



Izveštaj o održivosti

Lidl Srbija 2021-2022.



Sadržaj



04 **Uvodna reč generalnog direktora**

08 **Pregled postignuća**

14 **O kompaniji**

15 Lidl Srbija

18 Naše vrednosti

19 Širenje poslovne mreže

20 Naši ljudi

22 **Održivost u Lidlu**

24 Upravljanje

29 Doprinos ciljevima održivog razvoja

30 Naši stejkholderi

32 Analiza materijalnosti



36 **Dobro za planetu**

38 **Zaštita klime**

38 1,5 stepeni

48 **Poštovanje biodiverziteta**

48 Ekosistemi

57 **Očuvanje resursa**

57 Sirovine

59 Cirkularna ekonomija

66 Otpad od hrane

68 **Dobro za ljude**

70 **Fer poslovanje**

70 Rad i ljudska prava

78 **Promocija zdravlja**

78 Bezbednost i zdravlje na radu

84 **Učešće u dijalogu**



90 **Dobro za tebe**

92 **Odgovorni proizvodi**

99 **GRI Indeks**

104 **O Izveštaju**

106 **Izveštaj eksternog revizora**



Uvodna reč

generalnog direktora



Poštovani partneri, kolege i prijatelji,

Izuzetno sam ponosan na drugi Izveštaj o održivosti kompanije Lidl Srbija KD (u daljem tekstu Lidl Srbija).

Naša posvećenost održivosti nastavila je da se razvija sa kontinuiranim rastom i razvojem poslovanja od otvaranja prvih Lidlovih prodavnica u Srbiji, u oktobru 2018. godine. Ponosno mogu da vam saopštim da smo na kraju poslovne 2022. godine poslovali sa ukupno 65 prodavnica, od kojih smo 18 otvorili u izveštajnom periodu. Pored toga, naše dnevno poslovanje podržavaju naša upravna zgrada i dva logistička centra, od kojih je jedan, takođe, otvoren tokom ovog izveštajnog perioda.

U ovom izveštaju predstavljamo rezultate za 2021. i 2022. poslovnu godinu. Pažljivo smo ih prikupili i analizirali kako bismo vas upoznali sa našim postignućima i angažmanom u oblasti održivosti.

Sa motom „Za bolje sutra” razvili smo strategiju održivosti kako bismo doprineli izgradnji uspešne i održive budućnosti za sve.

Svesni smo važne uloge koju imamo u društvu i uticaja koji naše poslovanje ostvaruje na planetu i ljude. Kao lider u poslovnoj zajednici, preuzimamo odgovornost i postavljamo primer odgovornog ponašanja prema životnoj sredini i zajednicama u kojima poslujemo. Naša pažnja je usmerena na osluškivanje potreba naših kupaca, zaposlenih, partnera, dobavljača i organizacija civilnog društva kako bismo zajedno ostvarili pozitivne promene.

Naša vizija za bolje sutra podstiče nas da kontinuirano radimo na unapređenju održivosti u svim aspektima našeg poslovanja i s ponosom delimo ovu viziju sa svima koji dele iste ciljeve i vrednosti.

U narednim poglavljima Izveštaja pronaći ćete detaljan opis našeg strateškog pristupa, naših ciljeva i postignutih rezultata u svakom od ovih segmenata. Želim da istaknem nekoliko projekata na koje smo posebno ponosni:

- **Čisto iz ljubavi** – nastavak projekta koji se bavi uklanjanjem otpada iz prirode, a deo je naše strategije „REset Plastic” u segmentu „REmove”;
- **Snazne.Hrabre.Vazne** – projekat koji podržava srpske preduzetnice i pruža im pomoć pri ostvarivanju njihovih poslovnih ciljeva;
- **Hoćeš da menjamo mesta? Pomeri se s mesta** – projekat koji podiže svest društva i pruža podršku osobama sa invaliditetom kako bi ostvarile svoja prava; ovaj projekat je nagrađen brojnim priznanjima za svoj značajan doprinos zajednici;
- **Mala dela su velika stvar** – projekat nastao u saradnji sa Crve-

nim krstom Srbije kako bismo sa našim kupcima pružili pomoć i podršku onima kojima je to najpotrebnije;

- **Dobro se reciklažom vraća:** – naša inicijativa koja se odnosi na recikliranje povratne ambalaže i koja spaja ekološko i humanitarno delovanje, kako bismo doprineli boljoj budućnosti zajednice.

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

Svi rezultati predstavljaju timski uspeh naših posvećenih zaposlenih. Stoga, Lidl Srbija posebnu pažnju poklanja dobrobiti zaposlenih i obezbeđivanju sigurnog i motivišućeg radnog okruženja. Ponosni smo na to što je naša posvećenost ovoj temi prepoznata ovih godina, i to kroz sertifikate „Top Employer Serbia” i „Top Employer Europe”, kao i kroz priznanje „Izvršnost u izazovima”, koje se dodeljuje kompanijama koje očuvanje zdravlja zaposlenih stavljaju na prvo mesto.

Jednostavan poslovni model je ključ našeg uspeha. Efikasni procesi i pouzdana saradnja sa našim dugoročnim partnerima omogućavaju nam da kupcima obezbedimo najbolji odnos cene i kvaliteta za pažljivo odabran asortiman.

U ovom izazovnom vremenu, u kom se svi zajedno nalazimo, predstoji nam suočavanje sa značajnim temama kao što su stabilnost globalnih lanaca nabavke, klimatske promene i ljudska prava u uslovima rastućih nejednakosti. Uprkos izazovima, ostajemo posvećeni načinu na koji radimo, pažljivo razmatrajući načine kako

možemo doprineti u ovim ključnim oblastima. Težimo postavljanju merljivih ciljeva, o kojima ćemo transparentno izveštavati u narednim godinama.

Verujem da ćete u narednim stranicama pronaći relevantne informacije koje doprinose jačanju saradnje i partnerstva sa Lidlom. Želim još jednom da vam zahvalim što zajedno s nama učestvujete u ovom putovanju ka boljoj budućnosti.



Srdačno,
Dragan Čigoja



Pregled postignuća

ZA BOLJE
SUTRA





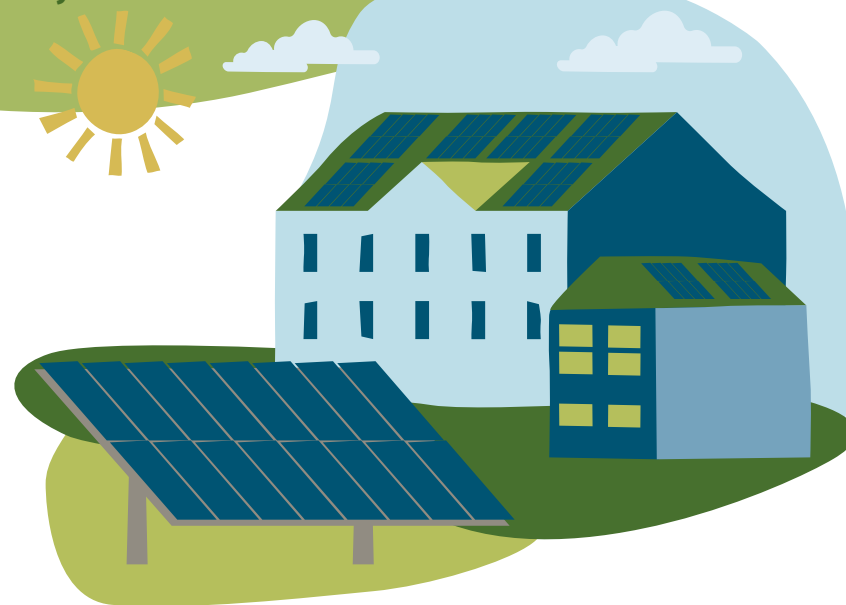
Zaštita klime

Logističkom centru u Lapovu, otvorenom 2022. godine, dodeljen je sertifikat **Platinum LEED** (*Leadership in Energy and Environmental Design*).

Tokom 2022. sertifikovali smo **53 maloprodajna objekta** (80% od ukupnog broja objekata u vlasništvu ili zakupu) **sertifikatom EDGE**.

Potpisali smo **Aneks ZeLEPS**, tako da **od maja 2021. godine Lidl Srbija koristi potpuno „zelenu” energiju u svim objektima koje ima u vlasništvu.**

Svi naši objekti, uključujući i prodavnice u zakupu, od 2022. godine snabdevaju se strujom iz obnovljivih izvora.



Očuvanje resursa

Smanjenje upotrebe papira (245,1 t)

prilagođavajući format letka, doprineli smo manjoj potrošnji papira.


Nastavili smo s projektom **Čisto iz ljubavi**, koji je deo naše strategije „REset Plastic”. Partnerstvo s Gorskom službom spasavanja (2021) i „Čepom do osmeha” (2022) omogućilo nam je uklanjanje otpada na mnogim lokacijama širom zemlje. Podsticali smo i druge neprofitne organizacije da se pridruže i postigli impresivne rezultate:

2021.

uklonjeno je **8 tona** otpada;

2022.

uklonjeno je **14 tona** otpada.



Kao deo projekta **Food Waste**, pokrenuli smo projekat u svim prodavnicama usmeren na prevenciju bacanja hrane, nudeći artikle koji su blizu isteka svog roka trajanja po sniženim cenama, npr. prodaju odabranih hlebova iz naše pekare koji se prodaju dan nakon pečenja po sniženoj ceni, kako ne bi završili kao otpad od hrane.

Fer poslovanje

Društveni standardi u lancu snabdevanja*

2021.

2022.

11%

64%



* Ukupan procenat dobavljača voća i povrća sertifikovanih prema standardu „GlobalG.A.P. GRASP” – modul razvijen za procenu socijalnih praksi na farmi, usmeren na specifične aspekte zdravlja, bezbednosti i dobrobiti radnika.

Ponosni smo dobitnici sertifikata „Top Employer Serbia” i „Top Employer Europe” za 2021. i 2022. godinu.

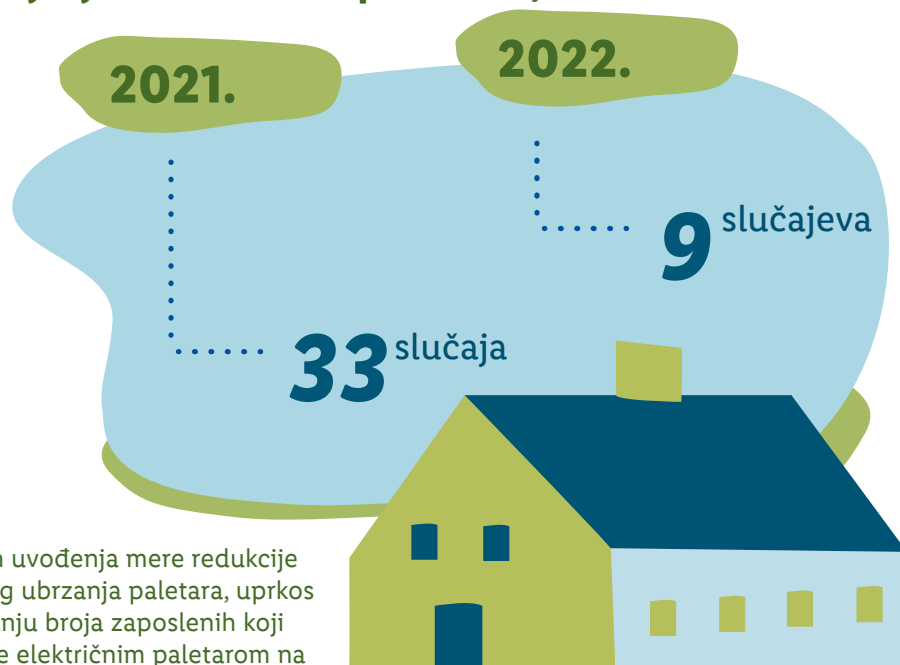
Prateći preporuke Svetske zdravstvene organizacije (SZO), kompanija Lidl Srbija se **obavezala da kroz oglašavanje i promotivne aktivnosti ohrabruje zdravu ishranu kod dece.** Od 2023. sukcesivno se obustavlja prikazivanje reklama za nezdrave namirnice namenjene deci, a od 2025. godine samo zdrave namirnice namenjene deci moći će da se ponude u pakovanjima primamljivog izgleda.

Tokom 2022. godine pokrenuli smo projekat „**Hoćeš da menjamo mesta? Pomeri se s mesta**”, s ciljem podizanja svesti o pravima i potrebama osoba sa invaliditetom. Ova zapažena kampanja je nastala u partnerstvu sa Nacionalnom organizacijom osoba sa invaliditetom Srbije i kreativnim agencijama, a skrenula je pažnju javnosti na **teme poput parkiranja, komunikacije sa osobama sa invaliditetom, važnosti pristupačnosti objekata za osobe sa invaliditetom, ali i manje vidljivim invaliditetima.**



Promocija zdravlja

Smanjenje povreda na radu (povezani sa upravljanjem električnim paletarom)*



*Nakon uvođenja mere redukcije startnog ubrzanja paletara, uprkos povećanju broja zaposlenih koji se služe električnim paletarom na radnom mestu.

Odgovorni proizvodi

Broj domaćih dobavljača



The LIDL logo is displayed on a blue sign with a yellow circle in the background. The letters 'LIDL' are in blue, with a red dot above the 'I'.A green speech bubble containing the text 'ZA BOLJE SUTRA' and a small globe icon in the top right corner.

ZA BOLJE
SUTRA

A large, dark blue speech bubble with a white outline, containing the text 'O kompaniji' in white.

O
kompaniji



Lidl Srbija

Lidl Srbija KD, sa sedištem u Novoj Pazovi, deo je Lidl Stiftung & Co. KG. Trenutno ima 65 prodavnica i dva regionalna logistička centra i zapošljava oko 3.500 ljudi.

Kompanije u Lidl grupi pripadaju Švarc grupaciji (*nem.* Schwarz Gruppe), nemačkoj maloprodajnoj grupi i jednim od lidera na svet-skom tržištu.



U Lidlu u Srbiji kupci uživaju u sveobuhvatnom i visokokvalitetnom stalnom asortimanu koji obuhvata preko 2.800 pojedinačnih artikala. Pored hrane, nudimo i neprehrambene proizvode, kao što su kozmetika, odeća i mali električni uređaji. Proizvodi brenda Lidl čine 86,53% ukupnog asortimana. Artikli drugih brendova čine 13,47%. Asortiman obuhvata više od 500 proizvoda regionalnih dobavljača, ukupno 190 organskih i 190 „Fairtrade” sertifikovanih proizvoda, u stalnom asortimanu i tematskim ponudama.

