji je organizovan naš lanac vrednosti, Lidl Srbija ima veću potrebu za upotrebom zaštitnih pakovanja u svom poslovanju, u odnosu na, na primer, tradicionalne bakalnice i pijace. Veća upotreba ambalaže znači i veći uticaj na životnu sredinu, te stoga nastojimo da odgovornim pristupom i uvođenjem inovacija svedemo naše uticaje na najmanju moguću meru.

Jedan od koraka u tom pravcu je **zajednička internacionalna strategija kompanija Schwarz Grupe - REset Plastic**, kojoj se priključila i Lidl Srbija. Plastika ima važnu funkciju u trgovini prehrambenim proizvodima, i u maloprodaji uopšte: ona je istovremeno robusna i laka, štiti hranu tokom transporta i igra važnu ulogu u osiguranju roka trajanja i higijene. Međutim, njena masovna upotreba, uz kratak upotrebni vek, i gotovo neograničeno trajanje u prirodi, učinili su zagađenje plastikom jednim od najvećih problema današnjice.

Naše delovanje je zato usmereno na umanjeње količine nove plastike, povećavanje udela reciklata u novim ambalažama, prilagođavanja ambalaže kako bi iziskivala manje resursa, i samu reciklažu na kraju životnog ciklusa proizvoda. Kompanije Lidl grupe su na međunarodnom nivou, postavile cilj da do 2025. godine smanje upotrebu plastike za 30%, kao i da 100% ambalaže za našu robnu marku bude od materijala koji se u najvećoj meri mogu reciklirati. U duhu cirkularnog pristupa ekonomiji, sledimo viziju sa motom "**Manje plastike - zatvoreni ciklusi proizvodnje**".



Kako jednostavno rešenje za temu plastike ne postoji, uveli smo pet polja delovanja kroz koja joj sveobuhvatno pristupamo:

**REduce** - Plastikou izbegavamo gde god je to moguće i održivo.

**REdesign** - Naše proizvode i ambalaže dizajniramo na način da mogu da se recikliraju i da možemo da zatvorimo cikluse proizvodnje.

**REcycle** - Prikupljamo, sortiramo i recikliramo plastiku i zatvaramo životne cikluse materijala.

**REmove** - Pružamo podršku pri uklanjanju otpada od plastike iz životne sredine.

**REsearch** - Kako bismo došli do inovativnih rešenja, investiramo u istraživanja i razvoj i informišemo širu javnost o reciklaži i očuvanju resursa.



## Lanac nabavke



Sa ciljem smanjenja upotrebe jednokratne plastike, Lidl Srbija je iz svog asortimana izbacio plastične čaše i plastični pribor za ručavanje, a umesto plastičnih drški štapića za uši naših brendova „Cien“ i „Lupilu“, u ponudi se nalaze štapići sa papirnim drškama. Takođe, u Lidl prodavnicama se sada mogu pronaći i višekratne vrećice za voće i povrće, kao alternativa plastičnim kesama.

Ambalaža određenih proizvoda iz asortimana orašastih plodova i sušenog voća brenda „Alesto“ smanjena je za oko 20%, dok se u samoj kesici nalazi ista količina proizvoda. Na taj način ne samo da se štedi upotreba ambalažnog materijala, već se smanjuje i emisija CO<sub>2</sub>, jer je zbog manje ambalaže na jednoj paleti moguće transportovati više pakovanja. Ovi proizvodi imaju jasnu oznaku o smanjenju ambalaže.



## Patike od recikliranog materijala u Lidlovoj ponudi

U skladu sa ciljem **smanjenja upotrebe plastike i povećanom upotrebom recikliranih materijala** Lidl Srbija je u svoju kratkotrajnu ponudu uvrstila patike Lidl Brenda Crivit **proizvedene od reciklirane plastike prikupljene na plažama i morskim obalnim područjima, takozvane Ocean Bound Plastic.**

Posebnost i ekološka prihvatljivost ovih patika ogleda se u činjenici da se spoljašnji tekstilni materijal, koji čini oko 20% ukupno upotrebljenog materijala, sastoji od reciklirane plastike. Čak 25% udela ovog recikliranog materijala koji se koristi za izradu ovih patika je zapravo plastika skupljena u prirodi, u blizini okeana, na plažama, obalnim područjima ili dokovima u Kini, a koja bi brzo završila u vodi da nije upotrebljena na ovaj način. Preostalih 75% materijala se sastoji od sakupljenih i recikliranih PET boca kroz redovne tokove.

**Uspešnim korišćenjem reciklirane PET boce u ekološke svrhe nastala je ova visokokvalitetna obuća.** Reciklirani materijal je podjednako čvrst, vodootporan i prozračan, pa naši potrošači mogu računati na kvalitet na koji su navikli po Lidl cenama, a ujedno noseći ovakvu obuću doprinose smanjenju zagađenja prirode, posebno mora i okeana.



## Lanac nabavke



## Mikroplastika

**Mikroplastika** je jedan od aspekata društvene debate o plastici. Kompanija Lidl intenzivno se bavi ovom temom od 2015. godine i stava smo, da je smanjenje emisije mikroplastike, nezavisno od izvora, od velikog značaja. Do sada ne postoji zakonska regulativa kako u Republici Srbiji, tako ni na evropskom nivou kojom se zabranjuje upotreba mikroplastike u kozmetičkim proizvodima. Otuda potreba zalaganja za jedinstveni evropski pravni okvir, kojim bi se jasno definisala pozicija prema mikroplastici.

Zajedno sa dobavljačima kozmetičkih proizvoda i sredstava za ličnu higijenu, **Lidl se obavezao da iz upotrebe izbaci mikroplastiku u kozmetičkim proizvodima privatne robne marke do 2021. godine, pod uslovom da odricanje od upotrebe sintetičkih polimera ne dovodi do značajnog ograničenja upotrebljivosti i/ili sigurnosti proizvoda.**

Kako bi Lidlovi kupci na prvi pogled mogli da prepoznaju koji su proizvodi prema formuli bez mikroplastike, Lidl je **uveo pečat „receptura bez mikroplastike“** za proizvode iz grupe kozmetike i sredstava za ličnu higijenu. Mnogi proizvodi iz ove grupe već ne sadrže mikroplastiku, pa se pečatom značajno povećava transparentnost prema kupcima.



ZA BOLJE  
SUTRA



## 6.2. Ljudska prava u lancu nabavke

Struktura vrednosti u maloprodajnim lancima i proizvodnji prehrambenih proizvoda postaje sve složenija, a u nju su uključeni akteri i kompanije iz velikog broja zemalja. U ovakvom globalizovanom lancu nabavke, rastu i izazovi povezani sa poštovanjem ljudskih prava. Ovi rizici, koji uključuju teme poput bezbednosti i zdravlja na radu, slobode udruživanja, nediskriminacije i adekvatne naknade za rad, često imaju veoma kompleksne uzroke i zahtevaju sistemska rešenja. Lidl sarađuje sa državnim institucijama, drugim kompanijama, dobavljačima i organizacijama civilnog društva, **dajući aktivan doprinos kreiranju pravednijeg društva i boljeg položaja za radnike širom sveta.**

Sveobuhvatnom procenom rizika u asortimanu naših privatnih robnih marki, identifikovali smo sledeće socijalne rizike u lancu nabavke:

TEMA	IDENTIFIKOVANI RIZICI
<b>Dečiji rad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zapošljavanje dece školskog uzrasta i zapošljavanje u uslovima koji su rizični za zdravlje</li> </ul>
<b>Prinudni rad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trgovina ljudima, prinuda, pretnje</li> <li>Neisplaćivanje naknada za rad</li> <li>Stvaranje dugova, npr. usled visokih nadoknada za posredovanje pri zapošljavanju</li> </ul>
<b>Nedovoljna prava zaposlenih</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Naknade za rad koje su ispod egzistencijalnog minimuma</li> <li>Štetni efekti po zdravlje usled nedostatka zaštite na radu</li> <li>Ograničavanje prava na udruživanje</li> <li>Nehumano radno vreme</li> <li>Diskriminacija, uznemiravanje ili zlostavljanje na radnom mestu</li> </ul>
<b>Diskriminacija</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Svaka razlika, isključivanje ili davanje prednosti na osnovu pola, religije, boje kože ili porekla, a koja za posledicu ima nejednak tretman ili povredu prava radnika</li> </ul>



## Lanac nabavke



Lidlovim **Kodeksom ponašanja za dobavljače** izričito su zabranjeni svi vidovi prinudnog rada i nehumanog postupanja sa zaposlenima, kao i pretnja takvim postupanjem. Takođe, zabranjuje se dečiji rad i propisuje obaveza zaštite maloletnika, u skladu sa nacionalnim propisima i međunarodnim standardima. Lidl Srbija je član i Globalnog dogovora Ujedinjenih nacija, čime se takođe obavezao na nultu toleranciju u odnosu na dečiji i prinudni rad.

Svi ostali identifikovani rizici, odnosno obaveze dobavljača da ih aktivno sprečavaju, minimizuju i sankcionišu takođe su obuhvaćene Kodeksom ponašanja. Pored prihvatanja Kodeksa koji je sastavni deo ugovora, dobavljači su periodično i predmet revizija i sertifikacija, koje sprovode nezavisne stručne organizacije. Na internacionalnom nivou, na primer, za naše dobavljače prehrambenih proizvoda kompanija sprovodi **SEDEX** socijalne audite koji su zasnovani na analizi rizika, sa ciljem kontrole i stalnog poboljšavanja uslova rada.

U okviru audita, koji mogu trajati po nekoliko dana, nezavisni revizori na licu mesta proveravaju da li su ispoštovane mere zdravstvene zaštite, zakonskog radnog vremena, prava zaposlenih, kao i druge aspekte. U oblasti nabavke voća i povrća saradujemo sa organizacijom **GLOBALG.A.P.** koristeći njihov GRASP modul za proveru socijalnih kriterijuma. Ovaj način ocenjivanja nam omogućava da sve poljoprivredne proizvođače ocenjujemo na osnovu principijelnih socijalnih indikatora. I u sektoru neprehrane redovno vršimo provere socijalnih standarda i sprovodimo godišnje nezavisne **BSCI** i **SA8000** socijalne audite kod svih proizvođača naših privatnih robnih marki u rizičnim zemljama, na osnovu ocene rizika najnovijih Amfori klasifikacija rizika. Rezultate ovih audita sistemski analiziramo i na osnovu njih donosimo



## Lanac nabavke

odgovarajuće odluke u vezi sa nabavkom. S obzirom da se ova vrsta audita sprovodi u lancima nabavke koji su ocenjeni kao visokorizični, u pogledu vrste sirovina i zemlje porekla, nacionalni dobavljači u Srbiji nisu do sada bili predmet eksternih socijalnih audita.

Sa ciljem podizanja nivoa transparentnosti lancu nabavke, naša kompanija je na svom veb sajtu objavila listu dobavljača neprehrambenih kategorija proizvoda, i na ovaj način obezbedila da potrošači, ali i druge relevantne organizacije mogu da budu upućeni i informisani o primeni i poštovanju standarda iz oblasti ljudskih prava i ekologije u njihovom poslovanju.

Lidl Srbija sprovodi **redovne provere i aktivnih i potencijalnih partnera**, koji uključuje kriterijume vezane za ljudska i radna prava. Dodatno, predmet provere su transakcioni rizici, rizici povezani sa prethodnim poslovanjem i licima, rizici povezani sa zemljom poslovanja ili sedišta i rizici povezani sa proizvodima i sa tržištem. Svaki dobavljač će biti podvrgnut takvoj vrsti provere pre započinjanja saradnje, a najkasnije pre zaključenja ugovora. Provera poslovnih partnera se nakon toga sprovodi svake 3 godine ili ranije u slučaju saznanja o potencijalnim rizicima. Pored toga, u slučaju da prilikom saradnje sa dobavljačem dolazi do obrade podataka o ličnosti, Lidl Srbija vrši detaljnu proveru dobavljača u domenu zaštite podataka. Ujedno se zaključuje ugovor o prenosu podataka koji detaljno reguliše obavezne mere koje dobavljač mora primeniti, kao i pravo Lidl Srbije da u svako doba te mere može proveriti.



### 6.2.1 Bezbednost i zdravlje na radu u lancu nabavke

Prema osnovnim standardima rada MOR-a, zdravlje i bezbednost na radu su osnovno pravo svih zaposlenih. Poljoprivreda i tekstilna industrija, iz kojih potiče većina Lidlovog asortimana, ubrajaju se sektore sa najvećim rizicima po bezbednost i zdravlje, i stoga je ova tema u lancu dobavljača za nas od izuzetne važnosti. Zdravstveni rizici u ovim industrijama postoje, između ostalog, zbog nezaštićenog ili neobučenog rukovanja štetnim sredstvima za zaštitu bilja ili bojama za tekstil, kao i opasnim alatima. Lidl je identifikovao sledeće lance snabdevanja sirovinama i proizvodima kao naročito kritične u pogledu zaštite na radu: tekstil, pamuk, celuloza, hardver i elektronika, voće i povrće, riba.

Da bismo proverili bezbednost na radu kod naših dobavljača, **vršimo redovne revizije i obavezujemo naše dobavljače da garantuju bezbednost na radu u okviru našeg Kodeksa ponašanja**. Prema Kodeksu,





## Lanac nabavke



dobavljač je dužan da osigura bezbedno radno okruženje. Radna mesta i radne prostorije moraju ispunjavati zakonom propisane uslove. Bilo kakvo kršenje osnovnih ljudskih prava na radnom mestu i u radnim prostorijama je zabranjeno. Osim toga, moraju se poštovati pravila zaštite od požara i zbrinjavanja u hitnom slučaju.

Naročito mladi ne treba da budu izloženi okolnostima koje su opasne, nebezbedne ili nezdrave, odnosno koje ugrožavaju njihovo zdravlje i razvoj. Zaposlene treba redovno obučavati o zdravstvenoj zaštiti i bezbednosti na radnom mestu. Pored toga, na radnim mestima se mora obezbediti odgovarajući nivo higijene. Ukoliko dobavljač zaposlenima obezbeđuje smeštaj, za uslove smeštaja važe ista pravila.