Dodatno, kompanije koje posluju pod brendom Lidl pridaju važnost jednostavnosti i primeni pristupa zasnovanom na procesu u svim svojim prodavnicama, regionalnim i nacionalnim distributivnim centrima. To znači da su kompanije Lidl grupe u mogućnosti da svojim kupcima svaki dan ponude najbolji odnos cene i kvaliteta.

Poslovni model

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

da kupcima svaki dan obezbede što jednostavnije iskustvo kupovine.

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

Lidl grupa je deo Švarc grupe i jedan je od vodećih maloprodajnih lanaca hrane u Nemačkoj i Evropi. Kompanije Lidl grupe trenutno broje preko 12.200 prodavnica i više od 220 logističkih centara u 31 zemlji. Kompanije Lidl grupe, takođe, zapošljavaju osoblje u Aziji. Sve kompanije Lidl grupe trenutno imaju oko 376.000 zaposlenih.

Lidl Stiftung & Co. KG, sa sedištem u Nekarsulmu, u Nemačkoj, zajednički je uspostavio smernice i standardne procese koji se primenjuju u svim kompanijama Lidl grupe.

Kompanije Švarc grupe, sa poslovnim aktivnostima u preko 30 zemalja, zajedno čine jednu od vodećih maloprodajnih grupa u svetu. Sa svojih oko 13.700 prodavnica i više od 575.000 zaposlenih, kompanije Švarc grupe su zajedno ostvarile ukupnu prodaju od 154,1 milijardu evra u fiskalnoj 2022. godini. Podeljene na proizvodne, maloprodajne i ekološke jedinice, kompanije Švarc grupe zajedno pokrivaju ceo ciklus vrednosti. Lidl i Kaufland su stubovi grupe u maloprodaji hrane. Mnoge proizvode privatnih marki na policama Lidla i Kauflanda, od sladoleda do pića, proizvode kompanije Švarc proizvodnje (nem. Schwarz Produktion). Poseban akcenat je stavljen na upotrebu održivih sirovina, kao i na proizvodnju, upotrebu i reciklažu ekološki prihvatljive ambalaže. Pružalac ekoloških usluga „Pre-

Zero” sledi viziju zatvorenog ciklusa reciklaže kroz fokus na upravljanju otpadom i reciklažom i na taj način doprinosi čistijoj budućnosti. Švarc uslužna društva (nem. *Schwarz Dienstleistungsgesellschaften*), Odeljenje za korporativne usluge Grupe, pruža administrativne i operativne usluge – na primer, u oblastima kontrole, finansija, osoblja ili IT-ja – za sve druge kompanije grupe.

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

Pregled kompanija Švarc grupe

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



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



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



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

Naše vrednosti

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

Proizvodnja sirovina, prerada poljoprivrednih osnovnih proizvoda i povezani proizvodni i transportni procesi imaju ekološke i društvene posledice. Svjesni uticaja na životnu sredinu i društvo, težimo postepenom poboljšanju ekoloških društvenih standarda. Stoga, saradujemo sa dobavljačima, smanjujemo upotrebu sirovina gde je moguće i implementiramo koncept zatvorenog kruga već u fazi proizvodnje. Lidl Srbija je posvećena i unapređenju uslova života i rada u zemljama proizvodnje.

Lidl Srbija, takođe, želi da ostvari svoj uticaj u prodajnim aktivnostima u lancu snabdevanja. Imamo priliku da oblikujemo potrošačke navike kupaca i osnažimo ih da donose održive, informisane i zdrave odluke o kupovini. Stalno analiziramo kako možemo unaprediti naš asortiman čineći ga zdravijim i održivijim, a našim kupcima pružamo transparentne informacije o tome.

Korporativne vrednosti srž su naše kompanije i jedan od razloga našeg uspešnog poslovanja. One su zajednički imenilac za osobi-

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

Dinamičnost

spremno prihvatamo nove okolnosti i zaduženja; naši planovi su ambiciozni, ali dovoljno fleksibilni da predvide promene na tržištu i odgovore na njih;

Efikasnost

postavljamo visoke ciljeve i fokusiramo se na rezultate; ostvarujemo ih brzo, u potpunosti i često nadmašujemo;

Pravednost

poslu i ljudima pristupamo otvoreno i bez predrasuda; cenimo pravedan odnos, poštujemo dogovore i držimo reč;



Sigurnost

deo smo stabilne, internacionalne grupacije koja traje; nudimo sigurna radna mesta, podstičemo razmenu iskustva i znanja, lični razvoj i napredovanje;

Srdačnost

zajedno stvaramo srdačnu radnu atmosferu; smelo donosimo odluke i preuzimamo odgovornost, pozitivnog smo stava, iz grešaka učimo i slavimo uspehe.



Širenje poslovne mreže

Ono što koncept Lidla čini posebnim: Kompanije Lidl grupe posluju širom sveta sa odabranim brojem proizvoda u asortimanu koji se sastoji od prehrambenih i neprehrambenih artikala. Sastav asortimana razvija se prema zahtevima kupaca u svakoj zemlji i nudi im najbolji kvalitet po najboljoj ceni. Pri tome, zajednički cilj svih kompanija Lidl grupe je da svakodnevno ispunjavaju obećanje u vezi sa kvalitetom i u isto vreme na svim nivoima deluju održivo. Kompanije Lidl grupe primenjuju međunarodno standardizovane koncepte, ali ih

prilagođavaju uslovima specifičnim za svaku zemlju.

Na domaćem tržištu smo od oktobra 2018. godine, kada smo otvorili vrata prvih 16 prodavnica u 12 gradova Srbije. Tokom 2019. i 2020. godine otvorili smo još 31 prodavnicu i poslovnu 2020. godinu završili sa 47 prodavnica u 32 grada.

U izveštajnim godinama 2021/22. Lidl Srbija je postala bogatija za 18 novih prodavnica u pet novih gradova, pa je na kraju poslovne 2021/22. godine imala ukupno 65 prodavnica u 37 gradova.

Pored veće dostupnosti kupcima 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 uz praksu da Lidl prvenstveno kupuje zemlju i sâm gradi svoje prodavnice dodatno potvrđuje uticaj koji kompanija kroz gradnju ima na životnu sredinu i lokalne zajednice u celini.

Prodavnice kompanije Lidl Srbija građene su po najnovijim standardima održivosti i zadaju tržišni standard drugim akterima. Uz to, u saradnji sa lokalnim zainteresovanim stranama, Lidl Srbija ulaže i u lokalnu infrastrukturu u blizini objekata koje gradi, poput zelenih i pešačkih površina, urbanog mobilijara i dečjih igrališta.

Naši ljudi

Kako Lidl Srbija pokreću ljudi, važno nam je da svi zaposleni u Lidlu Srbija budu zadovoljni i da rade u uslovima u kojima mogu da ostvare svoj pun potencijal. Stoga smo dobrobit naših zaposlenih stavili na prvo mesto i njoj posvetili ne samo veliki broj projekata već i celo jedno odeljenje u Sektoru ljudskih resursa – Korporativna kultura. Prava zaposlenih zaštićena su Zakonom o radu, Pravilnikom o radu i Ugovorom o radu. Prioriteti su nam stvaranje sradne radne atmosfere, posvećeno i temeljno uvođenje u posao, počevši od prvog radnog dana, i razvoj zaposlenih prema njihovim ličnim ambicijama i sposobnostima.

Na kraju poslovne 2022. godine Lidl Srbija je zapošljavao više od 3.500 ljudi širom Srbije.



Kompanija Lidl Srbija je ponovo nagrađena prestižnim sertifikatima „Top Employer Serbia” i „Top Employer Europe” za rezultate ostvarene u 2021. i u 2022. 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 korektnog odnosa, kao i benefita koje kompanije pružaju svojim zaposlenima. Ovaj prestižni međunarodni sertifikat se dobija na osnovu istraživanja koja „Top Employers Institute” sprovodi u šest 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 Srbija ističe kao jedan od najpoželjnijih poslodavaca u Srbiji i regionu jesu privatno zdravstveno osiguranje za sve zaposlene i njihove porodice, isplata svakog minuta prekovremenog rada, obezbeđeni uslovi za kontinuirano usavršavanje zaposlenih, kao i mogućnost rada od kuće za radna mesta na kojima je to moguće. Ovim kompanija potvrđuje da se kroz svoje svakodnevno poslovanje zalaže za to da svojim zaposlenima obezbedi osećaj pripadnosti zajednici.

Detaljnije informacije o posvećenosti Lidla Srbija zaposlenima možete pročitati u poglavlju [Fer poslovanje](#).



A person is riding a bicycle in a field at sunset. The sky is filled with soft, colorful clouds in shades of orange, pink, and blue. The person is in silhouette, riding from left to right. A large, semi-transparent grey speech bubble is overlaid on the center of the image, containing the main title. A smaller green speech bubble is positioned above and to the right of the main one, containing the slogan and a small globe icon.

ZA BOLJE
SUTRA

Održivost u Lidlu



Kao maloprodajni trgovinski lanac, 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) važan je deo naše korporativne filozofije i upravo zbog toga nastojimo da razumemo i aktivno poboljšamo naše uticaje, kako bismo mogli da donosimo odgovorne i održive odluke.

Naš moto odgovornosti je „Za bolje sutra”. Slušamo naše kupce 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.

Upravljanje

U Lidl Srbija primenjujemo efikasnu organizacionu strukturu koja osigurava usklađeno upravljanje našom kompanijom. Ključni organ za donošenje odluka je Upravni odbor, koji je odgovoran za vođenje poslovanja. Svi članovi Upravnog odbora imaju mogućnost da predlože i argumentuju bilo koju temu u vezi sa uticajem Lidla Srbija na ekonomiju, životnu sredinu i društvo. Upravni odbor se sastoji od izvršnih direktora i direktora direkcija, a konačno donošenje odluka je odgovornost predsednika Upravnog odbora.

Nema ograničenja u vezi sa trajanjem članstva u Upravnom odboru, niti su članovi zauzeti drugim pozicijama unutar kompanije. Za izveštajni period 2021/22. godine sastav Upravnog odbora čine dva ženska i tri muška člana. Svi članovi Upravnog odbora poseduju bogato (eksterno i interno) znanje i iskustvo u oblastima koje predstavljaju u Upravnom odboru.

Tokom izveštajnog perioda Upravni odbor čine isključivo zaposleni u Lidlu Srbija. Nisu prisutne spoljne zainteresovane strane.

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

Na kraju izveštajnog perioda naš predsednik Upravnog odbora, takođe, obavlja funkciju starijeg izvršnog direktora. Njegova odgovornost kao starijeg izvršnog direktora obuhvata odeljenje prodaje i logistike. Ovo privremeno raspoređivanje dužnosti traje dok se ne popuni pozicija člana Upravnog odbora za tu specifičnu ulogu. Važno je napomenuti da nema sukoba interesa, budući da je ova

uloga unutar kompanije, a Upravni odbor ima zajednički interes u postizanju najboljih mogućih rezultata u oblasti prodaje i logistike.

Naša kompanija posvećena je vrhunskoj poslovnoj etici i transparentnosti u svim svojim aktivnostima. Svi naši zaposleni imaju obavezu da deluju u najboljem interesu kompanije, izbegavajući bilo kakve sukobe interesa koji proističu iz privatnih interesa. Očekujemo da svaki pojedinac pažljivo prepozna i prijavi potencijalni sukob interesa svom neposrednom nadređenom.

Ukoliko se pojavi situacija u kojoj nije moguće samostalno izbeći ili rešiti sukob interesa, to je odmah potrebno prijaviti, kako bi se preduzeli neophodni koraci za rešenje. Prijavu sukoba interesa uvek treba obaviti pre započinjanja bilo kakvih relevantnih aktivnosti ili donošenja odluka.

Odgovornost za transparentnost počinje od prvog radnog dana, gde novozaposleni imaju obavezu da prijave sve postojeće ili potencijalne sukobe interesa svom nadređenom, najkasnije do dana stupanja na dužnost

Kolektivno znanje najvišeg upravnog tela

Lidl Srbija kontinuirano ulaže u razvoj kolektivnog znanja, veština i iskustva donosilaca odluka o održivom razvoju. One uključuju:

- obuke;
- konsultacije sa spoljašnjim stručnjacima;
- radionice sa relevantnim stejkholderima;
- panele i javne diskusije.

Učešće na konferenciji SrbGBC „Dani dobre prakse” u okviru „World Green Building Weeka” 2022. godine

U okviru internacionalnog „World Green Building Weeka”, koji se obeležava u mnogim zemljama sveta, a koji u Srbiji organizuje Savet zelene gradnje Srbije, bili smo prisutni kroz učešće na panelu posvećenom dobrim praksama u građevinskom sektoru u Srbiji. U sklopu panela izvršna direktorka centralnih usluga, pod koje potpada i Sektor gradnje, i članica Upravnog odbora predstavila je najbolje održive prakse gradnje koje primenjuje Lidl Srbija i ukazala na mnogobrojne sertifikate održive gradnje koje nose naši objekti.

Politike naknada (za rad)

Plate stvaraju uslove za dostojanstven život. Zbog toga kompanije imaju odgovornost da obezbede dovoljnu nadoknadu koja je pravična i jednaka. Na taj način stvaraju osnovu za radni odnos zasnovan na poverenju i poštovanju, od čega svi imaju koristi.

Naše politike naknada za članove najvišeg upravnog tela i visoke izvršne rukovodioce osmišljene su kako bi obezbedile pravičnost, konkurentnost i usklađenost sa ciljevima naše organizacije. Ove politike obuhvataju različite aspekte, uključujući fiksnu platu i varijabilnu platu.

Svi paketi nagrada za članove Upravnog odbora i visoke izvršne ruko-

vodioce ugovoreni su u fiksnim iznosima. Ovo pruža transparentnost i stabilnost u njihovoj kompenzaciji.

Trenutno nemamo komponentu varijabilne plate u našim politikama nagrada. Sve odluke o kompenzaciji za članove Upravnog odbora donose se u našoj matičnoj organizaciji, u Nemačkoj.

Trenutno ne nudimo bonuse za pridruživanje ili nagrade za regrutaciju članovima Upravnog odbora ili visokim izvršnim rukovodiocima. Naš fokus je usmeren na privlačenje i zadržavanje talenta putem konkurentnih paketa nagrada koji se usklađuju sa industrijskim standardima.