Dobavljač je dužan da odredi Poverenika za zdravstvenu zaštitu i bezbednost zaposlenih koji će biti odgovoran za implementaciju i poštovanje zdravstvenih i bezbednosnih standarda na radnom mestu.

Kada je reč o zaposlenima drugih kompanija, a čiji se rad odvija u prostorijama Lidla Srbija, u skladu sa domaćim zakonodavstvom, svako ko se zatekne u prostoru koji je u vlasništvu Lidl Srbija ima pravo na bezbedan rad i boravak. U slučajevima u kojima oni dele radni prostor sa zaposlenima Lidla Srbija, predviđeno je sklapanje Sporazuma o bezbednosti na radu, kojim se regulišu prava, obaveze i odgovornosti svih učesnika, ili formular kojim obaveštavamo zaposlene druge kompanije o opasnostima, rizicima i važećim merama u našim objektima. Tokom poslovne 2019. i 2020. godine nisu zabeleženi slučajevi povreda na radu zaposlenih u drugim kompanijama, čiji se rad odvija u prostoru Lidl Srbija.





ZA BOLJE  
SUTRA

# 7. Lidllovo poslovanje i procesi





# Lidlovo poslovanje i procesi



U našem Lidl modelu odgovornosti, kompanija, kao treća karika u lancu vrednosti, upućuje na direktnu odgovornost Lidl-a za sopstvene procese i aktivnosti, nekretnine, infrastrukturu i zaposlene. Ovom karikom lanca vrednosti obuhvaćene su dve oblasti: **upravljanje uticajima na životnu sredinu i odgovornost prema zaposlenima.**



## 7.1 Upravljanje zaštitom životne sredine

S obzirom da naše prodavnice podrazumevaju ekstenzivnu izgradnju, održavanje objekata, transport, i druge aktivnosti koje ostvaruju značajne uticaje na životnu sredinu, naš cilj u ovoj oblasti je kontinuirano smanjenje uticaja, poboljšanjem procesa i ulaganjem u inovacije. Prilikom identifikovanja materijalnih tema za Lidl Srbija, **kao najvažnije teme u ovoj oblasti izdvojile su se Odgovorno upravljanje resursima i Planiranje i gradnja.**

### 7.1.1. Odgovorno upravljanje resursima

Odgovorno upravljanje resursima u kontekstu našeg poslovanja odnosi se na smanjenje potrošnje vode, unapređenje kvaliteta otpadnih voda, smanjenje i recikliranje generisanog otpada.

Prilikom planiranja i izgradnje objekata, vodi se računa o implementaciji sistema i opreme koji omogućavaju i unapređuju adekvatno korišćenje vode, kao i njenu dalju obradu i vraćanje u javne sisteme. Ovo podrazumeva:

- Primenu opreme i sistema koja omogućavaju kontrolisano korišćenje, i sprečavaju neadekvatnu i prekomernu eksploataciju (smanjenje potrošnje);
- Primenu opreme i sistema koji omogućavaju adekvatno, primereno i kontrolisano vraćanje vode u javne sisteme (sprečavanje povratka zagađene vode u sistem);





## Lidlovo poslovanje i procesi



- Primenu sistema koji omogućavaju korišćenje prirodnih resursa bez većih ulaganja i ugrožavanja eksploatacije (korišćenje tzv „sive“ vode, kišnice, itd.)

Načelno, 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, kao i za zalivanje zelenih površina. Isti sistem se odnosi i na 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.

Prilikom opremanja objekata koriste se **oprema i materijali visokog kvaliteta i performansi** (smanjen rizik od havarije, kontrolisano korišćenje), optimizirani sistemi (smanjeni troškovi tokom upotrebe), uz stručno planiranje zelenih površina, sa pratećim sistemima za kontrolisano zalivanje i detaljnom analizom lokalnih specifičnosti.

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.



Povećanje potrošnje vode može se objasniti većim brojem prodavnica otvorenih 2020. godine.

TEMA	2019.	2020.
Ukupna zapremina crpljene vode u našim objektima*	108.205 m <sup>3</sup>	155.203 m <sup>3</sup>

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

Posebna pažnja se posvećuje korišćenju sistema za prečišćavanje, kako bi se sprečilo ispuštanje neadekvatnih materija u javni sistem odvodnjavanja. 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.



# Lidlovo poslovanje i procesi



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.

**Upravljanje otpadom je u nadležnosti sektora Logistike**, koji dnevno prikuplja podatke o akumuliranom otpadu, sprovodi sortiranje i mesečnu isporuku operaterima ovlašćenim za zbrinjavanje, sprovodi obuke zaposlenih za adekvatno postupanje sa otpadom, i saraduje sa Prodajom u vezi sa postupanjem sa otpadom u prodavnicama.

Primarno sortiranje otpada sprovodi se u prodajnim objektima i skladištu. Sa ciljem podizanja svesti o važnosti sortiranja otpada, potrošači takođe imaju mogućnost odlaganja otpadnih baterija na ulazima u Lidl prodavnice.

Sve aktivnosti u oblasti upravljanja otpadom sprovode se u saradnji sa kompanijom PreZero, takođe članicom Schwarz Grupe. PreZero Lidlu pruža savetodavnu podršku pri upravljanju otpadom, kao i pri uvođenju inovacija u oblastima recikliranja, upravljanja energijom i logističkih rešenja. **Bogato iskustvo i inovativna rešenja PreZero-a omogućavaju nam optimalno korišćenje potencijala za unapređenja i poboljšanja.** Lidl u Srbiji saraduje sa lokalnim operaterima za zbrinjavanje otpada, a pored zakonske regulative Republike Srbije, u ovoj oblasti se rukovodimo i standardima koje je definisao PreZero. PreZero takođe propisuje listu kriterijuma koje operateri za zbrinjavanje moraju da ispune, a dodatna kontrola sprovodi se i revizijskim posetama na mestu zbrinjavanja.

GENERISAN OTPAD (T)	2019.	2020.
Papirni otpad	5.876,0	8.917,5
Organski otpad	4.488,0	5.573,6
PET	-	0,8
Plastika	334,0	469,0
Drvo	1.185,0	1.086,8
Tekstil	12,0	20,8
Komunalni otpad	447,0	681,8
Staklo	0,4	0,5
Metalni otpad	11,0	118,1
Opasan otpad	41,0	71,0
<b>Generisan otpad ukupno</b>	<b>12.394,4</b>	<b>16.939,9</b>

Porast otpada može se objasniti otvaranjem novih prodavnica u 2020. godini. Povećanje količine reciklabilnog materijala u 2020. godini posledica je otvaranja novih prodavnica. Porast recikliranog materijala je takođe vidljiv od 2019. do 2020. godine, uglavnom zbog povećanih kapaciteta kompanija koje zbrinjavaju otpad, ali i zbog poboljšanog odvajanja reciklažnih materijala.



## Lidlovo poslovanje i procesi



RECIKLIRAN OTPAD (T)	2019.	2020.
Neopasan otpad	6.410	10.989
Opasan otpad	19	61

RECIKLIRAN OTPAD (%)	2019.	2020.
Udeo recikliranog opasnog otpada u ukupnoj količini nastalog opasnog otpada	46%	86%
Udeo recikliranog neopasnog otpada u ukupnoj količini nastalog neopasnog otpada	52%	65%
Udeo recikliranog otpada u ukupno nastalom otpadu	52%	65%

Povećanje količine recikliranog otpada posledica je povećanja količine generisanih materijala koji se mogu reciklirati. U 2020. godini beležimo porast obima reciklabilnih materijala, uglavnom zbog širenja mreže prodavnica.

### 7.1.2. Planiranje i gradnja

Prilikom gradnje svojih logističkih centara i prodavnica, Lidl Srbija veliku pažnju pridaje primeni kriterijuma održivosti. Značaj ove teme utoliko je veći za Lidl Srbija, imajući u vidu da smo u Srbiju došli kao greenfield



investicija, što znači da je pokretanje poslovanja u zemlji podrazumevalo ekstenzivnu izgradnju – pristup kompanije bio je da kupuje zemlju i gradi svoje objekte. Isto važi i za sadašnju fazu poslovanja – širenje prodajne mreže, koje podrazumeva stalnu gradnju novih prodavnica.

Za upravljanje ovom temom u kompaniji zadužena je funkcija Centralnih usluga, sektor Nekretnine. Kompanijsko načelo kojim se vodimo u upravljanju temom planiranja i gradnje glasi „**U segmentu životne sredine postupamo uz svesnu odgovornost, zato što naš zahtev prema kvalitetu i efikasnosti trajno može da se ispuni samo u skladu sa očuvanom okolinom.**”

Smernice gradnje izrađuju se na osnovama koje je postavila kompanija Lidl na međunarodnom nivou. U ovim smernicama definisani su procesi, alati, materijali, sistemi i oprema koji ispunjavaju kriterijume održive gradnje. Naš fokus je na:

- Efikasnom korišćenju energije i resursa
- Proizvodnji i korišćenju obnovljive energije, tamo gde je to ekonomski opravdano

Svake godine se smernice gradnje prilagođavaju novim trendovima dugo-





## Lidlovo poslovanje i procesi



vorenim od strane kompanija Lidl grupe, dok se kontinuirano vrši provera i ažuriranje, praćenjem trendova i analiziranjem mogućnosti implementacije novih sistema i materijala.

Proces započinje još prilikom prvih konceptualnih rešenja, nastavlja tokom projektovanja i gradnje koja obuhvata nabavku i ugradnju savremenih materijala i opreme. 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)
- Implementacija sistema koji kontrolišu i vode rad objekata i vrše analizu trendova
- Adekvatno tretiranje zelenih površina i izbor rastinja koje je u skladu sa lokalnim uslovima (npr. rastinje koje ne zahteva održavanje i velike količine vode)

Uvođenjem **EDGE sertifikacije** koja ocenjuje pravilan izbor i korišćenje materijala i opreme, proverava se da li su ispoštovani zadati ciljevi. Tokom poslovne 2020. godine sertifikovano je 47 Lidl Srbija, a proces sertifikacije za nove prodavnice je u toku i obavljaće se u kontinuitetu.

Proces se završava obukom zaposlenih, kako onih operativno zaduženih za izgradnju, tako i zaposlenih koji će koristiti objekte, i biti zaduženi



za adekvatno i ispravno korišćenje ugrađene opreme kako bi se obezbedila sigurnost i efikasnost u primeni.





## Sertifikati za najviši standard u gradnji



Principi održive gradnje Lidl Srbija primenjeni su i prilikom izgradnje naše Upravne zgrade i Logističkog centra u Novoj Pazovi. **Logistički centar poseduje LEED Gold, a Upravna zgrada LEED Platinum sertifikat gradnje.**

Naš Logistički centar je po svojoj površini jedan od najvećih objekata u jugoistočnoj Evropi sa LEED Gold sertifikatom (Leadership in Energy and Environmental Design), jednim od najznačajnijih programa sertifikacije zelene gradnje. To znači da su prilikom gradnje poštovani principi održivosti - efikasna upotreba vode, smanjenje otpada kao i korišćenje održivih

građevinskih materijala. **Prema LEED sertifikatu, ušteda energije** na ovom Logističkom centru u odnosu na standardne objekte ovog formata iznosi **32%**; **potrošnja vode**, upotrebom posebne vrste slavina i tuševa, **manjuje se za 20%**, a koristi se i sistem kišne kanalizacije. Takođe, ovo je **prvi i jedini Logistički centar sa LEED Gold sertifikatom u Srbiji.**

Pored toga, Upravna zgrada naše kompanije prva je zgrada u Srbiji sa LEED Platinum sertifikatom. Ovim prestižnim sertifikatom potvrđuje se da je Upravna zgrada Lidla u Novoj Pazovi izgrađena na mestu gde su građevinski radovi najmanje uticali na ekosistem i vodene tokove, kao i da su upotrebljavani reciklirani i održivi materijali, sa ciljem da se smanji negativan uticaj na okolinu. Osim toga, ova zgrada ima efikasnu uštedu vode i toplotnu izolaciju, kao i instalaciju osvetljenja koje štedi električnu energiju.

LEED sertifikati uključuju nezavisnu procenu zelenih elemenata gradnje određenog objekta, a LEED Platinum je, u ovoj sistematizaciji, najviša ocena koja se može dobiti.



## Lidlovo poslovanje i procesi



### Upravljanje potrošnjom energije

Lidl Srbija je početkom 2020. godine uspostavila Tim za upravljanje energijom (EnMT), definisala svoju energetska politiku i postavila ispred sebe energetske ciljeve (planove, projekte). Ovi naponi rezultirali su ispunjavanjem uslova za dobijanje **sertifikata ISO 50001**, na kraju 2020. godine.

Sertifikat ISO 50001 podrazumeva uspostavljanje i upravljanje sistemom potrošnje energije, energenata i jačanje poslovanja kroz unapređenje energetske efikasnosti u svim domenima delovanja naše kompanije.

Potrošnja električne energije 2019.	Potrošnja električne energije 2020.
93.459,74 GJ / 25.961.040 kWh	115.547,62 GJ / 32.096.561 kWh
Energetski intenzitet* 2019.	Energetski intenzitet* 2020.
31,4 kWh/m <sup>2</sup> /mesec	32,8 kWh/m <sup>2</sup> /mesec

\*utrošena električna energija u prodavnicama, po m<sup>2</sup> prodajnog prostora

S obzirom da je kompanija Lidl Srbija u fazi ekspanzije, odnosno širenja prodajne mreže i stalnog povećanja broja prodavnica, smanjenje ukupne potrošnje energije nije moguće, dok se na nivou pojedinačnih objekata primenjuju sve predviđene mere za smanjenje potrošnje.

Sistem upravljanja energijom podrazumeva stalni razvoj, a mi ćemo nastaviti da ga kontinuirano unapređujemo. Neki od glavnih zadataka koje smo postavili za



budućnost su dostupnost i kvalitet prikupljenih podataka o potrošnji energije koju ostvarujemo, i optimizacija potrošnje energije u svim našim objektima, sa ciljem smanjenja ukupne potrošnje.

### Klima

Klimatske promene predstavljaju važnu i složenu globalnu temu, koja sa svakim danom dobija na značaju i postaje fokus sve većeg broja ljudi. Zbog načina na koje one utiču na naše živote, udruženi naponi svih – vlada, kompanija i naučne zajednice su neophodni kako bi se uticaji na klimu smanjili, a posledice klimatskih promena ublažile.