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

Naknade se dodeljuju na osnovu odluka članova Upravnog odbora i u skladu sa budžetom za tekuću godinu. Stoga, trenutno nemamo relevantne rezultate glasanja akcionara ili drugih zainteresovanih strana u vezi sa politikama nagrada i predlozima.

Proces za određivanje nadoknade

Sistem nadoknada u Lidlu Srbija zasniva se na kadrovskoj strategiji i uzima u obzir relevantne regulatorne zahteve. Redovno se pregleda radi usklađivanja i, ako je potrebno, prilagođava trenutnim regulatornim zahtevima. Našim sistemom nagrađivanja stvaramo privlačne uslove u skladu s tržištem i dizajniramo ga da bude nezavisan od pola, godina, porekla, seksualne orijentacije, ideologije, religije ili mentalnih i fizičkih sposobnosti.

Politike nadoknade

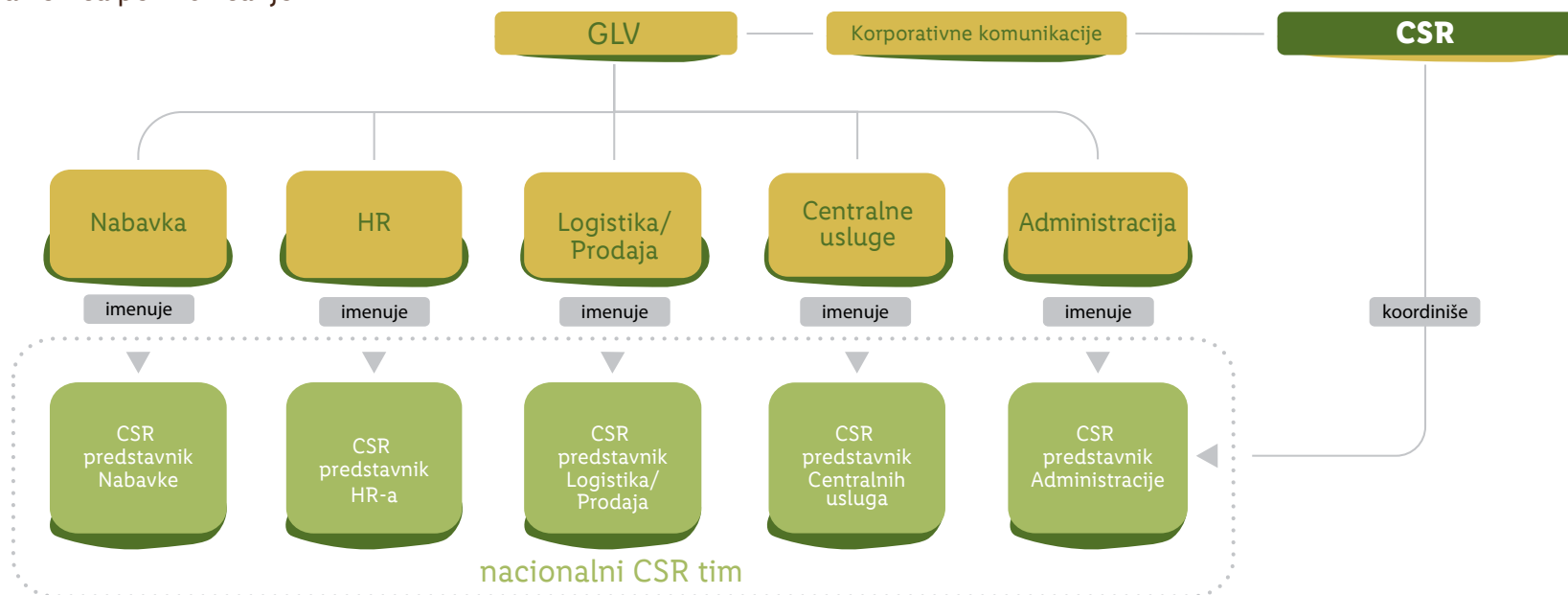
U kompaniji Lidl Srbija naša praksa je da svi ugovori o nadoknadi budu fiksni, kako bismo obezbedili transparentnost i pravičnost. Ne primenjujemo bonus za potpisivanje ugovora ili stimulativne isplate za za- pošljavanje, već naglasak stavljamo na konkurentne fiksne nadoknade. Kao poslodavac, smatramo da je naša odgovornost da isplatimo našim zaposlenima platu koja omogućuje dostojanstven život. Kao princip za to definišemo našu internu minimalnu platu u Lidlu, koja je orijentisa- na ka regulatornim zahtevima u zemlji ili je iznad njih. To omogućava našim zaposlenima u nižim platnim grupama da poboljšaju svoju fi- nansijsku situaciju. Interna minimalna plata u Lidlu redovno se prove- rava i prilagođava po potrebi.

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

Kada je reč o nadoknadi za članove Odbora, odluke o plaćanju donose se na osnovu smernica i direktiva Lidla Stiftung. Takođe, ova praksa znači da nemamo formalno definisanu politiku nagrađivanja za čla- nove najvišeg upravnog tela i rukovodeće kadrove, već se fokusiramo na pažljivo upravljanje odlukama u skladu sa ukupnom strategijom i ciljevima kompanije.

Organizacija održivosti i principi u Lidlu Srbija

U Lidlu Srbija održivost je utemeljena kao ključni strateški i operativni zadatak koji se nadgleda kroz Upravni odbor, a ukupna odgovornost leži kod njegovog predsednika. Odeljenje za koordinaciju korporativne društvene odgovornosti (CSR) za kompaniju Lidl Srbija (kao deo kor- porativnih komunikacija) i Upravni odbor zajedno određuju strateški pravac. Oni, takođe, rukovode koordinacijom međuresornih aktivnosti



usmerenih na održivost. Odeljenje za koordinaciju korporativne društvene odgovornosti za Lidl Srbija preko rukovodioca korporativnih komunikacija izveštava izvršnog direktora. To se dešava, između ostalog, u okviru revizije strategije korporativne društvene odgovornosti i u okviru izveštavanja o održivosti. Izvršni direktor je uključen u proces izveštavanja u tom pogledu i takođe je odgovoran za konačno odobrenje. Odeljenje za koordinaciju CSR-a podržava CSR tim, koji se sastoji od predstavnika relevantnih sektora Lidla Srbija. Unutar ovog CSR tima trendovi i teme održivosti se razmatraju u pojedinačnim sektorima. Ciljevi i mere dogovoreni ovde predstavljaju se Izvršnom odboru, koji, zatim, usmerava strateški pravac i implementaciju angažmana za održivost Lidla Srbija putem svoje odluke.

Principi

Kao kompanija, imamo odgovornost da, gde je to moguće, izbegavamo ili smanjujemo negativne uticaje na životnu sredinu i društvo koji mogu proizaći iz naših poslovnih aktivnosti. U Lidlu Srbija ovaj princip opreznosti, koji proizlazi iz Deklaracije iz Rio de Žaneira sa Konferencije Ujedinjenih nacija o životnoj sredini i razvoju (UNCED), reflektuje se u našim korporativnim principima, kao i u Kodeksu ponašanja Švarc grupe, i predstavlja integrisani deo našeg korporativnog upravljanja. Kao deo Švarc grupe, mi i naši poslovni partneri u lancu snabdevanja kroz potpisivanje Kodeksa ponašanja obavezujemo se da poštujemo ljudska prava, ekološke obaveze i sprovodimo primenjive nacionalne i međunarodne zakone. Konkretno, definišemo načela u vezi sa standardima bezbednosti na radu, pravom na slobodu udruživanja, naknadom, jednakim mogućnostima, prevencijom dečjeg rada i prisilnog rada, kao i principe vezane za zakone o zaštiti životne sredine, sirovina i zgađenju prirode u našem lancu snabdevanja. Ova načela su zasnovana na relevantnim međunarodnim smernicama i okvirima.



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

Kodeks ponašanja je uključen u sve naše ugovore sa visoko-rizičnim dobavljačima kako bismo osigurali saradnju samo sa partnerima koji

poštuju pravne okvire, redovno isplaćuju radnike, poštuju ljudska prava i brinu o zaštiti životne sredine.

Iz perspektive pravne usklađenosti, Vlada i politički donosioci odluka određuju pravne okvire za naše ekonomske aktivnosti. Redovna komunikacija sa ovim donosiocima odluka ključna je kako bismo na vreme identifikovali potencijalne probleme i prilike u oblikovanju tih okvira, te na odgovarajući način doprineli i zastupali interese naše kompanije. Takođe, zaposlenima u našoj kompaniji se skreće pažnja na važnost ovih principa prilikom zaključivanja ugovora o radu.

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

Lidl Srbija odbacuje svaku vrstu kršenja ljudskih i radničkih prava, kako je propisano u Kodeksu ponašanja. Fokus u tom pogledu je na ljudskim pravima u vezi sa radnim mestom. Cilj ovih prava je zaštita ljudi od negativnih posledica tokom zaposlenja.

Ljudska prava u vezi sa radnim mestom uključuju zabranu dečjeg i prinudnog rada, diskriminacije, adekvatnu naknadu, zaštitu slobode udruživanja, kao i bezbednost na radu. Potpisivanjem Kodeksa ponašanja poslovni partner dalje se obavezuje da će odgovarajuće postupiti u skladu sa propisima duž lanca snabdevanja i sprovesti ove propise u vezi sa sopstvenim ugovornim partnerima putem ugovornih regulativa i instrumenata, kao što su revizije ili obuke.

Lidl Srbija kontinuirano radi na integraciji principa korporativne pažnje u opšte procese kompanije. U proteklim godinama poseban fokus je stavljen na naš lanac snabdevanja, jer tu naše poslovne aktivnosti imaju najveći uticaj. U Odeljenju nabavke smo, stoga, uspostavili standardizovani proces temeljne analize (Due diligence). Ovo uključuje sistematsku analizu potencijalnih rizika kršenja ljudskih prava i uticaja na životnu sredinu, kao i povezane korektivne mere. Detaljan opis ovog procesa možete pronaći u našoj Izjavi o namerama [Društvena odgovornost u pogledu zaštite ljudskih prava i životne sredine u procesu nabavke](#).

Takođe smo razvili [politiku za ljudska prava u lancu snabdevanja](#), koja definiše jasne principe, ciljeve, standarde i odgovornosti u zaštiti ljudskih prava. Trenutno proširujemo primenu detaljne analize na celu kompaniju. U okviru ovih aktivnosti razvijamo celokupan pristup primeni ljudskih prava, kao i elemenata zaštite životne sredine u procesima temeljne analize. Koristimo niz mera kako bismo informisali naše zaposlene i podigli svest o principima koji se primenjuju u Lidlu Srbija. Na primer, to uključuje interni priručnik za Nabavku, koji konkretizuje principe o poštovanju ljudskih prava kroz konkretna merila i ciljeve.



Doprinos ciljevima održivog razvoja

Posvećenost Globalnom dogovoru za korporativnu održivost UN

WE SUPPORT



Svesni smo da osiguravanje radnih i ekoloških standarda u globalnoj proizvodnji i lancima snabdevanja predstavlja kompleksan izazov sa kojim se suočava trgovina širom sveta. U okviru naše korporativne odgovornosti, u potpunosti smo posvećeni primeni odgovarajućih mera i neprestanom unapređenju društvenih i ekoloških standarda u celokupnom lancu vrednosti.

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

U skladu sa ovom posvećenošću, u martu 2020. godine, Lidl Srbija i ostale kompanijske jedinice u okviru Švarc grupe pridružile su se Globalnom dogovoru Ujedinjenih nacija (UNGC), najvećoj i najautornijoj korporativnoj inicijativi za održivost na svetu. Obavezali smo se da ćemo podržavati deset univerzalnih principa UNGC-a koji obuhvataju ljudska prava, socijalne standarde, zaštitu životne sredine i borbu protiv korupcije. Ovi principi pružaju globalni okvir za sveobuhvatno posvećivanje održivosti, koje smo negovali tokom mnogih godina.

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

Lidl Srbija je sprovela niz mera kako bi podržala principe koji promovišu održivu globalnu ekonomiju. Ovaj izveštaj detaljno opisuje sprovedene mere u izveštajnom periodu, a pregled našeg doprinosa svakom pojedinačnom principu dostupan je u tabeli GRI Indeks.

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 čiji je cilj promovisanje i jačanje uloge žena u poslovnom okruženju. Dokument obuhvata sedam osnovnih principa koji daju smernice kompanijama u promovisanju rodne ravnopravnosti:

- uspostavljanje kulture korporativnog liderstva po principu jednakosti;
- korektno ophođenje prema svim ženama i muškarcima na poslu – poštovanje i podržavanje ljudskih prava i zabrana diskri-



- minacije;
- briga o zdravlju, sigurnosti i blagostanju svih zaposlenih;
- promovisanje obrazovanja, obuke i profesionalnog razvoja za žene;
- promovisanje preduzetništva među ženama, zahtev za jačanjem uloge žena kod kompanija u lancu nabavke i poštovanje dostojanstva žena u prenošenju poruka;
- promovisanje rodne ravnopravnosti kroz inicijative i zalaganje u zajednici;
- merenje i javno izveštavanje o napretku kompanije u oblasti rodne ravnopravnosti.

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

Naši stejkholderi

Kontinuirana razmena informacija sa našim internim i eksternim grupama stejkholdera – kao što su zaposleni, kupci, poslovni partneri i nevladine organizacije (NVO), političke vlasti ili mediji – materijalni je deo upravljanja održivošću Lidl Srbija.

Ovaj dijalog se odvija u oba smera. Redovno obaveštavamo sve stejkholdere o našim aktivnostima. Za to koristimo različite formate namenjene spoljnoj komunikaciji, kao što su izveštaji o održivosti, saopštenja za medije, leci (u onlajn i štampanom izdanju), aplikacija „Lidl plus”



i njuzleter (bilten) za sve zainteresovane. Za komunikaciju sa našim zaposlenima koristimo intranet portal, aplikaciju „We are Lidl” i polugodišnji magazin za naše zaposlene.

Takođe, podstičemo direktnu razmenu znanja i informacija i učestvujemo u organizaciji niza događaja, kao i sastanaka. Kroz svoju stručnost, zapažanja, kao i kritičku i konstruktivnu interakciju sa našom kompanijom, naši stejkholderi daju vredne povratne informacije koje su značajne za naš rad. Pored toga, kompanija Lidl Srbija je uključena u niz saradnji i mreža i učestvuje u formatima dijaloga i razmene znanja koje organizuju treća lica.