Klimatske promene stavljaju naše društvo pred ogromne izazove i čine akciju na svim nivoima društva od suštinskog značaja. Kao deo Švarc grupe, Lidl ima za cilj da zadrži uticaj klimatskih promena na što nižim mogućim nivoima i da konstantno minimizira emisije gasova staklene bašte. Da bismo to postigli, pridržavamo se sledeća tri principa:

- Gde god je to moguće, izbegavamo stvaranje emisije gasova staklene bašte.
- Smanjujemo emisije gasova staklene bašte koje ne možemo da izbegnemo.
- Na osnovu međunarodno priznatih standarda kompenzujemo operativne emisije gasova staklene bašte (Scope 1 i 2), koje do sada nismo uspeli da izbegnemo ili smanjimo.





# Lidlovo poslovanje i procesi



Kao deo naše klimatske strategije za celu grupu, zvanično smo se pridružili Inicijativi za ciljeve zasnovane na nauci (SBTi) u avgustu 2020. Nakon kompletnog klimatskog bilansa i analize CO<sub>2</sub> otiska, postavljeni su ciljevi zaštite klime prema metodologiji SBTi i potkrepljeni merama za smanjenje, izbegavanje ili kompenzaciju emisija CO<sub>2</sub> u kompaniji i lancu snabdevanja. Ove naučno zasnovane ciljeve potvrdio je i odobrio SBTi u septembru 2021.

Kada je reč o sopstvenim operacijama, Lidl nastoji da **odgovornim pristupom potrošnji resursa, kao i ulaganjem u energetska efikasnost, umanjiti svoje uticaje**, koji nastaju pre svega korišćenjem električne energije, zatim

	2019.	2020.
Ukupne direktne emisije gasova staklene bašte (Scope 1)	1.075,72 (tCO <sub>2</sub> e)	1.198,65 (tCO <sub>2</sub> e)
Ukupne indirektno emisije gasova staklene bašte na lokaciji (Scope 2)	20.417,12 (tCO <sub>2</sub> e)	16.914,88 (tCO <sub>2</sub> e)
Ostale indirektno emisije gasova staklene bašte (Scope 3)	575.814,97 (tCO <sub>2</sub> e)	871.064,06 (tCO <sub>2</sub> e)

	2019.	2020.
Intenzitet direktnih emisija gasova staklene bašte (Scope 1)*	0,024 tCO <sub>2</sub> e/m <sup>2</sup>	0,020 tCO <sub>2</sub> e/m <sup>2</sup>
Intenzitet indirektnih emisija gasova staklene bašte na lokaciji (Scope 2)*	0,464 tCO <sub>2</sub> e/m <sup>2</sup>	0,281 tCO <sub>2</sub> e/m <sup>2</sup>
Intenzitet ostalih indirektnih emisija gasova staklene bašte (Scope 3)	13,092 tCO <sub>2</sub> e/m <sup>2</sup>	14,465 tCO <sub>2</sub> e/m <sup>2</sup>

\*emisije Scope 1 i 2, po m<sup>2</sup> prodajnog prostora

kroz poslovna putovanja i prevoz zaposlenih, i upotrebu rashladnih uređaja u prodavnicama.

Ukupne direktne emisije gasova staklene bašte uključuju:

- CO<sub>2</sub> iz potrošnje benzina i dizel goriva. Potrošnja se utvrđuje na osnovu računa dobavljača.
- CO<sub>2</sub>, C<sub>2</sub>HF<sub>5</sub> – C<sub>2</sub>H<sub>3</sub>F<sub>3</sub> – C<sub>2</sub>H<sub>2</sub>F<sub>4</sub>, C<sub>3</sub>H<sub>8</sub> (2019.) i CH<sub>2</sub>F<sub>2</sub>, C<sub>3</sub>H<sub>8</sub>, CH<sub>2</sub>F<sub>2</sub> – C<sub>2</sub>HF<sub>5</sub>, NH<sub>3</sub> (2020.) iz potrošnje fluida za rashladu. Fluidi za rashladu koriste se u sistemima grejanja/hlađenja objekata, kao i rashladnoj tehnici u prodavnicama. Utrošene količine utvrđuju se na osnovu izveštaja servisera prilikom servisiranja (dopunjavanja sistema).
- CO<sub>2</sub> i CH<sub>4</sub> iz potrošnje gasa za grejni kotao. Utrošene količine utvrđuju se na osnovu izveštaja servisera.

Kao izvor stope potencijala globalnog zagrevanja (GWP) korišćen je Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) 2006: Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories.

Ukupne indirektno emisije gasova staklene bašte na lokaciji uključuju CO<sub>2</sub> iz potrošnje električne energije. Emisije su obračunate na osnovu računa za potrošnju električne energije i emisionog faktora dobijenih od dobavljača električne energije.

**Pored direktnih uticaja** (Scope 1) i **indirektnih uticaja na lokaciji** (Scope 2), najveći udeo u ukupnim emisijama čine i **indirektni uticaji koji se ostvaruju kroz lanac nabavke** (Scope 3) – npr. u proizvodnim pogonima i tokom



# Lidlovo poslovanje i procesi



transporta.

Za Lidl Srbija, inicijative preduzete tokom 2020. godine predstavljaju tek početak sveobuhvatnih napora usmerenih na smanjenje uticaja na klimu, koji će pored preciznih merenja smanjenja emisija, uključivati i istraživanje mogućnosti za uključivanje u asortiman i razvoj proizvoda sa dodatnom vrednošću.

## 7.2 Odgovornost prema zaposlenima

Kako Lidl pokreću ljudi, važno nam je da svi zaposleni u Lidlu 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 veliki broj internih projekata i inicijativa. Za upravljanje ovom oblašću zadužena je direkcija Ljudskih resursa, koju čine odeljenja specijalizovana za pojedinačne teme - briga o zaposlenima, zapošljavanje i razvoj kadrova, obuka i razvoj Regionalnog društva (lager i prodavnice), marketing u ljudskim resursima, HR usluge. Prioriteti su nam stvaranje dobre atmosfere za rad, posvećeno i temeljno uvođenje u rad i razvoj zaposlenih prema njihovim ličnim potencijalima i razvojnim potrebama. Prilikom identifikovanja materijalnih tema za Lidl Srbija, kao najvažnije teme u oblasti odgovornosti prema zaposlenima izdvojile su se **Radna prava i Bezbednost i zdravlje na radu**.

### 7.2.1 Radna prava

Davanje prioriteta dobrobiti zaposlenih, prilikama za razvoj i sprovođenje transparentne dvosmerne komunikacije glavni su elementi našeg dugoročnog uspeha. Standardizovane platne strukture zasnivaju se na objektivnim kriterijumima kao što su profesionalno iskustvo, kvalifikacije i veštine, čime se sprečava mogućnost diskriminacije. Pored toga, svakom zaposlenom se po principu jednakosti ukazuju **mogućnosti za razvoj i napredak, kao i za sticanje stručnih znanja**.

Za teme u vezi sa radnim pravima nadležna je direkcija Ljudskih resursa, a u okviru nje odeljenje Radno pravo. Odeljenje svoj rad zasniva na propisima Republike Srbije, prvenstveno na Zakonu o radu, kao i na mnogim drugim važećim zakonskim i podzakonskim aktima. Takođe, ova oblast je regulisana internim Pravilima i smernicama, kao i obavezujućim pravilima i ponašanjima. Jedinstvena interna IT platforma omogućava svim zaposlenima jasan pregled odgovornosti i zaduženja, brže i lakše upoznavanje sa postupcima odvijanja poslovnih procesa kao i njihovu optimizaciju.

Prioritetni cilj Odeljenja je upravljanje radnopravnim temama u skladu sa zakonskom i internom regulativom, a zatim i pružanje adekvatne stručne podrške drugim sektorima u kompaniji u ostvarivanju organizacionih ciljeva.

Jedan od ključnih procesa je **Compliance proces** koji 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



## Lidlovo poslovanje i procesi



uzbunjivanja. Pravilnik je objavljen na oglasnoj tabli i na digitalnim kanalima interne komunikacije, i dostupan je svim zaposlenima. Prijave se podnose Povereniku za compliance pitanja i odgovornom licu za postupak uzbunjivanja, advokatu od poverenja ili putem online sistema za prijavljivanje. Nakon prijave, ovlašćeno lice postupa po prijavi bez odlaganja, a najkasnije u zakonskom roku od 15 dana od dana prijema. Po okončanju postupka ovlašćeno lice sastavlja izveštaj i predlaže mere donošenjem odluke radi ispravljanja nepravilnosti. Lidl Srbija je dužan da obavesti uzbunjivača o ishodu postupka u roku od 15 dana od dana okončanja. **Tokom poslovne 2019. i 2020. godine, putem dostupnih mehanizama za prijavljivanje, nisu zabeleženi slučajevi diskriminacije.**

### Poverenik za zaposlene

Za sve eventualne probleme ili nedoumice u vezi sa poslom, savete ili smernice, našim zaposlenima na raspolaganju stoje poverenici za zaposlene, čija je uloga da posavetuju i postaraju se da se glas zaposlenih čuje. Poverenici za zaposlene imenovani su za Direkciju i za Regionalno društvo (prodaju i logistiku), a o njihovim kontaktima zaposleni se redovno obaveštavaju internim kanalima komunikacije.



Radnopravne teme se redovno evaluiraju prema unapred predviđenim rokovima i sastavni su deo planiranja organizacione i strukturne politike kompanije. Kontrola pridržavanja zakonske regulative koja se odnosi na radno pravo (evidencija rada, prekovremeni rad, planiranje radnog vremena) sprovodi se kontinuirano. Tokom 2020. godine sprovedeno je 20 kontrola (revizija) u prodavnicama Lidl Srbija u vezi sa radnim vremenom. Jedno od osnovnih načela kojima se vodimo, a tiče se odnosa prema zaposlenima, je plaćen svaki minut prekovremenog rada. Uz to, svi naši zaposleni, u Upravi, Logističkom centru i prodavnicama imaju petodnevnu radnu nedelju, čime doprinosimo da ovakva praksa postane standard u sektoru maloprodaje.

Kompanija sprovodi i redovnu proveru uticaja u vezi sa ljudskim pravima kroz kvartalnu reviziju prodavnica (5 prodavnica na kvartalnom nivou), u okviru koje se proveravaju zaštita ličnih podataka, zaštita privatnosti (korišćenje video nadzora) i sl, što znači da se na godišnjem nivou ova provera sprovede u 20 prodavnica.





# Lidlovo poslovanje i procesi



## Benefiti za zaposlene

Važno nam je da našim zaposlenima obezbedimo odgovarajuće radno okruženje, u kojem su motivisani, za koje se vežu i u kojem se angažuju kako bi u potpunosti iskoristili svoje individualne potencijale i na taj način doprineli uspehu kompanije.

Našim zaposlenima želimo da ponudimo ne samo atraktivnu zaradu i sigurnu budućnost, već nam je jednako važno da naš svakodnevni rad učinimo što zanimljivijim i ugodnijim. **Privatno zdravstveno osiguranje i dugoročna održiva strategija "Zdravlje i posao"** su samo neke od stvari koje Lidl Srbija kao poslodavac nudi svojim zaposlenima. Sumirano posmatrano, našim zaposlenima garantujemo:

- Plaćen svaki minut rada
- Petodnevna radna nedelja za sve zaposlene – u Upravi, Logističkom centru i prodavnicama
- Privatno zdravstveno osiguranje za sve zaposlene i povoljne uslove zdravstvenog osiguranja za članove uže porodice zaposlenih
- Rad od kuće\* - ukoliko zadaci radnog mesta to dozvoljavaju, zaposleni u Upravnoj zgradi u Novoj Pazovi jednom nedeljno svoj radni dan mogu započeti i završiti gde god njima to odgovara bez obaveze dolaska u kancelariju. Ova mogućnost za zaposlene postojala je i

\*važi za stanje do 2020.



pre pandemije Covid19, dok je tokom pandemije dodatno prilagođena novonastaloj situaciji.

- 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 našoj Upravnoj zgradi u Novoj Pazovi na posao mogu doći između 7.30 i 8.30 časova ujutru
- Osiguranje zdravstvene zaštite trudnica i novorođenčadi
- „Baby box“ - svim zaposlenima koji čekaju dolazak bebe pripremili smo paket sa našim Lidl proizvodima za negu i higijenu novorođenih beba kako bi im pripreme za najlepši životni trenutak bile lakše i bezbrižnije
- Novogodišnje vaučere za zaposlene koji se mogu iskoristiti za kupovinu u našim prodavnicama



## Lidlovo poslovanje i procesi



### Interna komunikacija

Obaveštenja o uslovima rada, organizaciji rada kao i pravima i obavezama utvrđenim zakonom, opštim aktom i ugovorom o radu pružaju se zaposlenima u skladu sa Zakonom o radu. Lidl Srbija blagovremeno obaveštava sve zaposlene o svim značajnim promenama u poslovanju putem internih kanala komunikacije: mobilne aplikacije „We are Lidl“, magazina „Sveže iz Lidla“ i portala „Lidl na dlanu“. Aplikacija „We are Lidl“ sadrži vesti iz kompanija Lidl grupe, brzi link za Ideenmanagement platformu putem koje zaposleni mogu da kandiduju ideje za unapređenje procesa u kompaniji, chat funkciju i stranicu „Iz našeg ugla“ na kojoj svako od zaposlenih može da postavlja svoje komentare i fotografije vidljive ostalim kolegama.

Lidl Srbija putem internih kanala komunikacije obeležava važne datume iz sfere radnih i ljudskih prava, poput dana Ujedinjenih nacija, kada ujedno podseća zaposlene na to da se obavezala da će poštovati ljudska prava u celokupnom, globalnom lancu stvaranja vrednosti, zajedno sa svim kolegicama i kolegama, potrošačima, poslovnim partnerima i zainteresovanim stranama.

Redovno se sprovodi anketa zaposlenih o zadovoljstvu kanalima interne komunikacije, sa ciljem daljeg unapređivanja ovih kanala i daljeg razvoja interne komunikacije tako da ona na najbolji način odgovara navikama i potrebama zaposlenih.