U redovnim intervalima, barem svake dve godine, procenjujemo koji su stejkholderi relevantni za kompaniju. Ovo se zasniva na eksternim

upitima i širokom praćenju tema koje se pojavljuju u društvenim debatama. Istovremeno, takođe, uzimamo u obzir bilo kakve promene odgovornosti od strane donosilaca odluka ili nevladinih organizacija. Takođe, vršimo poređenje sa rezultatima analize materijalnosti i povezanim temama.

Kontinuirano radimo na intenzivnoj razmeni znanja i iskustva sa različitim grupama stejkholdera o specifičnim temama. Na primer, uključili smo se u više radnih grupa koje obrađuju temu novog Zakona o depozitu i ambalažnom otpadu, kako bismo, kao kompanija sa višedecenijskim iskustvom u ovoj oblasti u Nemačkoj, ali i u drugim zemljama, doprineli pronalaženju najboljeg rešenja za Srbiju.

Analiza materijalnosti

Lidl Srbija je 2022. godine revidirala proces određivanja materijalnih tema CSR-a. To znači da sada uzimamo u obzir nove i izmjenjene (regulatorne) zahteve u ranoj fazi, uključujući aktuelnu definiciju materijalnosti iz GRI standarda 2021. i usvajanje Evropske direktive o izveštavanju o korporativnoj održivosti (CSRD). Osnova za ovaj proces je obnovljeni Lidlov model odgovornosti 2.0, koji pokriva ukupno 17 CSR tema.

Ovih 17 CSR tema je ocenjeno na dva načina:

razmotreni su pozitivni i negativni uticaji Lidla na ljude, životnu sredinu i društvo („perspektiva iznutra ka spolja”);

uzet je u obzir uticaj tema o društveno odgovornom poslovanju na Lidlov poslovni uspeh („perspektiva spolja ka unutra”).

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

Analiza se sprovodi u tri koraka:

- istraživanje u svim zemljama o relevantnosti uticaja (sastoji se od analize izloženosti i intervjua stručnjaka);
- procena poslovnog značaja za određenu zemlju (putem radionica);
- validacija i konsolidacija rezultata u matrici materijalnosti specifičnoj za zemlju.

Procena uticaja Lidl Srbija

Procena uticaja na sve nacionalne kompanije Lidl grupe sprovodi se centralno. U okviru toga, procenjujemo sveukupni uticaj Lidl grupe na ljude, životnu sredinu i društvo za sve nacionalne kompanije Lidl grupe u dvofaznom procesu, koji uključuje analizu izloženosti i intervjue stručnjaka koje sprovodi Lidl Stiftung.

Sprovođenje kvantitativne analize izloženosti

Analiza izloženosti se koristi kao procena potencijalnog direktnog i indirektnog uticaja Lidl grupe i razmatra rizike koji iz poslovnih aktivnosti kompanija Lidl grupe potencijalno mogu nastati za ljude, životnu sredinu i društvo. Analiza i evidentiranje uticaja Lidl grupe urađeni su kvantitativno na osnovu ekonomskih i kompanijskih podataka, kao i podataka specifičnih za industriju širom međunarodnog lanca vrednosti. Uzimajući u obzir da Lidl grupa posluje međunarodno, identifikovane su potencijalne potrebe za delovanjem na

lokalnom nivou i uporedile su se teme koje su važne za održivost i društvenu odgovornost. Drugim rečima, kako bi se zadovoljile različite potrebe u različitim zemljama, Lidl grupa je proučila važne teme u vezi sa društvenom odgovornošću i međusobno ih uporedila. Sledeći korak je bio modeliranje njenog lanca vrednosti, na osnovu podataka o prodaji, informacija o industriji i ekonomskih podataka. Zahvaljujući tome, odredili smo direktne i indirekne ekonomske uticaje koji su uzeti u obzir u analizi. Ovo ponderisanje, uglavnom, uzima u obzir one zemlje u kojima, na osnovu podataka, pojedine zemlje Lidl grupe pokazuju visok nivo aktivnosti i stoga ima potencijalno veći uticaj na te teme CSR-a. U poslednjem koraku, kombinacija potrebe za preduzimanjem akcije i ekonomske relevantnosti rezultirala je ocenama materijalnosti za pojedinačne teme CSR-a, a time i prvim modulom relevantnosti uticaja.

Sprovođenje kvalitativnih stručnih intervjua

Nakon analize izloženosti, statistički rezultati su potvrđeni putem kvalitativnog istraživanja. Ova mešavina različitih metoda čini analizu otpornijom, omogućava izvlačenje dubljih zaključaka i smanjuje potencijalne slabosti samostalnih metoda.

S tim ciljem kontaktirano je sa više od 50 međunarodnih stručnjaka iz relevantnih grupa stejkholdera, od kojih je devetoro intervjuisano, kako bi se dobilo još dublje razumevanje uticaja relevantnih kompanija Lidl grupe u vezi sa 17 tema društveno odgovornog poslovanja.

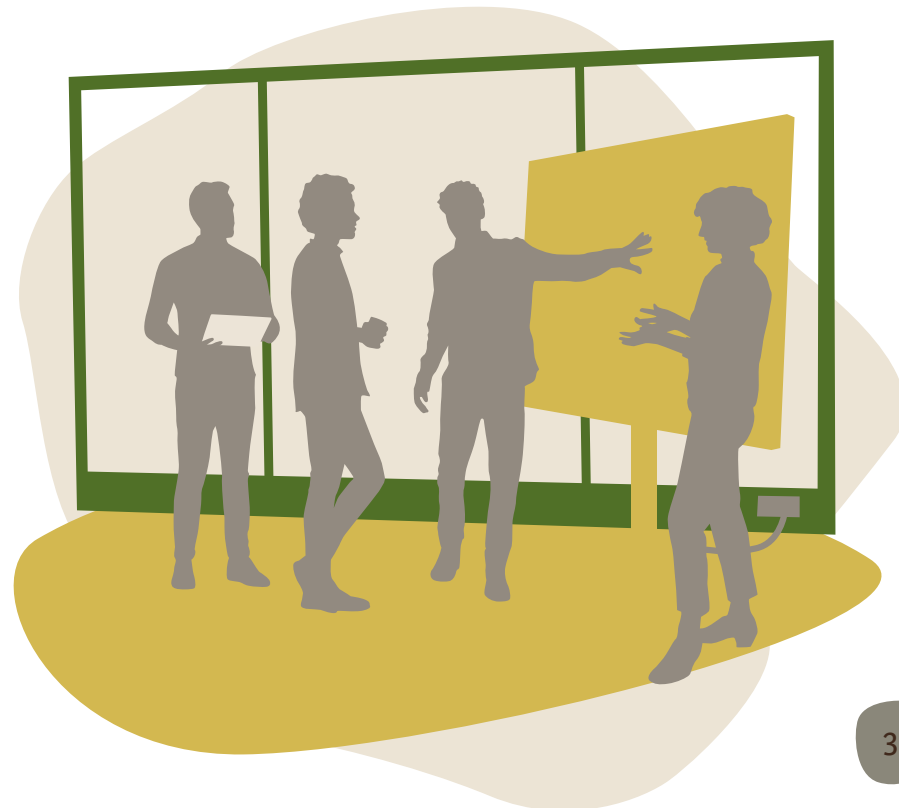
Prilikom odabira eksperata uzete su u obzir specifičnosti tržišta u različitim zemljama, njihovo poznavanje tih specifičnosti, kao i poznavanje CSR tema. Intervjue je pripremio, vodio i ocenio spoljni partner.

Kombinacija analize izloženosti i intervjua sa stručnjacima proizvela je vrednosti relevantnosti uticaja za 17 CSR tema, koje, takođe, predstavljaju vrednosti na x-osi matrice materijalnosti.

Prilikom kombinovanja rezultata, analiza izloženosti i ekspertska anketa ponderisane su prema rangu. Drugim rečima, u zavisnosti od kvaliteta i dostupnosti podataka, analiza izloženosti i stručni intervjui međusobno su upoređivani.

Procena poslovne relevantnosti kompanije Lidl Srbija

Kompanija Lidl Srbija je održala radionicu na kojoj su učesnici bili predstavnici proširenog CSR tima (kolege imenovane za CSR tim,



kao i kolege koje učestvuju u pripremi KPI-jeva). Osnovni razlog za to je njihova mikroekspertiza u pojedinim poljima, ali i činjenica da se CSR tim sastoji od šest ljudi. Cilj radionice je bila procena poslovne relevantnosti.

Poslovna relevantnost je procenjena za sve relevantne teme unutar internog CSR okvira „Lidl Responsibility Model”. Model deli CSR okvir na tri dimenzije – „Dobro za planetu”, „Dobro za ljude” i „Dobro za tebe”. Unutar dimenzija, identifikovano je šest strateških centralnih tema, koje objedinjuju nekoliko CSR tema pod svojim krovom i određuju strateški okvir.

Centralne strateške teme:

- Zaštita klime – kao deo Švarc grupe, dajemo važan doprinos ograničavanju globalnog zagrevanja na 1,5 stepeni smanjenjem operativnih emisija;
- Poštovanje biodiverziteta – promovišemo zaštitu i održivo korišćenje biološke raznolikosti;
- Očuvanje resursa – posvećeni smo kontinuiranoj zaštiti i odgovornom korišćenju resursa duž celog našeg lanca vrednosti;
- Fer poslovanje – poboljšavamo uslove života i rada ljudi uključenih u naše poslovne aktivnosti;
- Promocija zdravlja – podržavamo naše kupce i zaposlene da žive i rade zdravije i razvijamo odgovarajuće koncepte i ciljeve;
- Učešće u dijalogu – učestvujemo u kontinuiranom, transparentnom dijalogu sa svim relevantnim partnerima, zaposlenima i kupcima, kako bismo ih uključili u naše putovanje.

Učesnici radionice su imali zadatak da procene 17 CSR tema u Lid-

lovom modelu odgovornosti u pogledu svojih poslovnih mogućnosti i rizika. O rezultatima je, zatim, diskutovano i oni su preneti u matricu materijalnosti u obliku y-ose. Upravni odbor je, nakon toga, validirao rezultate, što je rezultiralo i poslovnom relevantnošću u matrici materijalnosti.

Kombinovanje obe dimenzije analize

Ukupno je osam CSR tema od materijalnog značaja za kompaniju Lidl Srbija. To znači da poslovne aktivnosti Lidla Srbija imaju značajan uticaj na ljude, životnu sredinu i društvo u vezi sa ovom temom ili da su tu najveće poslovne mogućnosti i rizici za kompaniju Lidl Srbija. U skladu s tim, one su unutar praga materijalnosti kompanije i čine osnovu za ovaj izveštaj.

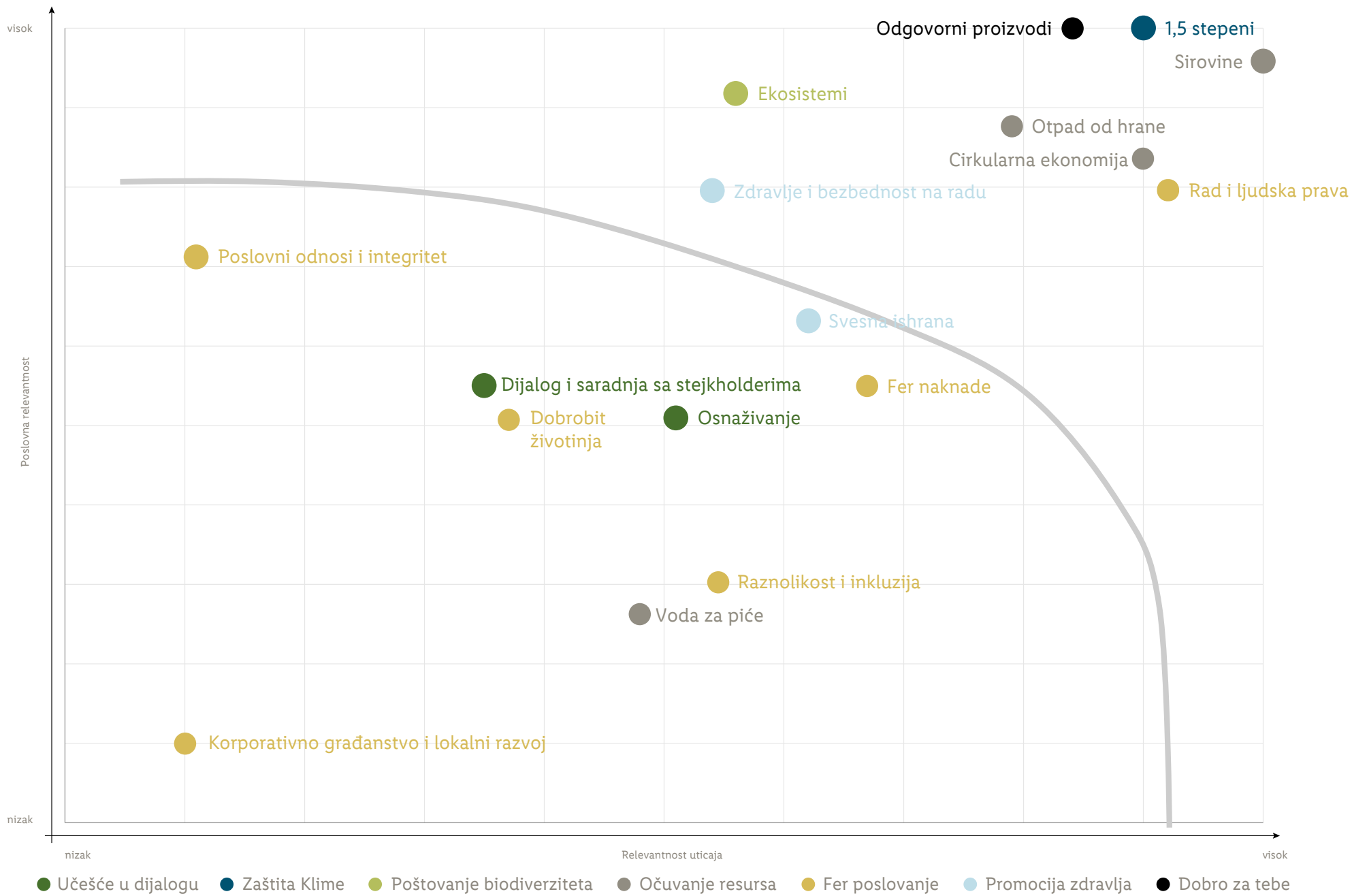
Materijalne teme koje su detaljnije ispitane u odeljku [Dobro za planetu](#) jesu:

- 1,5 stepeni, u okviru polja delovanja Zaštita klime;
- Ekosistemi, u okviru polja delovanja Poštovanje biodiverziteta;
- Sirovine, cirkularna ekonomija, otpad od hrane, u okviru polja delovanja Očuvanje resursa.

Materijalne teme koje su detaljnije ispitane u odeljku [Dobro za ljude](#) jesu:

- Rad i ljudska prava, u okviru polja delovanja Fer poslovanje;
- Bezbednost i zdravlje na radu, u okviru polja delovanja Promocija zdravlja.

Odgovorni proizvodi je materijalna tema koja je detaljnije ispitana u odeljku [Dobro za tebe](#).





ZA BOLJE
SUTRA

**Dobro za
planetu**



Trgovina prehrambenim proizvodima i robom zasniva se na zdravoj i intaktnoj prirodi. Dugoročno – to je jedini način da se osigura kvaliteta i dostupnost naših proizvoda. Kompanija Lidl Srbija je svesna da proizvodi koje prodaje ostavljaju tragove na našoj planeti – od eksploatacije sirovina, preko njihove prerade u proizvode, transporta, do njihove potrošnje i odlaganja u otpad. Kroz dimenziju naše strategije održivog poslovanja „Dobro za planetu” definiše se naša odgovornost da uradimo više od onoga što je dobro za planetu.

Polja našeg strateškog delovanja usmerena su na zaštitu klime, poštovanje biodiverziteta i očuvanje resursa, u okviru kojih postoje specifične teme koje detaljnije određuju naš fokus:

→ **Zaštita klime**

→ 1,5 stepeni

→ **Poštovanje biodiverziteta**

→ Ekosistemi

→ **Očuvanje resursa**

→ Voda za piće

→ Sirovine

→ Cirkularna ekonomija

→ Otpad od hrane

1,5 STEPENI

Klimatske promene su jedan od najvećih ekoloških izazova današnjice. Globalna zajednica treba da reaguje brzo, kako bi se suočila s uzrocima i očuvala kontrolu nad situacijom za buduće generacije, što je potvrđeno Pariskim klimatskim sporazumom iz 2015, a potom na konferenciji COP26 u Glazgovu 2021. Na osnovu naučnih istraživanja, zemlje širom sveta su se složile da do 2030. godine ograniče globalno povećanje temperature na manje od dva stepena Celzijusa, idealno na 1,5 stepeni Celzijusa, u odnosu na nivo temperature pre industrijalizacije. Lidl Srbija podržava ovaj cilj.

Ovo je, takođe, deo „Evropskog zelenog dogovora”, plana Evropske komisije da ekonomiju EU učini održivijom, sa ciljem da Evropa postane klimatski neutralna do 2050. Drugim rečima, emisije gasova staklene bašte (emisije GHG) potrebno je smanjiti skoro na nulu do 2050. Aktivnosti pojedinaca i kompanija mogu uticati na povećanje efekta klimatskih promena. Da bismo ostvarili klimatske ciljeve, treba svi da iskoristimo sopstveni uticaj i u velikoj meri smanjimo negativan doprinos klimatskim promenama.

Kompanija Lidl Srbija je posvećena postizanju ciljeva definisanih Pariskim klimatskim sporazumom i za to je uspostavljen jasan plan. Kao prvi korak u tom procesu – vršimo evidentiranje emisija gasova sa efektom staklene bašte¹ kako bismo izračunali naš ugljenični

1 Ugljen-dioksid (CO₂), metan (CH₄), azot-suboksid (N₂O), sumpor-heksafluorid (SF₆), delimično halogenirani fluorougljenici (HFCs), perfluorougljenici (PCFs) i azot-trifluorid (NF₃).

(karbonski) otisak. Mogućnost preciznog izračunavanja emisije gasova staklene bašte kompaniji može pomoći pri upravljanju klimatskim promenama kroz analizu potencijala smanjenja. Korporativni ugljenični otisak omogućava identifikaciju potencijalnih smanjenja emisija, proveru uticaja preduzetih mera i dokumentovanje napretka u postizanju klimatskih ciljeva.

Proizvodnja naših proizvoda čini najveći udeo, čak 85%, u ukupnom ugljeničnom otisku kompanija Lidl grupe. Pored toga, generišemo emisije u našim prodavnicama, logističkim centrima, upravnoj zgradi i voznom parku. Na ove direktne emisije gasova staklene bašte možemo značajno uticati i preduzeti mere da ih direktno izbegnemo ili smanjimo. Takođe, nadoknađujemo neizbežne emisije gasova staklene bašte iz Scope 1 i Scope 2 kroz sertifikovane projekte zaštite klime.

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

Kategorije prema GHG protokolu	Emisije GHG (u ekvivalentima tCO ₂); bazna godina: 2019.*			
	2019.	2020.	2021.	2022.
Scope 1	1.075,72	1.067,82	1.312,46	1.606,48
Fugitivne emisije	19,73	75,92	103,12	73,11
Pokretno sagorevanje	892,11	773,95	950,59	1.127,05
Stacionarno sagorevanje	163,88	217,95	258,75	406,32
Scope 2	20.417,12	6.914,88	3.802,97	106,15
Daljinsko grejanje	0	0	0	0
Električna energija: tržišni pristup	20.417,12	16.914,88	3.802,97	106,15
Električna energija: pristup zasnovan na lokaciji**	20.417,12	23.565,29	30.672,30	38.863,17
Scope 3	576.120,97	871.209,26	1.045.373,27	1.171.449,22
Kupljena dobra i usluge	529.826,97	793.148,40	918.562,05	1.009.777,15
Emisije u vezi sa gorivom i energijom	4.908,78	5.396,63	7.247,72	8.830,24
Transport u snabdevanju	4.675,12	6.181,61	8.199,42	8.325,46
Operativni otpad	4.735,00	1.578,91	1.590,64	2.687,38
Poslovna putovanja	936,18	486,83	571,75	1.321,48
Dolazak zaposlenih na posao i odlazak sa posla	2.515,20	3.181,20	3.718,80	4.300,80
Faza korišćenja prodatih proizvoda	27.771,32	60.047,58	104.109,08	134.643,76
Povrat prodatih proizvoda	752,40	1.188,10	1.373,81	1.562,95
Ukupne emisije	597.613,81	889.191,96	1.050.488,70	1.173.161,85

*U odnosu na prethodni izveštaj o održivosti (2019/20), postoji odstupanje u poređenju sa prijavljenim vrednostima za Scope 1. Ovo odstupanje je rezultat odstupanja u uputstvima i smernicama u vezi sa prikupljanjem količine rashladnog gasa, koji služi kao osnova za obračun emisije gasova. Nakon

objavlivanja izveštaja, vrednosti emisije za 2019. i 2020. godinu korigovane su u skladu sa novim smernicama. Uvek smo posvećeni tačnom izveštavanju i pridržavamo se smernica definisanih relevantnim međunarodnim standardima. **Vrednosti zasnovane na lokaciji ne doprinose ukupnim emisijama prikazanim u tabeli.



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

Prikupljaju se podaci o potrošnji električne energije za prodavnice, usluge i skladišta. Za naša eksterna skladišta (skladištenje neprehrambenih proizvoda, delova polica itd.) koristimo ekstrapolaciju na osnovu površina skladišta i prosečne potrošnje energije. Kada je reč o emisijama Scope 3, složenost se javlja u prikupljanju podataka. Zahtevane podatke o potrošnji tražimo od spoljnih dobavljača usluga (npr. kilometri pređeni kamionom za logistiku

prodavnica), sami ih prikupljamo za pojedinačne kategorije (npr. količina papira korišćenog za promotivne materijale) ili pravimo pretpostavke u saradnji sa spoljnim konsultantima (npr. putovanja zaposlenih na posao). Kako bismo na osnovu prikupljenih podataka donosili ispravne odluke, kontinuirano radimo na unapređivanju procesa prikupljanja podataka kako bismo povećali udeo primarnih podataka iz godine u godinu.

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

2021.

SCOPE 1 emisije GHG po kvadratnom metru prodajne površine (pristup zasnovan na tržištu):

..... **0,018 tCO₂e/m²**

SCOPE 2 emisije GHG po kvadratnom metru prodajne površine (pristup zasnovan na tržištu):

..... **0,051 tCO₂e/m²**



2022.

SCOPE 1 emisije GHG po kvadratnom metru prodajne površine (pristup zasnovan na tržištu):

..... **0,018 tCO₂e/m²**

SCOPE 2 emisije GHG po kvadratnom metru prodajne površine (pristup zasnovan na tržištu):

..... **0,001 tCO₂e/m²**



Upravljanje energijom

Otkako je prisutna na domaćem tržištu, od 2018. godine, Lidl Srbija nastavlja sa konstantnim širenjem svojih poslovnih aktivnosti otvaranjem novih prodavnica širom zemlje svake godine. S obzirom na to da se Lidl Srbija kontinuirano širi na tržištu Srbije, nije realistično očekivati značajno smanjenje potrošnje energije u kratkom roku. Oslanjajući se na naše razvijene sisteme i modele, fokusiramo se na racionalizaciju naše potrošnje energije.

Početkom 2020. godine, uspostavili smo tim za upravljanje energijom s jasnim ciljem da identifikujemo sve vrste energenata koje

koristimo u svakodnevnom poslovanju, količine koje se troše, kao i sisteme sa značajnom potrošnjom u svim našim objektima, uključujući upravnu zgradu, logističke centre i prodavnice. Na ovaj način smo dobili sveobuhvatnu i jasnu sliku o našoj potrošnji energije. Na osnovu toga definisali smo energetske politiku, koja je poslužila kao osnova za postavljanje operativnih energetskih ciljeva i mera/projekata usmerenih na optimizaciju potrošnje energenata.

Automatizacija zgrada smanjuje potrebe za energijom. To uključuje kontrolu/regulaciju zasnovanu na potrebama kako bi se optimizovala upotreba energije i praćenje tehnologije zgrade. Kao deo naših energetskih operativnih ciljeva, usmerili smo se na upravljanje vremenom rada unutrašnjeg i spoljašnjeg osvetljenja u našim prodavnicama, usklađivanje rada sistema za klimatizaciju i ventilaciju u svim našim objektima, kao i optimizaciju rasvete putem dimovanja/prigušenja unutrašnje rasvete, u skladu sa važećim zakonodavnim i podzakonskim aktima u ovoj oblasti. Ovi rezultati rada našeg tima za upravljanje energijom potvrđeni su i dobijanjem sertifikata ISO50001, krajem 2020. U poslednje tri godine kompanija je uspešno prošla kroz proces resertifikacije, što je dokaz efikasnosti naših energetskih mera i postizanja ciljeva u ovoj oblasti.

Takođe, posedujemo i LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) sertifikate za naše objekte upravne zgrade (Platinum) i logističkih centara (Gold i Platinum).

Sve prodavnice se, takođe, sertifikuju, i to EDGE sertifikatom, i tokom 2022. godine smo imali smo 53 sertifikovane prodavnice, što predstavlja oko 80% objekata koji su kako u vlasništvu kompanije



Lidl Srbija tako i u zakupu. Proces sertifikacije se nastavlja i predviđeno je da svi objekti dobiju pozitivnu ocenu održivosti.

Počevši od 2022. godine, implementirali smo koncept izgradnje solarnih elektrana na krovovima naših prodavnica i logističkih centara. Do sada smo uspešno izgradili solarnu elektranu na našem logističkom centru u Lapovu, sa instaliranom snagom od 999 kWp (Kilo Watt Peak). Prošla je sve funkcionalne provere i trenutno se očekuje zvanično uključivanje, tj. dobijanje upotrebne dozvole. Ova inicijativa je deo naše posvećenosti održivom razvoju i smanjenju našeg uticaja na životnu sredinu. Ujedno, implementacija solarnih elektrana je deo naše korporativne strategije za očuvanje životne sredine, te smo u procesu dobijanja dozvole za pun operativni rad ili dozvole za priključenje na DS EPS-a.

Upravljanje potrošnjom energije

Ukupna potrošnja energije za kompaniju Lidl Srbija povećana je u izveštajnom periodu sa 40 GWh u fiskalnoj godini 2021. na 50,45 GWh u 2022.

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

Snabdevanje energijom iz obnovljivih izvora sastavni je deo osnovnog ugovora o potpunom snabdevanju električnom energijom za sve objekte Lidl Srbija u narednim godinama. Svaki mesec dobijamo dokaz o poreklu isporučene električne energije, što je deo našeg posvećenog pristupa održivosti i podrške korišćenju OIE u našem poslovanju.

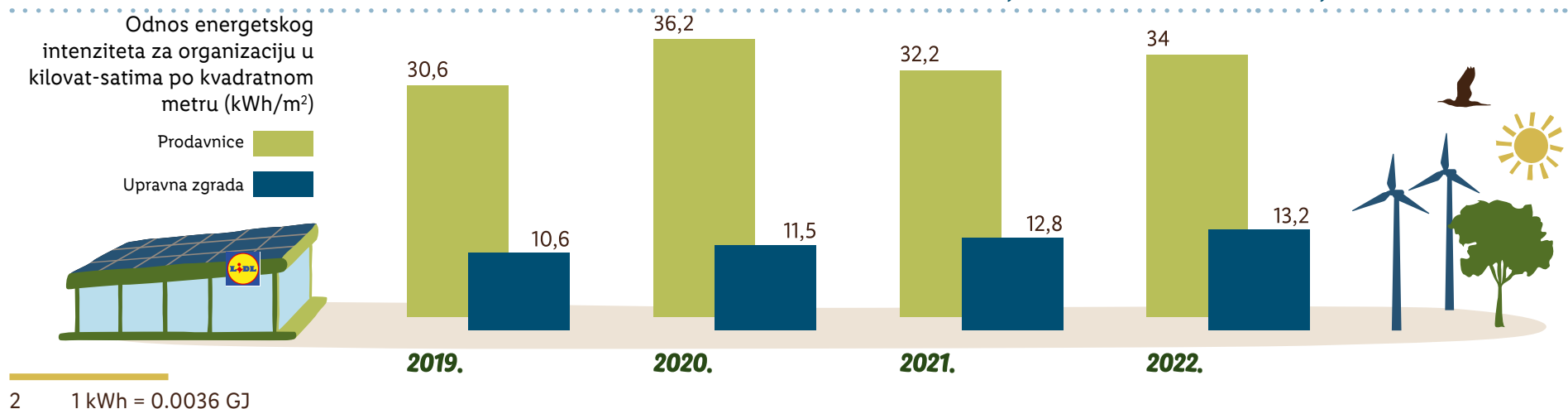
Lidl Srbija koristi dve vrste energenata u svakodnevnim operacijama. Prva i najzastupljenija vrsta je električna energija. Svi tehnički sistemi u objektima Lidl Srbija, uključujući HVAC, osvetljenje, čuvanje smrznutih proizvoda i kancelarijsku opremu, koriste električnu energiju. Svi tehnički uređaji u našoj upravnoj zgradi, logističkim centrima i prodavnicama moderni su i novi uređaji koji zadovoljavaju najviše standarde u pogledu potrošnje električne energije (energetski razred A i viši).