### Ideenmanagement platforma

Ideenmanagement je platforma koja omogućava **jasan i transparentan proces predlaganja ideja** koje se odnose na unapređenje procesa i proizvoda kompanije, a koje, zauzvrat, mogu da budu nagrađene. Od pokretanja platforme 2019. godine, tri ideje su novčano nagrađene, a dve i implementirane u svakodnevne procese.

Kanali interne komunikacije koriste se i za informisanje zaposlenih o sprovođenju godišnje anonimne ankete zadovoljstva zaposlenih pod nazivom „Moj utisak“, a omogućava otvoren i iskren dijalog unutar kompanije s ciljem unapređenja radne atmosfere.



## Lidlovo poslovanje i procesi



### Nagrada „Izvrtnost u izazovima“

Zbog **odgovornog odnosa prema zaposlenima i brige o njihovoj zaštiti i zdravlju u nestabilnom i nepredvidivom periodu tokom 2020. godine**, Lidl Srbija je nagrađena priznanjem „Izvrtnost u izazovima“, koje se dodeljuje kompanijama koje u izazovnim vremenima na prvo mesto stavljaju brigu o zaposlenima i njihovoj dobrobiti. Ovo priznanje **dodeljuje konsultantska kuća SELECTIO**, koja već 15 godina ima za cilj da promoviše uspešno upravljanje ljudskim resursima u organizacijama i da prepozna kompanije koje su se istakle dobrim praksama i inicijativama u domenu brige o zaposlenima. Ono čime se Lidl Srbija posebno istakla su efikasnost u odgovoru na promene uz kontinuirano pružanje oslonca i sigurnosti zaposlenima, transparentna komunikacija, razvijen timski duh i zajedništvo koje se posebno pokazalo u komunikaciji zaposlenih na internoj aplikaciji „We are Lidl“. Ovom priznanju doprinela je i **kampanja „Stvarno važni“** kojom se kompanija pred širom javnosti zahvalila timu Lidl Srbija za doprinos i rad.

### Podrška u roditeljstvu

Lidl Srbija posebnu brigu vodi o kolegama i koleginicama koji su roditelji, ili će postati roditelji u bliskoj budućnosti. Od 2020. godine **privatno zdravstveno osiguranje** koje kompanija obezbeđuje za sve zaposlene dopunjeno je osiguranjem zdravstvene zaštite trudnica i novorođenčadi. Takođe, za sve buduće roditelje odeljenje Briga za zaposlene priprema „**Lidl Baby box**“ pakete sa pelenama, kupkama, kremama i proizvodima neophodnim za negu bebe.

Tokom 2020. godine kompanija je pokrenula anketu za zaposlene povodom razvoja koncepta „**Family office**“. Ovaj benefit podrazumeva 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. Kompanija takođe tradicionalno obezbeđuje i novogodišnje paketiće za sve mališane Lidlovih zaposlenih, te vaučere za kupovinu školskog materijala, kao podršku roditeljima osnovaca.

U skladu sa zakonskim propisima, svi zaposleni imaju pravo na roditeljsko odsustvo.





# Lidlovo poslovanje i procesi



Broj zaposlenih su iskoristili roditeljsko odsustvo		
	2019.	2020.
Muškarci	1	0
Žene	72	173

Broj zaposlenih koji su se vratili na posao posle roditeljskog odsustva*		
	2019.	2020.
Muškarci	0	0
Žene	7	49

\* (zaposleni koji su se vratili na posao u godini izveštavanja, a započeli su roditeljsko odsustvo u prethodnoj godini)

Stopa povratka na posao**		
	2019.	2020.
Muškarci	(0/1) 0%	(0/0) 0%
Žene	(15/15) 100%	(44/44) 100%

\*\*prema formuli (zaposleni koji su se vratili na posao /zaposleni kojima je isteklo porodiljsko nezavisno od toga da li su se vratili na posao ili ne)

Stopa zadržavanja radnog mesta***		
	2019.	2020.
Muškarci	0%	0%
Žene	100%	65%

\*\*\*prema formuli: (broj zaposlenih koji je zadržalo radno mesto 12 meseci po povratku sa roditeljskog odsustva/ukupan broj zaposlenih koji su se vratili sa roditeljskog odsustva u prethodnom periodu) x 100

Broj zaposlenih koji su se vratili na posao posle roditeljskog odsustva i koji su bili zaposleni 12 meseci nakon povratka na posao****		
	2019.	2020.
Muškarci	0	0
Žene	4	32

\*\*\*\* (zaposleni koji su u godini izveštavanja još uvek u kompaniji, a vratili su se sa roditeljskog odsustva u prethodnoj godini)





### Razvoj zaposlenih

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

Jedan od ključnih procesa za razvoj zaposlenih je **godišnji Talent Management proces** u okviru kojeg rukovodioci procenjuju potrebe i razvojne mogućnosti zaposlenih i koji se sprovodi kroz nekoliko koraka:

- **Procena učinka** sastoji se od samoprocene i pripreme zaposlenog i njegovih rukovodilaca za Razvojni razgovor sa direktno nadređenim;
- **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 pristustvuje više rukovodilaca;
- **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 Lidl Principe rukovođenja, zaposleni imaju mogućnost da svojim nadređenima prenesu svoje mišljenje o njihovom načinu rukovođenja kao i o njihovoj zajedničkoj saradnji;
- **Potvrda zaposlenog** - po završenom Razvojnem razgovoru zaposleni kroz sistem potvrđuje da je upoznat sa procenom u Talent Management-sistemu i definisanim razvojnim merama.

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



# Lidlovo poslovanje i procesi



## 7.2.2 Bezbednost i zdravlje na radu

Bezbednost i zdravlje zaposlenih jedan su od prioriteta naše kompanije. Svako ko se zatekne u prostoru koji je u vlasništvu Lidl Srbija ima pravo na bezbedan rad i boravak i podleže sistemu bezbednosti i zdravlja na radu. U okviru ove teme **fokusirani smo na prevenciju u oblasti bezbednosti i zdravlja na radu i na jačanje pozitivnih uticaja kroz promociju zdravih životnih stilova**. Sistem bezbednosti i zdravlja na radu definisan je kompanijskim standardima i usklađen sa zakonskom regulativom Republike Srbije. Za bezbednost i zdravlje na radu unutar kompanije zadužen je Sektor bezbednosti koji čini 6 zaposlenih, a po potrebi se angažuju i konsultanti iz oblasti bezbednosti i zdravlja na radu, medicine rada kao i savetnik za hemikalije. Zaposleni u Sektoru bezbednosti, pored potrebnih obrazovnih kvalifikacija, imaju položen stručni ispit o praktičnoj osposobljenosti za obavljanje poslova bezbednosti i zdravlja na radu, kao i stručni ispit iz oblasti zaštite od požara. Sektor se rukovodi važećim zakonodavstvom (Ustav RS, Zakon o bezbednosti i zdravlju na radu i Zakon o zaštiti od požara, kao i veliki broj Pravilnika i Uredbi koji bliže regulišu ovu oblast) i kompanijskim smernicama u okviru ARIS platforme, koja definiše interne procese. U slučajevima kada je kompanijsko pravilo strože od zakonskog, a ne ugrožava ga, primena kompanijskog pravila ima prednost. **Sistemom upravljanja bezbednošću i zdravljem na radu obuhvaćeni su svi zaposleni.**

Redovno se sprovode tehničke mere u funkciji bezbednosti i zdravlja na radu, dodatna tematska osposobljavanja zaposlenih, kao i godišnji raz-

govori sa rukovodiocima prodavnica o stanju bezbednosti i zdravlja na radu u objektima za koje su nadležni. Zaposleni se konsultuju i informišu u vezi sa razvojem, primenom i evaluacijom sistema bezbednosti i zdravlja na radu kroz ankete i razgovor sa Licem za bezbednost.

Kompanija redovno sprovodi sledeće obuke o bezbednosti i zdravlju na radu:

- **Obuka za bezbedan i zdrav rad** (teorijska i praktična) – za sve zaposlene prvog radnog dana;
- **Obuka o zaštiti od požara** – za sve zaposlene prvog radnog dana;
- **Obuka za sredstva i opremu za ličnu zaštitu na radu i oznake za bezbednost i zdravlje na radu** – za sve zaposlene;
- **Stručno osposobljavanje za radnu opremu** – za radna mesta na kojima se koristi oprema za rad koja podleže pregledu u skladu sa važećim zakonodavstvom;
- **Obuka prve pomoći** – za menadžerski tim za svaki objekat, kao i za propisani broj zaposlenih po objektu.

Efektivnost obuka procenjuje se na osnovu evidencije o broju povreda na radu koje se ponove.

Na sastancima regionalnih rukovodilaca prodavnica, rukovodioci se periodično obaveštavaju o statusu povreda i novim merama, uz obavezu





# Lidlovo poslovanje i procesi



da te informacije prenesu dalje svojim timovima. Rukovodioci sektora u Upravi takođe na zajedničkim sastancima periodično dobijaju informacije o statusu, izmenama i uvedenim novinama u oblasti bezbednosti i zdravlja na radu.

Kompanija je formirala **dva Saveta za bezbednost** – Direkcije i Regionalnog društva, koji obuhvata prodaju i logistiku. Savet Direkcije se sastaje dva puta godišnje, a Savet Regionalnog društva kvartalno. Na ovim sastancima sagledava se broj povreda na radu i statistički podaci na ovu temu – broj izgubljenih sati, uzrok i izvor povreda, broj povreda po objektima, broj inspeksijskih nadzora, a shodno rezultatima iz posmatranog perioda definišu se mere za unapređenje bezbednosti i zdravlja na radu i sprečavanje povreda na radu. Kompanija je uspostavila i proceduru žalbi kojom se zaposleni mogu obratiti poslodavcu, odnosno Licu za bezbednost ukoliko smatraju da se preventivne mere u ovoj oblasti ne primenjuju. Kontakt podaci Lica za bezbednost nalaze se na oglasnoj tabli, s ciljem da se omoguće veća dostupnost i diskrecija, a Lice za bezbednost dostupno je 24 sata. Zakon daje pravo zaposlenima da se obrate i Inspekciji rada, kao nadležnoj za ovu oblast. Sve informacije o proceduri žalbi pružaju se zaposlenima na obuci o bezbednosti i zdravlju na radu koju dobijaju prvog radnog dana. Sistem bezbednosti i zdravlja na radu predmet je inspeksijskog nadzora Inspekcije rada, dok je zaštita od požara predmet inspeksijskog nadzora Inspekcije zaštite od požara i Inspekcije za vanredne situacije. Sistem se unapređuje kroz uspostavljene procese koji uključuju kontrolne liste i kvartalno praćenje izvora i uzroka povreda na radu.

## Identifikacija rizika, procena rizika i istraga incidenata

Procesi i metodologija pomoću kojih se identifikuju opasnosti u vezi sa radom, procenjuju rizici na radnom mestu i definišu mere shodno procenjenim rizicima, definisani su Aktom o proceni rizika za radna mesta u radnoj okolini. Akt o proceni rizika se izrađuje u standardizovanoj formi sa standardizovanim sadržajem koji je definisan Pravilnikom o načinu i postupku procene rizika na radnom mestu i u radnoj okolini.

U slučaju da se zaposleni nađu u situaciji za koju veruju da može da izazove povredu ili ugrozi zdravlje, oni u tom slučaju mogu odbiti da rade, bez trpljenja posledica, odnosno sankcija. Inspekcija rada je krajnja instanca koja štiti ovo pravo zaposlenog.

U slučaju da se zaposleni povredi na radnom mestu, za svaku povredu na radu popunjava se formular „Izveštaj o povredi na radu“. Pored elemenata koji su obavezni prema važećoj zakonskoj regulativi (prijava povrede Inspekciji rada, prijava povrede MUP-u, izveštaj lekara koji je prvi pregledao zaposlenog, ocena povrede RFZO), **Lidlova procedura uključuje i dodatne elemente izveštaja** – izjavu povređenog zaposlenog, izjavu neposrednog rukovodioca, i izjavu očevica.

	2019.	2020.
Ukupan broj radnih sati izgubljenih zbog povrede	13.026	15.807



## Lidlovo poslovanje i procesi



Glavni tipovi povreda zabeleženih tokom poslovne 2019. i 2020. godine uključuju: rukovanje viljuškarom, povrede pri raspakivanju robe, klizanje, podizanje tereta, i spoticanje/pad. Povećanje izgubljenih sati usled povreda na radu može se objasniti pre svega većim brojem filijala, a time i većim brojem zaposlenih.

### Pohvala za prodavnice bez povreda na radu

Tokom poslovne 2019. i 2020. godine, nekoliko naših timova iz prodaje uspeo je da svede broj povreda na radu na minimum. U pitanju su kolege iz prodavnica u Loznici, Pirotu i Gornjem Milanovcu, koje od svog otvaranja nisu zabeležile povrede na radu, ali i kolege iz prodavnica u Kikindi, Užicu, Smederevu, Jagodini, Kragujevcu, kao i prodavnicama Beograd –Ada i Beograd – Borča, koje nisu zabeležile nijednu povredu u toku 2020. godine. Kompanija je simbolično nagradila ove prodavnice, uz javnu pohvalu putem interne komunikacije za svakodnevno pridržavanje svih bezbednosnih pravila i procedura.

### Zdravlje zaposlenih

Sa ciljem da minimizuje zdravstvene rizike zaposlenih povezane s radom, kompanija obezbeđuje pregled vida za sve zaposlene koji rade duže od 4 sata sa računarnom, prethodni i periodični (na 11 meseci) lekarski pregled za zaposlene koji su raspoređeni na radna mesta sa povećanim rizikom, kao i sistematski pregled za sve zaposlene. Tokom 2019. i 2020. godine nisu zabeležena profesionalna oboljenja.

Dodatno, kompanija **svim zaposlenima omogućava privatno zdravstveno osiguranje**, a za članove uže porodice zaposlenih premiju zdravstvenog osiguranja po povlašćenim uslovima, koju zaposleni mogu ugovoriti za članove svoje porodice putem administrativne zabrane na delu zarade. Kompanija **putem internih kanala komunikacije podseća zaposlene na važne aspekte bezbednosti i zdravlja**, obeležavajući Svetski dan bezbednosti i zdravlja na radu, Roze oktobar (svetska kampanja borbe protiv raka dojke), Movembar (svetska kampanja za podizanje svesti o oblicima raka koji pogađaju mušku populaciju), i podstiče ih da uz pridržavanje smernica o bezbednosti na radu redovno obavljaju sistematske preglede, praktikuju zdrave stilove života i vode računa o svom zdravlju. Zaposlenima u Upravnoj zgradi na raspolaganju su teretana u kojoj u određenim terminima mogu dobiti savete i vođenje stručnih fitnes trenera, kao i sveže voće svakoga dana.

Kako bi se obezbedila poverljivost zdravstvenih informacija o zaposlenima i drugim radnicima, dokumentima raspoložu samo zakonom ovlašćene osobe. Dokumenta se prilikom slanja šifruju, a papirna forma dokumenta čuva



## Lidlovo poslovanje i procesi



se u prostoriji koja je zaključana ili u sefu, dok ključem i šifrom raspolažu samo ovlašćena lica.

Kompanija je nakon ukidanja vanrednog stanja usled pandemije Covid-19 u maju 2020. godine prilagodila i brendirala prostor Upravne zgrade ukazujući zaposlenima na bezbedno ponašanje na radnom mestu u skladu sa merama Vlade. Pored toga, zaposlenima su putem internog portala na raspolaganju bile i instrukcije sektora Bezbednosti na radu u vezi sa svim zaštitnim merama.



## Radi pravo živi zdravo

„**Radi pravo – živi zdravo!**“ je prvi društveno odgovorni projekat kompanije Lidl Srbija, sproveden tokom 2018. i 2019. godine sa ciljem prevencije i očuvanja zdravlja zaposlenih. Ovaj projekat, iz domena brige za zaposlene, pokrenut je tokom priprema za veliko otvaranje prodavnica u Srbiji. Uz angažovanje relevantnih eksperata, dr Duška Spasovskog i Marije Savić Srečković, **izvršena je analiza radnog okruženja i osmišljen edukativni sadržaj na temu pravilnog kretanja** za sve tri grupe zaposlenih koji rade u ovoj kompaniji u zavisnosti od prirode posla - u prodavnicama, Logističkom centru i Upravnoj zgradi. Angažovani stručnjaci prepoznali su značaj ove teme i svojim znanjem doprineli podizanju svesti među zaposlenima Lidla u Srbiji, **o tome koliko je briga o zdravlju važna za uspeh u svim segmentima života.** Praktične obuke u okviru projekta prošli su svi zaposleni kompanije Lidl Srbija u 23 prodavnice, Logističkom centru i Upravnoj zgradi u Novoj Pazovi, video materijali i brošure dostupni su putem internih kanala komunikacije, dok posteru u socijalnim prostorijama zaposlenih svakodnevno podsećaju zaposlene da mogu sami da utiču na kvalitet svog zdravlja i da ga svakodnevno pospešuju.







ZA BOLJE  
SUTRA

# 8. Društvo i potrošači





# Društvo i potrošači



Našim potrošačima pružamo najbolji odnos cene i kvaliteta, razvijajući Lidl brendove. Osim što transparentno obeležavamo proizvode i koristimo sirovine iz održivih resursa, odgovorno se odnosimo prema celokupnom procesu proizvodnje, od fer uslova rada do savesnog odnosa prema prirodi. Lidl Srbija u ponudi ima **1.800 pažljivo odabranih proizvoda**, a osim Lidl brendova proverenog kvaliteta, nudimo i **400 proizvoda domaćih dobavljača**.

Kroz podršku lokalnim projektima se zblizavamo sa ljudima koje srećemo svakog dana i **kao dobar sugrađanin nastojimo da unapređujemo kvalitet života u zajednicama čiji smo deo**.



## 8.1 Odgovornost u proizvodnom asortimanu

Za potrebe Lidla proizvode mnogi veliki proizvođači, svetski poznate kompanije, ali i izvrsni domaći dobavljači, čime se obezbeđuju visok kvalitet i povoljne cene. Lidl, kroz širok dijapazon proizvoda koje nudi, omogućava potrošačima jednostavnu i pametnu kupovinu, pri kojoj dobijaju dodatnu vrednost za uloženi novac. Od januara 2020. godine, izbor pri kupovini u Lidlu dodatno je olakšao simbol „**Tvoja Lidl cena**“ koji predstavlja sinonim za posebno dobru kupovinu, jer ističe proizvode vrhunskog kvaliteta po izuzetno povoljnim cenama.

Mišljenje naših potrošača nam je najvažnija smernica u poslovanju. Komunikaciju sa njima, osim u samoj prodavnici, ostvarujemo zahvaljujući našoj službi za potrošače i putem društvenih mreža. Pored toga, potrošačima je na raspolaganju i onlajn upitnik, kroz koji mogu brzo i jednostavno da izraze svoje mišljenje o nedavno obavljenoj kupovini u bilo kojoj prodavnici u Srbiji. Upitnik sadrži niz pitanja koja se odnose na određenu prodavnicu – npr. o zadovoljstvu kupovinom, brzini kasiranja, ljubaznosti zaposlenih, čistoći i svežini proizvoda. Potrošači koji posle kupovine žele da iskažu svoje mišljenje, **online upitniku** mogu da pristupe putem zvaničnog sajta Lidla Srbija ili putem linka <https://www.lidl.rs/tvoje-misljenje>, za šta im je potreban samo broj računa. Tokom poslovne 2020. godine, popunjavanjem ankete potrošači su imali i mogućnost da učestvuju u nagradnom konkursu, a svakog meseca je deset potrošača nagrađeno vaučermom za kupovinu u Lidlu Srbija u vrednosti od 5.000 dinara.



## Društvo i potrošači



### Best Buy nagrada za najbolji odnos cene i kvaliteta

U okviru nezavisnog istraživanja Best Buy Award Private Label 2019/2020, koje je sproveda švajcarska organizacija ICERTIAS, kompanija Lidl Srbija **dobitnik je priznanja u 21 kategoriji za najbolji odnos cene i kvaliteta**, prema mišljenju, iskustvu i odabiru potrošača u Srbiji. Kompanija Lidl Srbija nagrađena je u 20 različitih kategorija proizvoda iz prehrambenog i neprehrambenog asortimana, na osnovu rezultata istraživanja koje meri zadovoljstvo građana kupovinom. Osim toga, Lidl je odabran kao najbolji i u opštoj kategoriji – „**Nagrada za najbolji odnos cene i kvaliteta trgovačkih marki u Srbiji**”.

Prehrambeni proizvodi Lidl brendova za koji je većina potrošača u Srbiji rekla da donose najbolji kvalitet za uloženi novac su slane grickalice, keks, čokolada, žitarice za doručak, dvopek, kornfleks, konzervirana riba, zamrznuta hrana, sladoled, konzervirano voće, konzervirano povrće, testenina, sveže pakovano meso, bioproizvodi i energetski napici. Potrošači su odabrali i značajan broj Lidl brendova neprehrambenih artikala, kao što su hrana za pse i mačke, posuđe za kuću, oprema za domaćinstvo, sredstva za čišćenje, prašak za veš.

Istraživanje u celoj Srbiji sprovedeno je u septembru 2019. godine od strane organizacije ICERTIAS na uzorku od 1.200 ispitanika koji su česti potrošači proizvoda privatnih robnih marki. Odgovarajući na pitanja u anketi otvorenog tipa koja je zahtevala od ispitanika da sami upišu ime kompanije, **potrošači su prepoznali kvalitet, svežinu i pristupačnost ponude Lidl brendova.**



Nagrada za najbolji odnos cene i kvaliteta  
trgovačkih marki u Srbiji.





## 8.1.1 Visok kvalitet i bezbednost proizvoda

Kvalitet i bezbednost proizvoda u nadležnosti su sektora Kontrola kvaliteta Lidl Srbija. Visok kvalitet i bezbednost proizvoda Lidlove privatne robne marke se postiže kroz sledeće procese:

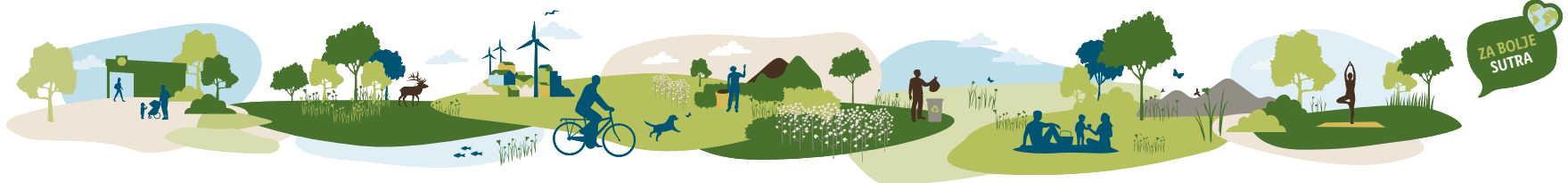
- redovne analize kvaliteta i bezbednosti proizvoda iz segmenata prehrana, skoro prehrana (sredstva za održavanje lične higijene, negu i ulepšavanje lica i tela, i sredstva za čišćenje), sveže voće i povrće;
- zahtev da svi dobavljači budu sertifikovani u skladu sa međunarodnim standardom za kvalitet i bezbednost proizvoda - IFS Food standardom;
- sprovođenje redovnih ekspertskih degustacija novoulistanih proizvoda, kako bi se potvrdio dogovoreni kvalitet;
- sprovođenje potrošačkih degustacija, kojima dobijamo potvrdu kvaliteta proizvoda od konzumenata, koji proizvod koji se testira rado i često konzumiraju;
- radom na razvoju proizvoda koji sadrže manje šećera, soli, ne sadrže veštačke boje, arome, konzervanse, i slično, zajedno sa našim dobavljačima.



Naše postupanje usklađeno je sa svim važećim zakonskim propisima Republike Srbije i Evropske unije iz oblasti kvaliteta i bezbednosti proizvoda, a detaljan pristup i ciljevi kompanije opisani su u Izjavi o namerama za svesnu ishranu, objavljenoj 2019. godine.\*

Veliki udeo nacionalnih dobavljača koji proizvode proizvode pod privatnom robnom markom sertifikovani su u skladu sa međunarodnim standardom za kvalitet i bezbednost proizvoda IFS Food standard. U 2019. godini ovaj udeo iznosio je 78%, dok je u 2020. godini porastao na 97,5%.

\* GRI103 za materijalnu temu visokokvalitetnih proizvoda i bezbednosti proizvoda





## Društvo i potrošači



DA, DA, DA

**77% SRBIJE  
JE REKLO „DA“  
PROIZVODIMA  
IZ LIDLA!**



### Građani Srbije su rekli „DA“ proizvodima iz Lidla

U velikom nezavisnom istraživanju, koje je u decembru 2019. godine sproveda agencija IPSOS ispitivanjem više od 5.700 stanovnika Srbije, testirano je 258 Lidlovih proizvoda. Želeli smo da već u ovoj prvoj fazi poslovanja čujemo mišljenje potrošača o Lidlovim proizvodima koje ranije nisu imali prilike da probaju u Srbiji. Jako smo ponosni zbog činjenice da su u **proseku 3 od 4 ispitane osobe procenile naše proizvode kao vrlo dobre ili odlične**. Čak 77% ispitanika ocenilo je Lidlove proizvode proverenog kvaliteta kao vrlo dobre ili odlične, čime su potvrdili da je upravo asortiman, jedan od razloga zbog čega je Lidl postao izbor za kupovinu velikog broja potrošača Srbije.

Potvrda „Srbija je rekla DA proizvodima iz Lidla“ zasniva se na istraživanju koje je uključilo 5.753 ispitanika, oba pola i različite starosne dobi, uzrasta od 18 do 60 godina, iz gradova koji reprezentuju regione Srbije. Testirani su prehrambeni i neprehrambeni proizvodi, koji se mogu kupiti isključivo u Lidlu, sa ciljem provere zadovoljstva lokalnih potrošača Lidlovim brendovima, kao što su Pilos za mlečne proizvode, Dulano za mesne prerađevine, Saguaro za vodu, i Fin Carré i J.D. Gross za čokolade.



## **Naši potrošači mogu da se oslone na provereni kvalitet i bezbednost naših proizvoda**

### **Bezbedno od početka**

#### **- Lidlovo obećanje kvaliteta počinje od dobavljača**

Zbog toga posebno pridajemo pažnju izboru naših dobavljača i proizvođača. Naš cilj je da su svi naši dobavljači, koji proizvode proizvode pod brendom Lidla sertifikovani prema prizatom International Featured Standard-u za hranu (IFS Food) ili prema širom sveta prizatom standardu britanskog udruženja maloprodaje (BRC). Blisko saradujemo sa našim proizvođačima sa ciljem da osiguramo konstantno poboljšanje proizvodnih procesa. U tu svrhu se, na primer, redovno sprovode nenajavljene provere kod proizvođača, od strane nezavisnih i akreditovanih sertifikacionih tela.

### **Provereni kvalitet – Lidlovi brendovi se intenzivno ispituju**

Naš sektor Kontrola kvaliteta sprovodi intenzivne kontrole kvaliteta. Dodatno našoj internoj, intenzivnoj kontroli kvaliteta, angažujemo eksperte iz nezavisnih i renomiranih akreditovanih instituta/laboratorija. Tokom procesa proizvodnje akreditovani instituti/laboratorije uzimaju uzorke i na njima sprovode opsežna ispitivanja kvaliteta i bezbednosti. Ispitivanja se sprovode i na artiklima koji se već nalaze na našim policama. Naš pristup je sledeći: što je namirnica osetljivija i što je više neophodno voditi računa o njoj prilikom procesa proizvodnje, transporta i prodaje, to je mi intenzivnije ispituujemo.

### **Granične vrednosti za Lidlove brendove**

#### **- često strože nego što to zakonodavstvo zahteva**

Za mnoge manje poželjne supstance postoje granične vrednosti propisane važećom regulativom Republike Srbije. Kod utvrđivanja tih graničnih vrednosti uzima se u obzir, između ostalog, i dejstvo na ljude i učestalost konzumacije

životnih namirnica. Na ovaj način se uključuje još jedan bezbednosni faktor, kojim se uklanja rizik po zdravlje ljudi, ukoliko se postavljene granične vrednosti poštuju.