Drugi energent koji koristimo, iako u manjem obimu, jeste prirodni gas. Ovaj energent se koristi u logističkim centrima za sistem podnog grejanja i radi u sinergiji sa sistemom rekuperacije otpadne toplote iz industrijskog hlađenja.

Trenutno, Lidl Srbija ne proizvodi sopstvenu električnu energiju, energiju za grejanje i hlađenje ili paru; umesto toga, nabavlja sve količine u skladu sa stavom 2.1.1. GRI 302

Tabela: Direktna i indirektna potrošnja energije po primarnom izvoru energije u gigadžulima (GJ) i kilovat-satima (kWh)²

	2019.	2020.	2021.	2022.
Potrošnja goriva iz neobnovljivih izvora, uključujući vrste goriva koje se koriste, u džulima ili višekratnicima	Električna energija			
	24.751.649 kWh; 89.106 GJ	31.285.558 kWh; 112.628 GJ	7.060.908 kWh; 25.419,27 GJ	0 kWh; 0 GJ
Potrošnja goriva iz obnovljivih izvora, uključujući vrste goriva koje se koriste, u džulima ili višekratnicima	Prirodni gas			
	884.622,87 kWh; 3.185 GJ	1.207.946 kWh; 4.349 GJ	1.419.377,32kWh; 5.109,76 GJ	2.228.852,25 kWh; 8.023,87 GJ
Ukupna potrošnja energije	Električna energija			
	24.751.649 kWh; 89.106 GJ	31.285.558 kWh; 112.628 GJ	41.004.481 kWh; 147.616,13 GJ	50.447.819 kWh; 181.612,15 GJ
	Prirodni gas			
	884.622,87 kWh; 3.185 GJ	1.207.946 kWh; 4.349 GJ	1.419.377,32kWh; 5.109,76 GJ	2.228.852,25 kWh; 8.023,87 GJ



Pratimo potrošnju obe vrste energenata putem detaljnog pregleda računa od dobavljača i distributerâ, upoređujući ih sa internim merenjima kompanija Lidl grupe. Naša kompanija koristi sofisticirane softvere i računarske alate koji su specifično razvijeni za Lidlovu grupaciju, ali se uvek pridržavamo industrijskih standarda. Zahvaljujući tim softverima, računarskim alatima i internim merenjima, možemo precizno pratiti potrošnju energenata za svaki sistem i svaku grupu potrošača, gotovo u realnom vremenu. Svaku definisanu i odobrenu meru uštede energenata ili optimizacije potrošnje možemo pratiti na dnevnom nivou, što nam omogućava brzo i efikasno prilagođavanje implementiranih mera kako bismo postigli što bolje rezultate.

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

	2021.	2022.
Izmerena količina povećanja potrošnje energije	Električna energija	
	+9.718.923 kWh (+34.988 GJ)	+9.443.338 kWh (+33.996 GJ)
	Prirodni gas	
	+211.431 kWh (+760 GJ)	+809.515 kWh (+2.914 GJ)

*u odnosu na 2019. godinu

Lidl Srbija kontinuirano širi svoju prisutnost na tržištu otvaranjem novih prodavnica svake godine, što rezultira postepenim povećanjem potrošnje energije.

U 2022. godini otvorili smo novi logistički centar u Lapovu. Na kraju poslovne 2022. godine imali smo ukupno 65 otvorenih prodavnica, dva logistička centra i objekat upravne zgrade. Uzimajući u



obzir sve preduzete mere radi smanjenja i optimizacije potrošnje energenata, rast potrošnje energije je kontrolisan, konstantno se povećavajući za 20% u odnosu na prethodnu godinu.

Očekujemo vidljivo smanjenje potrošnje energije u poređenju sa prethodnim godinama nakon što se okončaju razvojne aktivnosti. Dole neprestano radimo na identifikaciji novih načina za smanjenje našeg ekološkog otiska i još efikasnije korišćenje energije, kako bismo postigli održivu poslovnu praksu.

U narednoj tabeli dat je prikaz trenutno važećih, aktivnih mera koje se sprovode u našim prodavnicama sa ciljem optimizacije i uštede električne energije.

Naziv projekta/inicijative	Opis projekta/inicijative	Datum početka	Datum završetka	Ušteda energije vezane za inicijativu u GJ/KWh
Dimovanje rasvete – maloprodajni objekti, prodajni prostor	Smanjenje izlazne snage unutrašnjeg osvetljenja u prodajnom prostoru prodavnica na 55% izlazne snage lampi (najmanje 500 luksa osvetljenja, zakonska obaveza)	Januar 2023.	Maj 2023.	778.210 kWh (2.801 GJ)
HVAC – temperatura u prodajnom prostoru maloprodajnih objekata	Prilagođavanje zadatih vrednosti temperatura, parametara HVAC sistema kako bi temperatura u prodajnom prostoru bila najviše 19 C	Januar 2023.	Kraj kalendarske godine 2023.	145.914 kWh (526 GJ)
Izgradnja solarnih panela na krovovima maloprodajnih objekata	Izgradnja solarnih panela na krovovima četiri maloprodajna objekta	Januar 2023.	Kraj kalendarske godine 2024.	665.200 kWh (2.395 GJ)

Smanjenje emisije GHG

Klimatske promene predstavljaju ogromne izazove za naše društvo i zahtevaju delovanje na svim nivoima. Kao deo Švarc grupe, Lidl Srbija ima cilj da smanji efekte klimatskih promena i kontinuirano smanjuje emisije gasova staklene bašte. Da bismo postigli ovo, vodimo se sledećim principima:

- preventivno delujemo kako bismo sprečili generisanje emisija gasova staklene bašte gde god je to moguće;
- smanjujemo emisije gasova staklene bašte, koje su neizbežne;
- na osnovu međunarodno priznatih standarda, kompenzujemo operativne emisije gasova staklene bašte (Scope 1 i 2) koje do sada nismo mogli da sprečimo ili smanjimo.

Kao deo naše korporativne strategije za klimu, 2020. godine, pristupili smo inicijativi „Science Based Targets” (SBTi). Nakon izrade sveobuhvatne procene uticaja na klimu i analize karbonskog otiska, definisani su ciljevi zaštite klime u skladu sa metodologijom ove inicijative. Ti ciljevi postavljeni su zajedno sa merama za smanjenje, sprečavanje ili kompenzaciju emisija ugljen-dioksida u operacijama i duž lanca snabdevanja. Ovi naučno utemeljeni ciljevi validirani su i objavljeni od strane SBTi u septembru 2021. godine.

* Ovaj cilj za Scope 1 i 2 uključuje i biogene emisije i uklanjanje biogenih sirovina (samo PreZero).

** Isključujući bilo kakve ugovore o kupovini na koje Lidl ne može uticati, kao što su oni za pojedinačne zakupljene objekte sa obaveznom klauzulom za nabavku električne energije.

Švarc grupa je sebi postavila cilj da će do 2030. godine smanjiti operativne emisije gasova staklene bašte (Scope 1 i 2) za 55% u poređenju sa nivoom iz 2019. godine.* Kao deo toga, **Lidl Srbija je postavila sebi cilj smanjenja operativnih emisija gasova staklene bašte za 96% u istom periodu, doprinoseći tako cilju Grupe.** Da bismo postigli ovaj zajednički postavljen cilj, sve članice Švarc grupe električnu energiju nabavljaju u potpunosti iz obnovljivih izvora, počevši od fiskalne 2022. godine.**



Švarc grupa se, takođe, obavezuje da do 2030. godine smanji apsolutne emisije Scope 3 u vezi sa upotrebom prodatih goriva za 27,5% u odnosu na nivo iz 2019. godine. Lidl se obavezuje da će dobavljači, koji su odgovorni za 78% emisija vezanih za proizvode, postaviti svoje klimatske ciljeve do 2026. godine prema kriterijumima SBTi.

Lidl Srbija se pridružila inicijativi 2020. godine kao deo Švarc grupe. Prelazak sa korišćenja električne energije iz neobnovljivih izvora na korišćenje električne energije iz obnovljivih izvora ima ključnu ulogu u smanjenju emisija gasova sa efektom staklene bašte. Lidl Srbija,

stoga, nabavlja obnovljivu energiju iz električne mreže i u budućnosti će proizvoditi vlastitu električnu energiju iz obnovljivih izvora. Kada je reč o sopstvenim operacijama, Lidl Srbija nastavlja sa odgovornim pristupom potrošnji resursa, kao i sa ulaganjem u energetske efikasnost.

Fotonaponski sistem za proizvodnju električne energije

Lidl Srbija trenutno ne proizvodi električnu energiju iz obnovljivih izvora energije, ali ima dugoročne planove za instalaciju fotonaponskih sistema na krovovima prodavnica. Uzevši u obzir da se ovaj način proizvodnje energije još uvek razvija u zemlji u kojoj poslujemo, proizvodnja električne energije iz obnovljivih izvora trenutno nije dostupna, a obnovljivu električnu energiju, za sada, kupujemo iz javne mreže. Nastavljamo da pratimo razvoj obnovljivih izvora energije kako bismo doprineli održivosti i smanjenju našeg ekološkog uticaja.

Prirodni rashladni agensi

Lidl Srbija prati svoj interni standard za izgradnju objekata i koristi prirodne rashladne agense, kao što su propan (C_3H_8), ugljen-dioksid (CO_2) ili amonijak (NH_3). Oni se koriste kao radni materijali za generisanje toplote/hlađenja za klimatizaciju objekata i za hlađenje proizvoda. Ovi agensi su manje invazivni prema životnoj sredini u odnosu na veštačke rashladne agense i gotovo da nema emisija gasova sa efektom staklene bašte u slučaju oštećenja ili curenja.

Lidl Srbija je postavio cilj da do 2023. godine 90% svojih logističkih centara i 40% prodavnica koristi prirodne rashladne agense za hlađenje proizvoda.



U izveštajnom periodu 2021/22. svi logistički centri i sve prodavnice Lidla Srbija koristili su prirodne rashladne agense za hlađenje proizvoda.

Kada je reč o količini dopune, prirodni rashladni agensi činili su 79% ukupnih rashladnih agenasa korišćenih od strane Lidla Srbija u izveštajnoj 2022. godini.

Poštovanje biodiverziteta

EKOSISTEMI

Održivost i zaštita ekosistema su ključni faktori u odabiru dobavljača i sirovina kako bi se osiguralo da proizvodi budu proizvedeni na način koji najmanje utiče na okolinu i biodiverzitet.

Odgovornost za temu uticaja u lancima snabdevanja, kao i koordinaciju i uspostavljanje ciljeva u vezi s ovom temom, nalazi se u Direkciji za nabavke. Koordinaciju aktivnosti i ciljeva vrši Sektor CSR u Nabavci u saradnji sa kolegama iz ostalih sektora unutar odeljenja (Prehrana, Kontrola kvaliteta, Prehrana – akcija).

Kako bi ispunila svoje ciljeve održivih proizvoda koji imaju što manji negativni uticaj na životnu sredinu i ekosisteme, Lidl Srbija saraduje sa dobavljačima koji koriste održive sirovine i pruža podršku dobavljačima koji teže sertifikaciji vlastite proizvodnje i proizvoda.

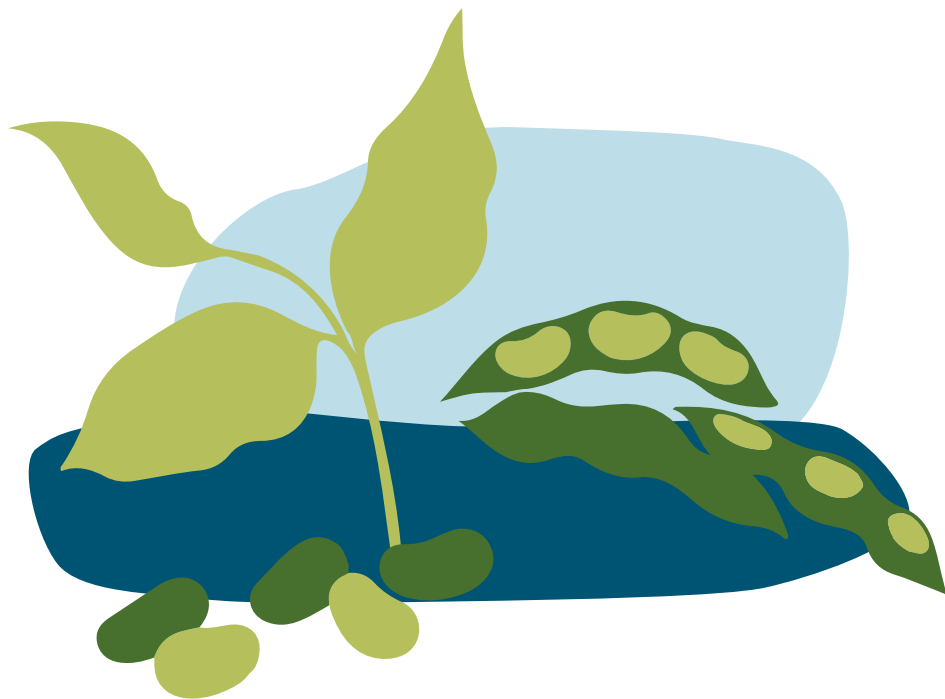
Lidl Srbija ima jasno definisane i javnosti dostupne Izjave o namerama i politike održive nabavke, u kojima su postavljeni ciljevi, procene uticaja i mere koje se preduzimaju kako bi se smanjio negativan uticaj na okolinu.*

Posebna važnost pridaje se Politici nabavke - lanci snabdevanja bez krčenja šuma. Krčenje šuma ima ozbiljan negativan uticaj na životnu sredinu, klimatske promene i gubitak biodiverziteta, te je sprovođenje ove politike ključno za podršku održivim praksama u

*Izjava o namerama

lancima snabdevanja. Mnogobrojni proizvodi vlastitih marki u našem asortimanu sadrže sirovine čija proizvodnja može da dovede do krčenja šuma, a time i do ugrožavanja značajnih ekosistema. Lidl Srbija nastoji da do kraja 2025. godine uspostavi lance snabdevanja koji ne dovode do krčenja šuma, prenamene ili njihove eksploatacije. Ovo se naročito odnosi na sirovine kao što su soja, palmino ulje ili ulje palminih koštica, kakao, govedina i celuloza, tj. drvo. Pojedini standardi imaju čvrste zahteve na temu krčenja šuma, prenamene močvara i drugih ekosistema koji su vredni očuvanja, kao i poštovanje prava urođeničkih naroda, lokalnih zajednica i zaposlenih. Njihovi zahtevi važe za sirovine koje su povezane sa velikim rizikom od krčenja šuma i prenamene ekosistema. Zbog toga u našem celokupnom lancu snabdevanja radimo po najrelevantnijim standardima i zahtevamo sertifikaciju kritičnih sirovina.





Soja

Soja je značajan biljni izvor proteina koji se pretežno koristi u proizvodnji životinjske hrane, posebno u uzgoju živine. Čak 85% svetskih prinosa soje upotrebljava se za ovu svrhu. Ovaj trend se povećava zbog rasta blagostanja i svetske populacije, što uzrokuje veću potrošnju mesa širom sveta i, samim tim, povećanu potrebu za sojom kao hranom za životinje. Ukoliko se ovakav rast proizvodnje soje nastavi dosadašnjim tempom, preko 16 miliona hektara savane i šest miliona hektara tropske šume biće ugroženo. Mnoga od ovih područja su deo ekosistema sa bogatim biodiverzitetom, kao što su Serado i Atlantska šuma, na istočnoj obali Brazila.

U Lidlu Srbija radimo na poboljšavanju transparentnosti u našim lancima snabdevanja sojom. S ciljem postizanja veće transparentnosti, želimo da svake godine mapiramo količinu soje, kao i informacije o sertifikacijama, kako bismo imali uvid u poreklo nabavljene soje, posebno iz potencijalno rizičnih područja, i da pristupimo našim dobavljačima na efikasan način.

Od kraja poslovne 2022. godine, sva soja koja se koristi kao zamena za meso u proizvodima naše privatne robne marke „Vemondo” potiče isključivo iz evropskih izvora. Proizvodi „Vemondo” od povrća i belančevina graška, pšenice i soje pružaju kupcima vegansku, a time i ekološku alternativu proizvodima životinjskog porekla. Uvek vodimo računa da nabavljamo soju iz sertifikovanih izvora, kako bismo osigurali integritet lanaca snabdevanja i sprečili krčenje šuma.

Svesni da 85% svetskih prinosa soje služi za proizvodnju hrane za životinje, Lidl Srbija se obavezuje da isključivo koristi sertifikovanu „Dunav soju” za ishranu koka nosilja.

Celuloza

U Lidlovom asortimanu celuloza ima široku primenu, posebno u ambalaži, higijenskim proizvodima i nameštaju od drveta. Međutim, sve-sni smo izazova koje donosi proizvodnja drveta za papir, jer plantaže često potiskuju osetljive ekosisteme sa bogatim fondom vrsta, a postojeće šume se krče radi dobijanja celuloze.

Zato smo se pridružili inicijativi multistejkholdera „Forest Stewardship Council” (FSC), koja nam omogućava saradnju sa drugim akterima u lancu snabdevanja drvetom. Kroz ovu inicijativu promoviramo održivo šumarstvo i preduzimamo korake kako bismo obezbedili proizvode od drveta i papira koji su sertifikovani prema standardima FSC i PEFC. Ovi sertifikati garantuju poštovanje društvenih, ekoloških i ekonomskih aspekata, uključujući zaštitu urođeničkih grupa, očuvanje biološke raznolikosti i zabranu genetski modifikovanih organizama.

Naš cilj je da do 2025. godine sva celuloza u našim proizvodima potiče iz recikliranih materijala ili da je sertifikovana prema odgovarajućim standardima. Posebno favorizujemo recikliranu celulozu, a za



nova vlakna sertifikovanog porekla nabavljamo robu sa sertifikacijom FSC ili PEFC. Do kraja 2025. godine najmanje 15% naših kuhinjskih i higijenskih papirnih proizvoda sadržiće reciklirani materijal.

U 2022. godini je kompanija Lidl Srbija u svom asortimanu nudila 55 FSC sertifikovanih proizvoda, što je četiri više nego u 2021. godini.

Palmino ulje

Palma uljarica se ističe kao izuzetno pogodna za efikasan uzgoj zbog svoje potrebe za malo zemljišta i vode. Međutim, ove povoljne karakteristike su dovele do povećane globalne potražnje, što je rezultiralo proširenjem područja na kojima se uzgaja. Nažalost, proizvodnja palminog ulja i ulja od palminih koštica odgovorna je za povećanje od preko osam odsto u eksploataciji šuma i prenameni ugroženih tropskih ekosistema, posebno u Indoneziji i Maleziji.

U Lidlu Srbija se trudimo se da obezbedimo tačne informacije o količinama i statusu sertifikacije nabavljenih sirovina i da povećamo transparentnost u vezi sa njihovim poreklom. Na taj način stvaramo bolji pregled porekla palminog ulja i ulja od palminih koštica, posebno iz potencijalno rizičnih područja, što nam omogućava da ciljano pristupimo našim dobavljačima. Ovaj proces praćenja se sprovodi jednom godišnje.

Kako bismo ostvarili cilj koji smo sebi postavili – da celokupno palmino ulje i ulje od palminih koštica koje koristi Lidl Srbija bude potpuno sertifikovano u skladu sa zahtevima „Roundtable on Sustainable Palm Oil” (RSPO) do 2022. godine – u skladu sa odgovornim poslovnim praksama, radimo i na traženju drugih rešenja kako bismo ga postigli u narednom periodu.



RSPO – koju je, 2011. godine, pokrenula, između ostalih, organizacija WWF – predstavlja globalnu inicijativu koja ima cilj da uspostavi održivu proizvodnju palmnog ulja i ulja od palminih koštica kao industrijski standard. RSPO sertifikacija zahteva ispunjenje visokih standarda kako bi se osiguralo očuvanje posebno važnih ekosistema, kao i poštovanje prava korišćenja zemljišta lokalnih zajednica. Manja postrojenja imaju mogućnost grupne sertifikacije kako bi postupak sertifikacije bio olakšan.

Naša je namera da celokupno palmino ulje i ulje od palminih koštica u našim prehrambenim proizvodima bude sertifikovano prema „Segregated” principu. Derivati i frakcije koji se koriste u prehrambe-

nim i neprehrambenim proizvodima sertifikuju se najmanje prema trgovačkom modelu „Mass Balance”. Na ovaj način se obezbeđuje da sertifikovano palmino ulje i ulje od palminih koštica zadrže svoj integritet tokom lanca snabdevanja.

Udeo prehrambenih artikala naše privatne robne marke u stalnom asortimanu u kojima koristimo održivo palmino ulje i ulje palminih koštica – iz 2021. godine, kada je udeo iznosio 37%, porastao je na 41% u poslovnoj 2022. godini.

Podrška ekosistemima kroz naš asortiman

Naši napori ka održivom sistemu vidljivi su:

- u postavljanju ciljeva u vezi sa sirovinama;
- u razvoju add-on modula Biodiverzitet u saradnji sa GlobalG.A.P.;
- u zahtevu da svi dobavljači voća i povrća moraju biti sertifikovani u skladu sa GlobalG.A.P.
- u definisanju Smernice za kontrolu rezidua pesticida, prema kojoj je dozvoljeno imati trećinu zakonski dozvoljenih granica za rezidue pesticida u hrani; takođe, postoji lista pesticida (sastavljena od strane Lidl Stiftung) čija upotreba nije dozvoljena i ta lista je prenetna svim dobavljačima.

U izveštajnom periodu 2021. godine udeo Global G.A.P. sertifikovanih dobavljača iznosio je 18,5%. Međutim, sa zadovoljstvom ističemo značajan napredak ostvaren tokom 2022. godine. U tom periodu postignut je izuzetno značajan porast, pa je procenat sertifikovanih dobavljača porastao na visokih 95,3%.

Upravljanje biodiverzitetom unutar Lidlovog lanca snabdevanja

Pored sertifikacije rizične robe koja je pogodna za biodiverzitet (RFA, BIO, FT), Lidl je razvio dodatak za biodiverzitet u saradnji sa renomiranim stručnjacima za održive prehrambene sisteme iz GlobalG.A.P. i stručnjacima za poljoprivredu. Rezultat je prvi dodatak za biodiverzitet za konvencionalnu proizvodnju voća i povrća koji je dopunio GlobalG.A.P. integrisani standard za proveru farme - GlobalG.A.P. Integrated Farm Assurance Standard (IFA). Dodatak je dostupan svima i ima potencijal da podstakne transformaciju sektora. Do sada ga je pilotiralo više od 250 proizvođača voća i povrća.

Projekat podrške biodiverzitetu

Kompanija Lidl Srbija je u 2022. godini, kao deo nacionalne strategije, u saradnji sa Poljoprivrednim fakultetom Univerziteta u Beogradu, razvila koncept projekta za podršku biodiverzitetu. Projekat vodi Sektor prehrane i podrazumeva odabir i kombinovanje određenih biljaka pogodnih za prehranu polinatora, koje će biti zasađene u mini-bašti. Odabrani dobavljači koji proizvode proizvode naših privatnih robnih marki u narednom periodu će uspostaviti mini-bašte s ciljem podrške polinatorima³.

U Lidlu Srbija pridajemo značaj temi ekosistema ne samo u doмену nabavke već i u izgradnji prodavnica i logističkih centara. Svesno radimo na tome da se što bolje uklopimo u okolinu, uz posebnu pažnju na očuvanje biodiverziteta i obezbeđivanje zelenih

3 Polinatori (oprašivanje i oplodnja) čine prirodan proces prenošenja polena sa prašnika na tučke, zahvaljujući kom je omogućen opstanak biljaka koje se razmnožavaju na taj način.

površina na našim lokacijama.

Trenutno sve naše lokacije imaju visok procenat zelenih površina. Ovaj proces počinje već tokom prvih konceptualnih rešenja, nastavlja se tokom projektovanja i gradnje, uključujući nabavku i ugradnju savremenih materijala i opreme. Smernica koja definiše adekvatno tretiranje zelenih površina i izbor odgovarajućeg rastinja, prilagođenog lokalnim uslovima (npr. rastinja koje ne zahteva velike količine vode i održavanje), osnova je ovog procesa.

Specifičnosti lokacija naših prodavnica, logističkih centara i upravne zgrade, naročito u uskim gradskim jezgrima, zahtevaju pronalazanje nestandardnih rešenja za povećanje zelenih površina.

Interesantna inovacija koja odgovara ekološkim zahtevima održive gradnje jeste implementacija zelenih fasada i krovova, iako to nije standardna praksa. Za sada smo u Srbiji ovaj koncept implementirali na jednoj prodavnici, u Beogradu.

Ponekad se obim projekata proširuje izvan standardnih granica iz različitih razloga. To može biti zbog internih odluka Lidl Srbija, kada se na licu mesta zaključi da dodatno ulaganje u zelenilo može pozitivno uticati na opšti utisak i kvalitet. Takođe, urbanistički uslovi mogu definisati zahteve za određeni broj i vrstu zelenog rastinja, kao i izgradnju zelenih krovova i/ili fasada.

Trenutno su u razradi projekti koji se tiču povećanja i stvaranja rezervoara biodiverziteta, a takođe se razmatra i analizira uvođenje nestandardnih sadnica, povećanje zelenih površina, uvođenje hotela za insekte i druge inicijative.

Očuvanje resursa

Decenijama se poslovanje suočava sa sve većom potrebom za resursima koji premašuju prirodne sposobnosti naše planete da ih obnovi. Osim toga, porast potrošnje i korišćenje ambalažnih materijala dovode do stvaranja ogromnih količina otpada. Ova tendencija ima ozbiljne negativne posledice na životnu sredinu, s obzirom na to da proizvodnja i prerada sirovina doprinose klimatskim promenama, smanjuju dostupnost čiste vode, te ugrožavaju biološku raznolikost i kvalitet vodnih izvora.

Kompanija Lidl Srbija je svesna konkretnih koraka koje mora preduzeti kako bi smanjila svoj ekološki otisak i odgovornije upravljala resursima.

Poslovanje Lidla Srbija direktno je povezano sa korišćenjem različitih resursa i sirovina, uključujući vodu, naftu (plastika) i celulozu (papir). Kako bismo osigurali odgovorno korišćenje resursa, primenjujemo efikasan sistem upravljanja vodom, resursima i otpadom.

Želimo da postignemo ideal cirkularne ekonomije u upravljanju resursima i otpadom, pa pratimo tokove resursa u našim operativnim procesima. Korišćenje efikasnih metoda za separaciju i pravilno odlaganje rezultirajućih materijala omogućuje nam da ponovo koristimo ili recikliramo korišćene resurse i time smanjujemo proporciju nereciklabilnog otpada.

SIROVINE

Održiva proizvodnja glavni akcenat stavlja na načine i metode rada koji će, sa jedne strane, povećati plodnost tla, a istovremeno sma-

njiti štetne uticaje na vodu, vazduh, tlo, klimu, biodiverzitet, kao i zdravlje čoveka.

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

Politike nabavke obuhvataju:

- Osvešćenu ishranu;
- Kakao;
- Sirovine;
- Lance snabdevanja bez krčenja šuma.

Trudimo se da optimizujemo ambalažu naših privatnih robnih marki, kako bismo smanjili količinu upotrebljenih polimernih materijala, a istovremeno postigli maksimalnu reciklabilnost pakovanja. Osim toga, koristimo reciklirane materijale gde god je to moguće kako bismo smanjili upotrebu „virgin” plastike.