Za naše Lidl brendove postavili smo sebi za cilj da kod određenih parametara poštuju još strože smernice nego što to zahteva lokalno zakonodavstvo. Primer za to su ostaci sredstava za zaštitu bilja kod svežeg voća i povrća: po Lidlovim smernicama ostaci sredstava za zaštitu bilja u ovim grupama proizvodima smeju da iznose najviše jednu trećinu od zakonom dozvoljenih maksimalnih količina. Ove smernice prosleđujemo našim dobavljačima i dosledno proveravamo primenu.

### **Bezbednost u proizvodnji - izbegavanje neželjenih supstanci**

Posebna pažnja u oblasti bezbednosti životnih namirnica posvećena je nepoželjnim supstancama (zagađivačima hrane). U mnogim slučajevima prisustvo nepoželjnih supstanci nije regulisano zakonskom regulativom, niti Republike Srbije, niti EU, s obzirom da istraživanja u ovoj oblasti nisu dala konkretne preporuke. Tipični primeri za nepoželjne supstance (zagađivače hrane) su akrilamid, 3-MCPD estri masnih kiselina, pirolizidinski alkaloidi (PA) i ostaci mineralnih ulja (MOSH/MOAH). Naš je cilj da, u posebno pogođenim grupama proizvoda, kao što su žitarice za doručak, hrskavi hleb, čips od krompira i pomfrit spreman za konzumaciju, budemo znatno ispod referentne vrednosti za prisustvo akrilamida, definisane regulativom EU. Stroge kriterijume, koji prevazilaze zahteve EU regulative, postavili smo i za ostale nepoželjne supstance. Više detalja potražite u našoj Izjavi o namerama za svesnu ishranu, objavljenoj na veb sajtu Lidl Srbija.

# Društvo i potrošači



Prijem primedbi potrošača na kvalitet ili bezbednost proizvoda odvija se putem jednog od dostupnih kanala (popunjavanje reklamacionog obrasca u prodavnici, slanje e mail-a, obraćanje preko društvenih mreža, itd.). Služba za potrošače pristigle upite prosleđuje odgovarajućim sektorima, i nakon obrade šalje odgovor potrošaču. Primedbe potrošača obrađuju se kroz poseban program koji podrazumeva informisanje zainteresovanih strana (kako internih, tako i eksternih), sa ciljem provere navoda iz reklamacije. U konsultaciji sa kolegama potrošaču se daje odgovor na reklamaciju. Reklamacije potrošača na artikle koji nisu prehrana (npr. tehnički uređaji) rešavaju se u skladu sa zakonom Republike Srbije na 3 načina: popravkom, zamenom za novi proizvod ili povraćajem novca kupcu za proizvod - samostalno ili u saradnji sa servisnim partnerima. Žalbe državnih organa prihvataju i obrađuju Pravni sektor i sektor Kontrola kvaliteta.

Evaluacija ostvarenih rezultata se radi na godišnjem nivou - rezultati svih zemalja u kojima Lidl posluje se međusobno upoređuju i na osnovu istih se pokreću korektivne mere, ili se daju predlozi za poboljšanja. Parametri koji se evaluiraju i pored su sledeći: procenat neusaglašenih analiza proizvoda na bezbednost i kvalitet, procenat dobavljača koji nisu prošli audit, procenat proizvoda koji nisu adekvatno ocenjeni na potrošačkim degustacijama, procenat proizvoda koji je na ekspertskim degustacijama ocenjen sa potrebom za poboljšanje, ili nije ispunio dogovoreni kvalitet, procenat proizvoda razvijenih u skladu sa smernicama definisanim u objavljenoj Izjavi o namerama za svesnu ishranu. U Lidlu Srbija po ovim parametrima zabeleženi su sledeći rezultati za proizvode naših robnih marki:

	2019.	2020.
Broj analiziranih proizvoda – prehrambeni proizvodi	625	931
Broj analiziranih proizvoda – neprehrambeni proizvodi	0	0
Broj analiza proizvoda - ukupno	625	931

	2019.	2020.
Broj povučeni proizvoda – prehrambeni proizvodi	0	2
Broj povučeni proizvoda – neprehrambeni proizvodi	0	0
Broj povučeni proizvoda - ukupno	0	2





## Društvo i potrošači



### Životne namirnice za svesniju ishranu

Našom velikom ponudom voća i povrća, kao i našom strategijom smanjenja sadržaja soli i šećera i udela zasićenih masnih kiselina u proizvodima našeg brenda, **pružamo mogućnost našim potrošačima da se svesno hrane.** Poboljšavamo recepture u skladu sa usvojenim ciljevima, a u uskoj saradnji sa našim dobavljačima. Pritom i dalje vodimo računa o energetske vrednosti. Na taj način se sprečava da se, na primer, kod neke namirnice smanji sadržaj šećera uz istovremeni porast udela masti, tako da ona na kraju sadrži jednaki broj kalorija ili čak i više. Takođe, razvoj receptura za potpuno nove proizvode od samog početka mora biti u skladu sa našim zadatim ciljevima.

### Za dostizanje naših ciljeva definisali smo različite mere:

- Smanjenje sadržaja dodatog šećera i soli u hrani: Smanjivaćemo, na primer, sadržaj dodatog šećera kod naših voćnih jogurta, pri čemu udeo voća ostaje isti.
- Smanjenje veličine pakovanja odnosno porcije: Smanjivaćemo veličinu pakovanja namirnica velike energetske vrednosti, tako da se automatski konzumira manje šećera ili soli. To radimo tako što direktno prilagođavamo veličinu porcije. Na primer, kod čokoladnih štanglica smanjivaćemo veličinu jedne štanglice. Na taj način postizemo da potrošač prilikom konzumacije jedne štanglice unosi manju količinu šećera.



- Ponuda proizvoda u našim prodavnicama: Našim potrošačima ponudićemo veći izbor alternativnih proizvoda, koji sadrže manje šećera ili soli, i na taj način nastojati da podstaknemo bolju prodaju tih proizvoda.

Naš napredak merimo na osnovu smanjenja prosečnog sadržaja šećera tj. soli na 100 g namirnica, odnosno na 100 ml pića, prema količini prodatih proizvoda godišnje u Srbiji. To znači da se u okviru jedne grupe namirnica, kod svih proizvoda koji su tokom jedne godine prodati u Lidlu u Srbiji, određuje ukupna količina dodatog šećera i soli i ona se deli sa ukupnom količinom prodatih proizvoda. Ovaj odnos treba svake godine da bude manji, čime se, iz godine u godinu, može pratiti napredak u ovoj inicijativi. Kod smanjenja šećera naš glavni fokus je na životnim namirnicama koje deca konzumiraju rado i u velikim količinama. Stoga se u prvom redu koncentrišemo na sledeće grupe namirnica: žitarice za doručak, jogurt/napici sa jogurtom, deserti, sladoled, slatko pecivo, slatki namazi za hleb, slatkiši za decu, sosovi (kečap i sl.), gotova jela.





## Pregled usvojenih ciljeva:

<b>Šećer</b>	Januar 2025	Naš cilj je da smanjimo prodajno ponderisan prosečan sadržaj dodatog šećera za 20%.
<b>So</b>	Januar 2025	Naš cilj je da smanjimo prodajno ponderisan prosečan sadržaj dodate soli za 20%.
<b>Konzervansi</b>	Decembar 2020	Naš cilj je da se što je više moguće smanji ili u celosti izbacimo primena konzervanasa, ukoliko to ne ugrožava bezbednost hrane.  Zbog toga sve artikle sa konzervansima podvrgavamo ispitivanju, kako bismo videli da li je primena konzervanasa neophodna.
<b>Arome</b>	Decembar 2020	Cilj je da se svi proizvodi podvrgnu analizi kako bi se videlo da li je upotreba aroma neophodna. Naš cilj je da se što je moguće više izostavi upotreba veštačkih aroma.
<b>Hidrogenizovane masti</b>	Što pre	Poštovanje evropske granične vrednosti za trans masne kiseline od najviše 2g/100g masti. Poboljšati sastav masnih kiselina primenom npr. repičinog ulja.
<b>Ulja i masti</b>	Što pre	Poboljšavamo kvalitet masti i ulja u našim brendovima u smislu fiziologije ishrane i održivosti. U tu svrhu proveravamo sve proizvode privatne robne marke da vidimo da li je moguća upotreba visokokvalitetnog biljnog ulja. Poželjno je biljno ulje koje se uzgaja u Evropi. Kao rezultat toga, do 2025. godine stalno ćemo povećavati udeo nezasićenih masnih kiselina u sopstvenim brendovima.
<b>Glukozno-fruktozni sirup</b>	Januar 2025	Ako je moguće, i dalje izbegavamo fruktozno-glukozni sirup i čistu fruktozu, kada se oni prvenstveno koriste za zaslađivanje.





### „Mali zanat velika strast“ – Kvalitetni proizvodi domaćih proizvođača

Kompanija Lidl Srbija istražila je našu zemlju i pronašla majstore svog zanata, koji svoje umeće pretvaraju u autentične proizvode – pripremljene na tradicionalan srpski način. U želji da pomogne razvoj domaćeg preduzetništva Lidl Srbija je krajem 2020. godine pokrenuo kampanju „**Mali zanat, velika strast**“, u okviru koje je promovisao 50 malih privrednika širom Srbije. Potrošači su na našim policama mogli da pronađu pažljivo birane proizvode iz Vojvodine, centralne, istočne, južne i zapadne Srbije. Kroz kampanju „Mali zanat, velika strast“, imali smo priliku da **sarađujemo sa posvećenim tradicionalnim proizvođačima i njihovim porodicama iz različitih regija Srbije**, ispričamo njihovu priču i tako predstavimo lokalne specijalitete potrošačima širom naše zemlje.

Cilj sklopljenih saradnji između malih domaćih dobavljača i prvog savremenog diskonta u Srbiji ogleda se u doprinosu kontinuitetu poslovanja malih proizvođača, koji na ovaj način mogu povećati svoje prisustvo na tržištu van svojih regija i učvrstiti svoje poslovanje, a ukoliko bude prilike i otvoriti nova vrata za širenje porodičnih zanata.

Kvalitet, stručnost i entuzijazam ovih vrednih domaćina i malih privrednika inspirišu i nas, i veliko nam je zadovoljstvo što smo i na ovaj način doprineli lokalnom razvoju.







## 8.2 Donacije i partnerski projekti

### Saradnja sa Crvenim krstom Srbije

Saradnja Crvenog krsta Srbije i Lidla Srbija započela je 2019. godine. Sa Crvenim krstom Srbije delimo posvećenost promovisanju solidarnosti i humanosti, te se naše partnerstvo sa ovom humanitarnom organizacijom sastoji od niza projekata i akcija usmerenih na pomoć najugroženijim sugrađanima.

Povodom godinu dana poslovanja u Srbiji, u oktobru 2019. Lidl Srbija je **donirao 7 tona hrane** Crvenom krstu Srbije za pomoć socijalno ugroženim grupama, čime je obuhvaćeno **7.000 pojedinaca**. Kroz mrežu lokalnih organizacija Crvenog krsta, Lidl Srbija je hranu podelio u 8 lokalnih zajednica - Beogradu, Vršcu, Kovinu, Paraćinu, Nišu, Gadžinom Hanu, Leskovcu i Bujanovcu. Imajući u vidu stanje ugroženih grupa u ovim sredinama, Crveni krst je donaciju najvećim delom usmerio na ustanove koje unapređuju kvalitet života osoba sa smetnjama u razvoju i korisnike programa narodnih kuhinja. Iste godine, u susret novogodišnjim praznicima, Lidl Srbija pokrenuo je veliku kampanju prikupljanja namirnica za korisnike humanitarnih programa Crvenog krsta Srbije, pod nazivom „**Mala dela su velika stvar**“, pozivajući potrošače da kupe i doniraju proizvode. Akcija je trajala od 28. novembra do 15. decembra 2019. u svim Lidl prodavnicama u 26 gradova Srbije. Velikim odzivom potrošača **prikupljeno je čak 15 tona namirnica**, koje su pomogle da ugrožene porodice i pojedinci imaju lepu

prazničnu trpezu. U znak zahvalnosti doprinosu potrošača, kao dodatni vid podrške, kompanija **Lidl Srbija je obezbedila i novčana sredstva namenjena opremanju 20 narodnih kuhinja širom Srbije**. Sredstva su upotrebljena za kupovinu rashladnih uređaja i kuhinjske opreme, u sledećim lokalnim zajednicama: Aranđelovcu, Velikoj Plani, Čupriji, Kovinu, Lučanima, Malom Zvorniku, Jagodini, Gornjem Milanovcu, Užicu, Medveđi, Subotici, Požegi, Malom Idošu, Priboju, Prijepolju, Svrlijgu, Gadžinom Hanu, Kuršumliji, Majdanpeku i Vladimircima, prema potrebama koje je identifikovao Crveni krst Srbije, u čijoj su nadležnosti narodne kuhinje.

Kraj akcije simbolično je obeležen doniranjem opreme Narodnoj kuhinji u Gornjem Milanovcu. Prema podacima lokalnih zajednica, centara za socijalni rad i Crvenog krsta Srbije, obroci iz narodnih kuhinja su od izuzetnog značaja za korisnike ovog programa. Samo u Beogradu usluge narodnih kuhinja koristi više od 12 hiljada ljudi, dok je u drugim gradovima Srbije ukupan broj je veći od 35 hiljada, a trećinu svih korisnika čine deca.

Lidl Srbija podržava i druge inicijative Crvenog krsta, poput apela za dobrovoljno davanje krvi. Redovno u našim objektima organizujemo akcije dobrovoljnog davanja krvi, tokom kojih naši potrošači koji to žele, i koji su dobrog opšteg zdravstvenog stanja, krv mogu donirati u specijalizovanim vozilima – transfuziomobilima, postavljenim na parkinzima naših prodavnica. O terminima organizovanih akcija potrošače obaveštavamo putem naših kanala komunikacije i u samim objektima, dok su na licu mesta volonteri Crvenog krsta Srbije dostupni za sve dodatne informacije.



# Društvo i potrošači



## Podrška Sigurnim kućama

U Sigurnim kućama širom Srbije, žene žrtve porodičnog nasilja, zajedno sa svojom decom u bezbednom okruženju grade svoj život ispočetka, i zato im je potrebno pružiti podršku na svakom koraku tog puta. Sigurnim kućama je potrebna pomoć u svakodnevnom funkcionisanju: kako finansijska, tako i ona u obliku donacija hrane i drugih svakodnevnih proizvoda. Stoga je naša kompanija tokom 2019. godine, kroz saradnju sa Fondom B92, **podržala korisnice sedam Sigurnih kuća u Srbiji** donacijom 4 tone hrane, i to u Beogradu, Somboru, Zrenjaninu, Sremskoj Mitrovici, Pančevu i Vranju.

„Zahvalni smo na prilici da damo svoj doprinos lepšem svetu za žene koje su skupile hrabrost da učine promenu, da budu heroine svog života i svojoj deci. Zato, poruka koju želimo da pošaljemo jeste – oslušimo oko sebe, sigurno postoji način na koji možemo da pomognemo“, istakla je tim povodom Martina Petrović, rukovodilac korporativnih komunikacija kompanije Lidl Srbija.

Iz Fonda B92, zahvaljujući kojem su prikupljena sredstva za izgradnju ovih sedam sigurnih kuća, kažu da je pomoć izuzetno važna. „Snažna poruka podrške koju je kompanija Lidl Srbija pružila za sedam Sigurnih kuća širom Srbije, koje svakodnevno uz potpunu posvećenost nesebično pružaju pomoć ženama koje su preživele nasilje, sjajan je pokazatelj dobročinstva i za ostale kompanije da se na sličan način, a u skladu sa trenutnim mogućnostima, odazovu i pomognu“, izjavila je Sandra Pajović u ime Fonda B92.

I u 2020. godini, kompanija Lidl Srbija nastavila je da podržava rad Sigurnih kuća. U saradnji sa humanitarnom organizacijom „28. jun“ **donirali smo**



**pakete namirnica korisnicama Sigurne kuće Sombor**, koje su učinile bitan korak obrativši se za pomoć, a sada, spremne za promene, napuštaju ovu ustanovu. Kao znak podrške ženama – žrtvama nasilja, kompanija Lidl Srbija odazvala se akciji organizacije „28. jun“ i za štićenice Sigurne kuće Sombor obezbedila 50 paketa dobrodošlice. Paketi sa proizvodima za ličnu i kućnu higijenu, kao i osnovnim dugotrajnim namirnicama, uručeni su ženama koje odlaze iz te Sigurne kuće.

“Usluge sigurnih kuća nisu običan socijalni servis. Ovde govorimo o životima žena i njihove dece. Pored psihološkog i savetodavnog rada, kao i pravne pomoći koje žrtve nasilja dobijaju u sigurnim kućama, nedostaju specijalizovani programi ekonomskog osnaživanja usklađeni sa individualnim potrebama korisnica i prilagođeni uslovima tržišta rada i lokalnoj privredi. Takođe, neophodan je upravo i ovaj korak kompanije Lidl Srbija i organizacije „28. jun“, koji su u skladu sa svojom socijalno odgovornom politikom i humanitarnom delatnošću doprineli lakšem izlasku štićenica iz Sigurne kuće. Sigurna kuća i njene korisnice sa decom izrazile su veliku zahvalnost na donaciji koja će im olakšati novi početak.“, izjavila je tom prilikom rukovodilac Sigurne kuće u Somboru Tamara Savović.



## Društvo i potrošači



### Podrška zdravstvenom sistemu

Jedno od naših osnovnih načela je doprinos boljem kvalitetu života ljudi u mestima u kojima poslujemo. Naša **želja je da pomognemo što većem broju sugrađana** i zahvalimo im se za poverenje koje nam kao potrošači ukazuju. U skladu sa ovim načelom, podržavamo i zdravstvene institucije u gradovima Srbije u kojima smo prisutni. U 2019. godini donirali smo sredstva za kupovinu potrošnog materijala za elektro-jedinice za rad u operacionom bloku Opšte bolnice u Vršcu, koji pomaže da se bezbednost i sigurnost operacija podigne na viši nivo. Pored novčane donacije, Lidl Srbije donirao je i potrošnu robu za svakodnevni rad – tečne sapune, ubruse, i sredstva za čišćenje. U februaru 2020. godine, kompanija Lidl Srbija donirala je EKG aparat i defibrilator urgentno-prijemnoj službi Opšte bolnice Čačak, čime je lekarima ove ustanove olakšan svakodnevni rad, a pacijentima obezbeđen poboljšani kvalitet zdravstvene nege.

### Odgovor na Covid19

Na samom početku pandemije Covid19, naša kompanija je, u saradnji sa Gorskom službom spasavanja Srbije (GSS), donirala pakete osnovnih životnih namirnica za meštane u okolini Krive Reke kod Brusa. Tadašnja situacija svakodnevno pred sve nas stavljala svojevrsan izazov redovnog snabdevanja namirnicama, a najviše su bile pogođene kategorije starijih sugrađana i oni koji žive u udaljenim predelima. Zato je naša kompanija ostvarila saradnju sa organizacijom čiji je osnovni cilj spasavanje u nepristupačnim predelima,



uz pomoć koje su paketi sa osnovnim životnim namirnicama i sredstvima za higijenu stigli u ruke onih kojima su preko potrebni.

Takođe, Crvenom krstu Srbije donirali smo **deset tona osnovnih namirnica**, poput ulja, pirinča, soli, šećera, konzervirane hrane, ali i sredstava za higijenu, u vrednosti oko 10.000 evra, koji su u vidu mesečnih porodičnih paketa dostavljeni građanima Babušnice, Bele Palanke i Dimitrovgrada, kako bismo im pomogli da lakše prebrode situaciju izazvanu epidemijom korona virusa. Kompanija Lidl Srbija podržala je i inicijativu UNICEF-a za obezbeđivanje zdravstvene opreme, i **donirala milion i po dinara za kupovinu zaštitnih vizira za 5.200 zdravstvenih radnika širom Srbije**, u cilju podrške zajednici i zdravstvenom sistemu Srbije u okolnostima širenja epidemije virusa Covid19.







## 8.3 Volonterske akcije

### Akcije čišćenja planina

Deo Lidlove strategije „**REset Plastic**”, koja predviđa niz mera za smanjenje upotrebe plastike do 2025. godine, je i uklanjanje plastičnog otpada. Sa tim ciljem, u saradnji sa Gorskom službom spasavanja i kompanijom EkoStar Pak, **pokrenuli smo niz akcija čišćenja planina od otpada**. Želimo da doprinesemo zaštiti prirode na taj način što ćemo, ne samo očistiti prirodnu sredinu i planinska područja od otpada ovakvim i sličnim akcijama, već u saradnji sa partnerima, dodatno uticati na informisanje i podizanje ekološke svesti građana.

Akcije su, tokom 2020. godine, organizovane na Kopaoniku, Staroj planini, Fruškom gori i Zlatiboru. Volonteri Lidla Srbija, Gorske službe spasavanja i EkoStar Paka su u ove četiri velike akcije sakupili ukupno 150 džakova otpada, kako komunalnog tako i reciklabilnog, koji je preuzeo i dalje obradio partner specijalizovan za njegovo zbrinjavanje - EkoStar Pak.

Više o Lidlovoj strategiji “Reset Plastic” pročitajte u odeljku Cirkularna ekonomija i na [www.reset-plastic.com](http://www.reset-plastic.com).



### Lidl volonteri za “Naš Beograd”

U okviru tradicionalne volonterske akcije “Naš Beograd” koju organizuje Forum za odgovorno poslovanje, Lidl volonteri iz Direkcije i beogradskih prodavnica su jedno subotnje prepodne u maju 2019. proveli u beogradskoj šumi Stepin lug u ulepšavanju prirode i druženju. Postavljanje i farbanje klupa i stolova, kućica za ptice, info-tabli, radionice sa osobama sa smetnjama u razvoju i uređivanje, doprineli su da ovaj neotkriveni deo Beograda bude novo i lepše mesto za porodične izlete.

**Forum za odgovorno poslovanje** je mreža koja okuplja kompanije koje doprinose razvoju društva kroz principe održivog razvoja, i podstiče biznis sektor da bude aktivan i pouzdan partner zajednice u kojoj posluje. U skladu sa našim vrednostima i opredeljenjima, Lidl Srbija je jedna od članica ove mreže, uz još 30 vodećih kompanija. U akciji “Naš Beograd” svake godine učestvuje više od 200 volontera, zaposlenih u kompanijama-članicama.





# GRI INDEKS

GRI STANDARDI	GRI 102: OPŠTI PODACI	STRANA	UN PRINCIPI & SDGS
PROFIL KOMPANIJE			
102 - 1	NAZIV KOMPANIJE	12	
102 - 2	AKTIVNOSTI, BRENDOVI, PROIZVODI/USLUGE	12	
102 - 3	LOKACIJA SEDIŠTA KOMPANIJE	12	
102 - 4	LOKACIJA POSLOVANJA	12	
102 - 5	PRAVNA FORMA I PRIRODA VLASNIŠTVA	12	
102 - 6	TRŽIŠTA NA KOJIMA KOMPANIJA POSLUJE	12	
102 - 7	VELIČINA KOMPANIJE	12	
102 - 8	PODACI O ZAPOSLENIMA I DRUGIM RADNICIMA	15	PRINCIP 6 CILJ 8
102 - 9	DOBAVLJAČKI LANAC	12, 42-43	
102 - 10	ZNAČAJNE PROMENE U PERIODU IZVEŠTAVANJA U VEZI SA VELIČINOM, STRUKTUROM, VLASNIŠTVOM KOMPANIJE, ILI LANCEM DOBAVLJAČA	12, 14	
102 - 11	UPRAVLJANJE RIZICIMA U KONTEKSTU PRINCIPA PREDOSTROŽNOSTI UJEDINJENIH NACIJA	18, 24	
102 - 12	PRIVRŽENOST EKSTERNIM INICIJATIVAMA	19-21	
102 - 13	ČLANSTVO U UDRUŽENJIMA	19, 85	



# GRI INDEKS

GRI STANDARDI		GRI 102: OPŠTI PODACI	STRANA	UN PRINCIPII & SDGS
2. STRATEGIJA				
<b>102 - 14</b>	UVODNA REČ GENERALNOG DIREKTORA		<b>3-4</b>	
<b>102 - 15</b>	KLJUČNI UTICAJI, RIZICI I MOGUĆNOSTI		<b>18, 23</b>	
3. ETIKA I INTEGRITET				
<b>102 - 16</b>	VREDNOSTI, PRINCIPI, STANDARDI I NORME PONAŠANJA		<b>13, 44</b>	PRINCIP 10 CILJ 16
<b>102 - 17</b>	SAVETODAVNI MEHANIZMI O ETIČKIM PITANJIMA		<b>62-63</b>	PRINCIP 10 CILJ 16
4. UPRAVLJANJE				
<b>102 - 18</b>	UPRAVLJAČKA STRUKTURA		<b>18</b>	
<b>102 - 19</b>	PROCES DELEGIRANJA NADLEŽNOSTI ZA EKONOMSKE, DRUŠTVENE I TEME U VEZI SA ŽIVOTNOM SREDINOM		<b>18</b>	
<b>102-20</b>	IZVRŠNI NIVO ODGOVORNOSTI ZA EKONOMSKE, EKOLOŠKE I DRUŠTVENE TEME		<b>18</b>	
<b>102-21</b>	KONSULTOVANJE ZAINTERESOVANIH STRANA U VEZI SA EKONOMSKIM, EKOLOŠKIM I DRUŠTVENIM TEMAMA		<b>22</b>	
<b>102 - 25</b>	KONFLIKT INTERESA		<b>18-19</b>	CILJ 16
<b>102 -26</b>	ULOGA UPRAVNOG ODBORA I VIŠEG MENADŽMENTA U RAZVOJU, USVAJANJU I REVI- ZIJI MISIJE, STRATEGIJE, POLITIKA, I CILJEVA POVEZANIH SA ODRŽIVOŠĆU		<b>18</b>	



## GRI INDEKS

GRI STANDARDI	GRI 102: OPŠTI PODACI	STRANA	UN PRINCIPII & SDGS
<b>102-27</b>	KOLEKTIVNO ZNANJE NAJVIŠIH UPRAVNIH TELA O PITANJIMA ODRŽIVOSTI	<b>18, 24</b>	
<b>102-29</b>	IDENTIFIKOVANJE I UPRAVLJANJE EKONOMSKIM, EKOLOŠKIM I DRUŠTVENIM UTICAJIMA	<b>22-24</b>	
<b>102-31</b>	PREGLED EKONOMSKIH, EKOLOŠKIH I DRUŠTVENIH TEMA OD STRANE NAJVIŠIH UPRAVNIH TELA	<b>24</b>	
<b>102-32</b>	ULOGA NAJVIŠIH UPRAVNIH TELA U IZVEŠTAVANJU O ODRŽIVOSTI	<b>18, 24</b>	
<b>5. UKLJUČIVANJE ZAINTERESOVANIH STRANA</b>			
<b>102 - 40</b>	LISTA UKLJUČENIH ZAINTERESOVANIH STRANA	<b>22</b>	
<b>102 - 41</b>	KOLEKTIVNI UGOVOR	<b>15</b>	PRINCIP 3 CILJ 8
<b>102 - 42</b>	PROCES ZA DEFINISANJE I IZBOR ZAINTERESOVANIH STRANA	<b>22</b>	
<b>102 - 43</b>	PRISTUP UKLJUČIVANJU ZAINTERESOVANIH STRANA	<b>22-24</b>	
<b>102 - 44</b>	KLJUČNE TEME KOJE SU ZAINTERESOVANE STRANE POKRENULE	<b>24</b>	





# GRI INDEKS

GRI STANDARDI	GRI 102: OPŠTI PODACI	STRANA	UN PRINCIPII & SDGS
6. PRAKSE IZVEŠTAVANJA			
102 - 45	ENTITETI UKLJUČENI U KONSOLIDOVANI FINANSIJSKI IZVEŠTAJ	-	
102 - 46	DEFINISANJE SADRŽAJA IZVEŠTAJA I GRANICA TEMA	22-24	
102 - 47	LISTA MATERIJALNIH TEMA	24	
102 - 48	KOREKCIJE PODATAKA	-	
102 - 49	PROMENE U IZVEŠTAVANJU	-	
102 - 50	PERIOD IZVEŠTAVANJA	97	
102 - 51	DATUM PRETHODNOG OBJAVLJENOG IZVEŠTAJA	-	
102 - 52	CIKLUS IZVEŠTAVANJA	96	
102 - 53	KONTAKT OSOBA ZA PITANJA U VEZI SA IZVEŠTAJEM	96	
102 - 54	IZJAVA O USAGLAŠENOSTI SA GRI STANDARDIMA	96	
102 - 55	GRI INDEKS	87-96	
102 - 56	EKSTERNA VERIFIKACIJA IZVEŠTAJA	97	



## GRI oblasti i indikatori

GRI SMERNICE ZA IZVEŠTAVANJE O ODRŽIVOSTI (STANDARDI)*	STRANA	PRINCIPI GLOBALNOG DOGOVORA UN & CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA UN
<b>KATEGORIJA: EKONOMIJA – GRI 200</b>		
TEMA: INDIRECTNI EKONOMSKI UTICAJI – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 203	<b>14, 42, 81</b>	
203-1 ULAGANJA U INFRASTRUKTURU I PODRŽANE USLUGE	<b>14</b>	CILJ 9
INDIKATORI IZ SEKTORSKOG DODATKA ZA SEKTOR PRERADE HRANE		
FP1 PROCENAT SIROVINA NABAVLJENIH OD DOBAVLJAČA KOJI SU USAGLAŠENI SA POLITIKOM NABAVKE SIROVINA	<b>30-35</b>	CILJ 9
FP2 PROCENAT SIROVINA KOJE SU NABAVLJENE U SKLADU SA POUZDANIM, MEĐUNARODNO PRIZNATIM STANDARDIMA ODGOVORNE PROIZVODNJE	<b>30-35</b>	CILJ 9
<b>KATEGORIJA: ŽIVOTNA SREDINA – GRI 300</b>		
TEMA: ENERGIJA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 302	<b>60</b>	
302-1 POTROŠNJA ENERGIJE UNUTAR KOMPANIJE	<b>60</b>	PRINCIPI 7,8 CILJEVI 7, 8, 12,13
302-4 SMANJENJE POTROŠNJE ENERGIJE	<b>60</b>	PRINCIPI 7,8 CILJEVI 7, 8, 12,13
302-3 ENERGETSKI INTENZITET	<b>60</b>	PRINCIPI 7,8 CILJEVI 7, 8, 12,13



## GRI oblasti i indikatori

GRI SMERNICE ZA IZVEŠTAVANJE O ODRŽIVOSTI (STANDARDI)*	STRANA	PRINCIPI GLOBALNOG DOGOVORA UN & CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA UN
TEMA: VODA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 303	<b>54-56</b>	
303-1 INTERAKCIJE SA VODOM KAO ZAJEDNIČKIM RESURSOM	<b>55-56</b>	PRINCIPI 7, 8 CILJEVI 6, 8, 12
303-2 UPRAVLJANJE UTICAJIMA POVEZANIM SA ISPUŠTANJEM VODE	<b>55-56</b>	PRINCIPI 7, 8 CILJEVI 6, 8, 12
303-3 CRPLJENJE VODE	<b>55</b>	PRINCIPI 7, 8 CILJEVI 6, 8, 12
TEMA: BIODIVERZITET – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 304	<b>26-30</b>	
304-2 ZNAČAJNI UTICAJI DELATNOSTI, PROIZVODA I USLUGA NA BIODIVERZITET	<b>26-30</b>	CILJEVI 6, 15
304-4 VRSTE KOJE SE NALAZE NA CRVENOM POPISU IUCN-A I NACIONALNOM POPISU UGROŽENIH VRSTA SA STANIŠTIMA NA PODRUČJIMA POGOĐENIMA POSLOVNIM DELATNOSTIMA KOMPANIJE	<b>28</b>	
TEMA: EMISIJE – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 305	<b>60-61</b>	
305-1 DIREKTNE EMISIJE GASOVA STAKLENE BAŠTE (GHG – SCOPE 1)	<b>61</b>	PRINCIPI 7, 8 CILJEVI 3,12,13,15
305-2 INDIRECTNE EMISIJE GASOVA STAKLENE BAŠTE (GHG – SCOPE 2)	<b>61</b>	PRINCIPI 7, 8 CILJEVI 3,12,13,15
305-4 INTENZITET EMISIJE GASOVA STAKLENE BAŠTE	<b>61</b>	PRINCIPI 7, 8 CILJEVI 3,12,13,15



## GRI oblasti i indikatori

GRI SMERNICE ZA IZVEŠTAVANJE O ODRŽIVOSTI (STANDARDI)*	STRANA	PRINCIPI GLOBALNOG DOGOVORA UN & CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA UN
TEMA: OTPAD – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 306	<b>56</b>	
306-1 GENERISANJE OTPADA I ZNAČAJNI UTICAJI POVEZANI SA OTPADOM	<b>56</b>	PRINCIPI 7, 8 CILJEVI 3, 6, 12, 15
306-2 UPRAVLJANJE ZNAČAJNIM UTICAJIMA POVEZANIM SA OTPADOM	<b>56</b>	PRINCIPI 7, 8 CILJEVI 3, 6, 12, 15
306-3 GENERISANI OTPAD	<b>56</b>	PRINCIPI 7, 8 CILJEVI 3, 6, 12, 15
306-4 OTPAD PREUSMEREN OD ODLAGANJA	<b>57</b>	PRINCIPI 7, 8 CILJEVI 3, 6, 12, 15
306-5 OTPAD USMEREN NA ODLAGANJE	<b>57</b>	PRINCIPI 7, 8 CILJEVI 3, 6, 12, 15
TEMA: EKOLOŠKA PROCENA DOBAVLJAČA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 308	<b>43-45</b>	
308-1 NOVI DOBAVLJAČI KOJI SU PODVRGNUTI ANALITIČKOM PREGLEDU PREMA KRITERIJUMIMA U VEZI SA UTICAJEM NA ŽIVOTNU SREDINU	<b>30, 35, 45</b>	PRINCIP 8
308-2 ZNAČAJNI OSTVARENI I POTENCIJALNI NEGATIVNI UTICAJI NA ŽIVOTNU SREDINU KROZ LANAC DOBAVLJAČA I PREDUZETE MERE	<b>30, 35, 45</b>	
TEMA: ZAPOŠLJAVANJE – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 401	<b>62</b>	
401-2 BENEFICIJE ZA ZAPOSLENE SA PUNIM RADNIM VREMENOM	<b>64</b>	CILJ 8
401-3 PORODILJSKO ODSUSTVO	<b>67</b>	PRINCIP 6 / CILJEVI 5,8





## GRI oblasti i indikatori

GRI SMERNICE ZA IZVEŠTAVANJE O ODRŽIVOSTI (STANDARDI)*	STRANA	PRINCIPI GLOBALNOG DOGOVORA UN & CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA UN
TEMA: ODNOS ZAPOSLENIH I MENADŽMENTA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 402	<b>62-63, 65</b>	
402-1 NAJMANJI PERIOD U KOME SE UNAPRED OBAVEŠTAVA O PROMENAMA U POSLOVANJU	<b>62-63, 65</b>	CILJ 8
TEMA: ZDRAVLJE I BEZBEDNOST NA RADNOM MESTU – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 403	<b>69</b>	
403-1 SISTEM UPRAVLJANJA BEZBEDNOŠĆU I ZDRAVLJEM NA RADU	<b>69</b>	CILJEVI 3, 8
403-2 IDENTIFIKACIJA, PROCENA RIZIKA, I ISTRAGA INCIDENATA	<b>70</b>	CILJEVI 3, 8
403-3 USLUGE U VEZI SA ZDRAVLJEM NA RADU	<b>70-72</b>	CILJEVI 3, 8
403-4 UČEŠĆE, SAVETOVANJE I KOMUNIKACIJA SA ZAPOSLENIMA U VEZI SA BEZBEDNOŠĆU I ZDRAVLJEM NA RADU	<b>69-70</b>	CILJEVI 3, 8
403-5 OBUKE O BEZBEDNOSTI I ZDRAVLJU NA RADU	<b>69</b>	
403-6 PROMOCIJA ZDRAVLJA ZAPOSLENIH	<b>71-72</b>	
403-7 PREVENCIJA I MITIGACIJA UTICAJA NA ZDRAVLJE I BEZBEDNOST DIREKTNO POVEZANIH SA POSLOVANJEM	<b>69-70</b>	
403-8 ZAPOSLENI OBUHVAĆENI SISTEMOM BEZBEDNOSTI I ZDRAVLJA NA RADU	<b>69</b>	
403-10 PROFESIONALNA OBOLJENJA	<b>71</b>	



## GRI oblasti i indikatori

GRI SMERNICE ZA IZVEŠTAVANJE O ODRŽIVOSTI (STANDARDI)*	STRANA	PRINCIPI GLOBALNOG DOGOVORA UN & CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA UN
TEMA: ANTIDISKRIMINACIJA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 406	<b>49-51, 62-63</b>	
406-1 SLUČAJEVI DISKRIMINACIJE I PREDUZETE MERE	<b>50-51, 63</b>	CILJ 8
TEMA: SLOBODA UDRUŽIVANJA I KOLEKTIVNO PREGOVARANJE – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 407	<b>15, 49-51</b>	
407-1 OPERACIJE I DOBAVLJAČI KOD KOJIH PRAVO NA UDRUŽIVANJE I KOLEKTIVNO PREGOVARANJE MOŽE BITI UGROŽENO	<b>15, 50-51</b>	CILJ 8
TEMA: PROCENA LJUDSKIH PRAVA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 412	<b>50-51</b>	
412-1 OPERACIJE U KOJIMA SU SPROVEDENI PREGLED ILI PROCENA UTICAJA U VEZI SA LJUDSKIM PRAVIMA	<b>51-52</b>	
412-3 ZNAČAJNI INVESTICIONI SPORAZUMI I UGOVORI KOJI UKLJUČUJU KLAUZULE U VEZI SA LJUDSKIM PRAVIMA ILI SU PROŠLI ANALITIČKI PREGLED U VEZI SA LJUDSKIM PRAVIMA	<b>50-51</b>	
TEMA: DRUŠTVENA PROCENA DOBAVLJAČA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 414	<b>49-52</b>	
414-1 PROCENAT NOVIH DOBAVLJAČA KOJI SU PODVRGNUTI ANALITIČKOM PREGLEDU PREMA KRITERIJUMIMA VEZANIM ZA DRUŠTVO	<b>51-52</b>	CILJEVI 5, 8, 16
414-2 ZNAČAJNI OSTVARENI I POTENCIJALNI NEGATIVNI UTICAJI NA DRUŠTVO KROZ LANAC DOBAVLJAČA I PREDUZETE MERE	<b>50-51</b>	CILJEVI 5, 8, 16



## GRI oblasti i indikatori

GRI SMERNICE ZA IZVEŠTAVANJE O ODRŽIVOSTI (STANDARDI)*	STRANA	PRINCIPI GLOBALNOG DOGOVORA UN & CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA UN
TEMA: ZDRAVLJE I BEZBEDNOST POTROŠAČA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 416	<b>76, 78-81</b>	
416-1 PROCENA ZDRAVSTVENIH I BEZBEDNOSNIH UTICAJA KATEGORIJA PROIZVODA I USLUGA	<b>76, 79</b>	
416-2 SLUČAJEVI NEPRIDRŽAVANJA U VEZI SA ZDRAVSTVENIM I BEZBEDNOSNIM UTICAJIMA PROIZVODA I USLUGA	<b>79</b>	CILJ 16
INDIKATORI IZ SEKTORSKOG DODATKA ZA SEKTOR PRERADE HRANE		
FP5 UČEŠĆE PROIZVODA PROIZVEDENIH U POGONIMA KOJI SU SERTIFIKOVANI OD NEZAVISNE TREĆE STRANE (PREMA MEĐUNARODNO PRIZNATIM STANDARDIMA UPRAVLJANJA SISTEMOM BEZBEDNOSTI HRANE) U UKUPNOM VOLUMENU PROIZVODNJE	<b>76</b>	
TEMA: MARKETING I OZNAČAVANJE		
417-1 ZAHTEVI U VEZI SA PRUŽANJEM INFORMACIJA I OZNAČAVANJEM PROIZVODA I USLUGA	<b>76</b>	CILJEVI 12, 16
TEMA: DOBROBIT ŽIVOTINJA - INDIKATORI IZ SEKTORSKOG DODATKA ZA SEKTOR PRERADE HRANE		
FP10 POLITIKE I PRAKSE U VEZI SA FIZIČKIM INTERVENCIJAMA I UPOTREBOM ANESTETIKA	<b>38-40</b>	
FP11 PROCENAT I TOTAL ŽIVOTINJA KOJE SU UZGOJENE I/ILI PRERAĐENE U RAZLIČITIM VRSTAMA SMEŠTAJA	<b>39-40</b>	
FP12 POLITIKE I PRAKSE ANTIBIOTSKIH, ANTI-UPALNIH, HORMONSKIH I DRUGIH TRETMANA	<b>38-39</b>	
FP13 UKUPAN BROJ SLUČAJEVA NEUSAGLAŠENOSTI SA ZAKONIMA, PROPISIMA, I DOBROVOLJNIM STANDARDIMA KOJI SE ODOSE NA TRANSPORT, TRETMAN I USMRČIVANJE KOPNENIH I VODENIH ŽIVOTINJA	<b>40</b>	



## O izveštaju

Izveštaj o održivosti Lidl Srbija odnosi se na poslovnu 2019. i 2020. godinu, što odgovara kalendarskom periodu 1. mart 2019. – 28. februar 2021. godine.

Ciklus izveštavanja: dvogodišnji

Izveštaj je sačinjen u skladu sa zahtevima **Global Reporting Initiative (GRI) Standarda**, u „*in reference with GRI 2021*“ opciji izveštavanja.

Kontakt osoba za pitanja i komentare u vezi sa izveštajem je:  
*Aleksandra Mirić*  
Specijalista za društveno odgovorno poslovanje  
[Aleksandra.Miric@lidl.rs](mailto:Aleksandra.Miric@lidl.rs)