Tabela: Ciljevi za sirovine

*Procenat se odnosi na broj artikala. Svi ciljevi i smernice odnose se na proizvode privatnih robnih marki. Izuzetak čine ciljevi vezani za smanjenje plastične ambalaže koji se zasnivaju na g/€ prodaje.

SIROVINA	PROIZVOD	STALNI ASORTIMAN	AKCIJSKI ASORTIMAN	POTKATEGORIJE	CILJ		SRBIJA
	Ambalaža	x	x	svi prehrambeni proizvodi	Redukcija	-30%	25
	Ambalaža	x	x	svi prehrambeni proizvodi	Obezbediti maksimalnu moguću reciklabilnost	100%	25
	Ambalaža	x	x	svi prehrambeni proizvodi	Povećati udeo reciklata	25%	25
	Ambalaža i artikli koji sadrže celulozu	x	x	neprehrambeni artikli	Reciklirani materijal, FSC ako se koriste sveža vlakna, bez PEFC (samo u izuzetnim slučajevima)	100%	25
	Pakovanja koja sadrže celulozu	x	x	prehrambeni artikli, voće i povrće	Reciklirani materijal, FSC ako se koriste sveža vlakna, bez PEFC (samo u izuzetnim slučajevima)	100%	25
	Ambalaža i artikli koji sadrže celulozu	x	x	proizvodi za održavanje higijene i čišćenje	Reciklirani materijal, FSC ako se koriste sveža vlakna, bez PEFC (samo u izuzetnim slučajevima)	100%	25
	Kuhinjski i sanitarni papirni predmeti	x		Papir, vata	Povećati udeo recikliranog materijala (moguć je i hibridni papir)	15%	25
	Ugalj	x	x	Sveće, šibice, upaljači, ugalj, maziva	FSC (poželjno), PEFC, Nordic Swan (poželjno ako je lanac snabdevanja FSC sertifikovan), nabavlja se kao deo projekta Earthworm	100%	25
	Ugalj	x	x	Sveće, šibice, upaljači, ugalj, maziva	Navođenje zemlje porekla i vrste drveta na deklaraciji	100%	21

SIROVINA	PROIZVOD	STALNI ASORTIMAN	AKCIJSKI ASORTIMAN	POTKATEGORIJE	CILJ		SRBIJA
 Palmino ulje	Artikli koji sadrže palmino i ulje palminih koštica (uključujući derivate i frakcije)	x	x	proizvodi za održavaje higijene i čišćenje	RSPO, Trgovinski model: Mass Balance	100%	20
	Artikli koji sadrže palmino i ulje od palminih koštica	x	x	prehrambeni artikli	RSPO, Trgovinski model: Segregirani	100%	22
	Artikli koji sadrže derivate i frakcije palminog i ulja palminih koštica	x	x	prehrambeni artikli	RSPO, Trgovinski model: Mass Balance	100%	22
 Kakao	Artikli koji sadrže kakao	x	x	svi prehrambeni proizvodi	Fairtrade, Fairtrade Kakao Program, Rainforest Alliance, Bio	100%	22
	Čokolade	x		Čokolade (uključujući mini i čokoladne štapiće)	Fairtrade, Fairtrade Kakao Program	100%	22
 Čaj	Zeleni, crni i rooibos čaj	x	x	Čaj	Fairtrade, Rainforest Alliance, Bio	100%	22
	Biljni i voćni čaj	x	x	Čaj	Fairtrade, Rainforest Alliance, Bio, pod uslovom da postoji sertifikovana dostupna roba	50%	22
 Kafa	Kapsule, instant kafa/kapućino	x	x	Pržena kafa Instant kafa, zamena za kafu, kapućino	Fairtrade, Rainforest Alliance, Bio	100%	22
	Pržena kafa	x	x	Pržena kafa	Fairtrade, Rainforest Alliance, Bio	100%	22

SIROVINA	PROIZVOD	STALNI ASORTIMAN	AKCIJSKI ASORTIMAN	POTKATEGORIJE	CILJ		SRBIJA
	Divlji ulov, bez tunjevine	x		Riba Riblji delikatesi Riblje konzerve Sveža riba	MSC sertifikat (bez tunjevine); pod uslovom da je dostupnost proizvoda i standard sertifikacije zadovoljen	100%	25
	Divlji ulov, bez tunjevine		x	Riba Riblji delikatesi Riblje konzerve Sveža riba	MSC sertifikat (bez tunjevine); pod uslovom da je dostupnost proizvoda i standard sertifikacije zadovoljen	50%	22
	Akvakultura	x		Riba Riblji delikatesi Riblje konzerve Sveža riba	ASC sertifikat (poželjno), Bio (poželjno), GLOBALG.A.P., BAP; pod uslovom da je dostupnost proizvoda i standard sertifikacije zadovoljen	100%	25
	Akvakultura		x	Riba Riblji delikatesi Riblje konzerve Sveža riba	ASC sertifikat (poželjno), Bio (poželjno), GLOBALG.A.P., BAP; pod uslovom da je dostupnost proizvoda i standard sertifikacije zadovoljen	50%	22
Riba i školjke	Smrznuta riba, gotova jela, isključujući tunjevinu	x	(x)	Pice, bageti, peciva, poslastičarski proiz. Gotova jela, grickalice Delikatne salate, namazi za hleb Proizvodi od krompira, gotovo testo, testenine Gotova jela Salate, voće, povrće, antipasti Ostali delikatesni artikli	MSC sertifikat (bez tunjevine), ASC sertifikat (poželjno), Bio (poželjno), GLOBALG.A.P., BAP; pod uslovom da je dostupnost proizvoda i standard sertifikacije zadovoljen; akcija kada je moguće	100%	25
	Konzerve tunjevine	x		Riblje konzerve	Konzerve (samo tunjevine): MSC sertifikat, projekat Fishery Improvement (FIP), bez upotrebe plutajućih uređaja za privlačenje riba (FAD free), Ribolov pomoću štapa i udice (pole&line)	100%	22
	Hrana za mačke	x	x	Vlažna hrana za mačke Suva hrana za mačke	MSC sertifikat, ASC sertifikat primenjen na hranu za mačke sa oznakom riba	100%	22

SIROVINA	PROIZVOD	STALNI ASORTIMAN	AKCIJSKI ASORTIMAN	POTKATEGORIJE	CILJ	SRBIJA
 Jaja	Jaja	x	x	svi prehrambeni proizvodi	Minimum jaja iz podnog uzgoja	100% 25
	Proizvodi koji sadrže jaja kao sastojak	x	x	svi prehrambeni proizvodi	Minimum jaja iz podnog uzgoja	100% 25
 Soja	Proizvodi za zamenu mesa koji su vegetarijanski/veganski	x		Privatna robna marka Vemondo: Gotova jela, grickalice, Delikatne salate, namazi za hleb Gotova jela Ostali delikatesni artikli Vegetarijanski / veganski zamenski proizvodi	Soja iz Evrope, poželjno: Dunav Soja/Europe Soya	100% 22
Pirinač	Pirinač	x		Pirinač	Sertifikovani pirinač; Sustainable Rice Platform, Fairtrade, Bio	25
Orašasti plodovi	Orašasti plodovi, uključujući i mešavine	x	x	Orašasti plodovi, sušeno voće	Povećati ponudu sertifikovanih orašastih plodova: Fairtrade, Rainforest Alliance, Bio	25
 Voće	Banane	x	x	Voće i povrće	Fairtrade (poželjno), Rainforest Alliance (poželjno), Bio	25
	Ananas, mango, avokado	x	x	Voće i povrće	Fairtrade (poželjno), Rainforest Alliance (poželjno), Bio	100% 22
	Grožđe			Voće i povrće	Unapređeni Fairtrade, Rainforest Alliance, Bio	25

Kada je u pitanju upotreba celuloze, zahtevamo korišćenje isključivo FSC sertifikovanih materijala i, kad god je moguće, primenu reciklirane celuloze. Dodatno, PEFC sertifikovani materijali prihvataju se u izuzetnim slučajevima kada FSC nije dostupan.

Lidl Srbija aktivno radi sa svojim dobavljačima, kako postojećim tako i novim, na tome da se u proizvodnji proizvoda naših privatnih robnih marki koriste sertifikovane sirovine. Ovo se odnosi na kritične sirovine za koje je Lidl Srbija definisao vrstu sertifikata i vremenski period do koga sertifikacija treba da se ostvari.

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



nom nabavljaču i dobavljaču. U slučaju otkrivanja neusaglašenosti sa postavljenim ciljevima – definišu se korektivne mere sa jasno određenim ciljem i vremenskim okvirom za otklanjanje takve neusaglašenosti. Tokom izveštajnog perioda dobavljači su upoznati sa sertifikacionim zahtevima koje su bili obavezni ispuniti do kraja poslovne 2022. godine.

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

Sirovina	Godina	Proizvodi privatne robne marke u kojima se koristi sirovina	Proizvodi sa kritičnim sirovinama iz održivih izvora	Udeo sirovina iz održivih izvora (%)
Kakao	2021	713	574	80
	2022	834	639	77
Palmino ulje	2021	547	218	40
	2022	526	216	41
Zeleni i crni čaj Roiboos	2021	9	2	22
	2022	7	1	14
Voćni i biljni čaj	2021	42	11	26
	2022	47	19	40
Kafa	2021	56	25	45
	2022	36	16	44 ⁴
Riba	2021	78	42	54
	2022	89	43	48

4 Ovaj KPI se odnosi samo na instant kafu i kapsule, za koje i postoji definisan cilj: 100% sertifikovano do kraja poslovne 2022. godine.

Jednom godišnje u okviru KPI izveštavanja radimo analizu implementacije ciljeva.

Poslednji presek je dat u tabeli (2022), a zbog dinamike rada i kompleksnosti same analize, sledeći ćemo imati u martu 2024.

U redovnom kontaktu sa dobavljačima definišemo koje sirovine je potrebno sertifikovati i u kojem vremenskom periodu. Prilikom uvođenja novih proizvoda ili novih dobavljača zahtevi se transparentno predstavljaju u procesu pregovora i novi proizvodi se ne ulistavaju ako sadrže nesertifikovane sirovine, tj. ako i sami dobavljači nisu sertifikovani u skladu sa definisanim standardima.

CIRKULARNA EKONOMIJA

Zbog specifične strukture našeg lanca vrednosti, Lidl Srbija se suočava sa većom potrebom za upotrebom zaštitnih pakovanja u svom poslovanju od tradicionalnih bakalnica i pijaca. Svesni smo da veća upotreba ambalaže ima značajan uticaj na životnu sredinu, zbog čega težimo odgovornom pristupu i implementaciji inovacija, kako bismo smanjili naše ekološke uticaje na najmanju moguću meru.

Naši ciljevi za smanjenje otpada usmereni su na ekološki prihvatljivo postupanje s otpadnim sirovinama. To obuhvata ponovno korišćenje, reciklažu, kompostiranje i proizvodnju biogasa.

Kada je u pitanju reciklabilni otpad generisan u poslovanju Lidl Srbija, vrši se merenje prilikom svake isporuke operaterima. Pre same isporuke, postupak podrazumeva prikupljanje, sortiranje i obradu reciklabilnog materijala, uključujući presovanje kartona i plastične folije.

Jedan od ključnih koraka ka ostvarenju naše vizije jeste **primena internacionalne strategije Švarc grupe – REset Plastic**, koja se, takođe, sprovodi i u Srbiji.

Plastika je sastavni deo naše svakodnevice. Lako je razumeti zašto: materijal je čvrst, lak i fleksibilan za upotrebu. Ovaj reciklirajući materijal takođe je neophodan kao transportno i ambalažno sredstvo za našu osnovnu delatnost, trgovinu prehrambenim i neprehrambenim proizvodima. Međutim, zbog dugog veka trajanja materijala, može postati problem ako dospe u okolinu. Svako ko uvodi plastiku u ciklus stoga je odgovoran za njen dalji tretman.

Kao odgovor, već dugi niz godina posvećeni smo prikupljanju, sortiranju i ponovnom korišćenju plastike – centralizujući naše inicijative od 2018. godine putem strategije „REset Plastic”. To je međunarodna holistička strategija za plastiku usvojena od strane svih divizija i zemalja Švarc grupe. Grupnom strategijom „REset Plastic” želimo ne samo smanjiti upotrebu plastike i promovisati reciklažu već i stvoriti novi vid razumevanja i temeljno promeniti način na koji se odnosimo prema plastici.

Kao deo Švarc grupe, kompanije Lidl grupe su se obavezale da će do 2025. godine smanjiti potrošnju plastike za 30%*, da će njihova celokupna ambalaža za privatne marke biti maksimalno reciklabilna i da će se u proseku koristiti 25% reciklata u ambalaži privatnih marki. Zato smo, 2018. godine, potpisali Globalnu obavezu Fondacije „Ellen MacArthur” za novu ekonomiju plastike kao grupa kompanija.

*Od septembra 2023. godine.

Naša vizija: „Manje plastike – zatvoreni ciklusi proizvodnje”

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

- REduce** plastiku izbegavamo gde god je to moguće i održimo;
- REdesign** naše proizvode i ambalaže dizajniramo tako 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 resursâ.

U 2021. godini, kao deo segmenta „REduce” strategije „REset Plastic”, Lidl Srbija je odlučila da prekine upotrebu plastičnih kesa za kupovinu. Od juna 2021. godine, potrošači mogu kupiti papirne kесе ili višekratne torbe, a cilj je da potrošači pređu na održivije opcije, tj. da koriste svoje višekratne torbe.

Takođe, s ciljem smanjenja količine plastike u ambalaži naših proizvoda pod privatnom markom, Lidl Srbija je u 2021. godini obustavila upotrebu plastičnih (polimernih) poklopaca za određene mlečne proizvode. Potrošači u našim prodavnicama mogu kupiti višekratne poklopce kako bi očuvali svežinu i time doprineli smanjenju otpada od plastike.

Operativni materijali

Tabela: Materijali koji se koriste u tonama (t)

	2021.	2022.
Papir		
Leci reklamnog materijala / bilten za kupce i ostalo	nov materijal	0,0
	reciklirano	0,0
	1.528,8	1.283,7
Potrošnja papira za štampač	nov materijal	26,0
	reciklirano	40,8
	0,0	0,0
Potrošnja papira za kесе za hleb	nov materijal	162,9
	reciklirano	193,0
	0,0	0,0
Plastika		
Potrošnja kesa za smeće	54,9	46,1
Potrošnja streč folije (materijal za pakovanje)	74,3	114,6

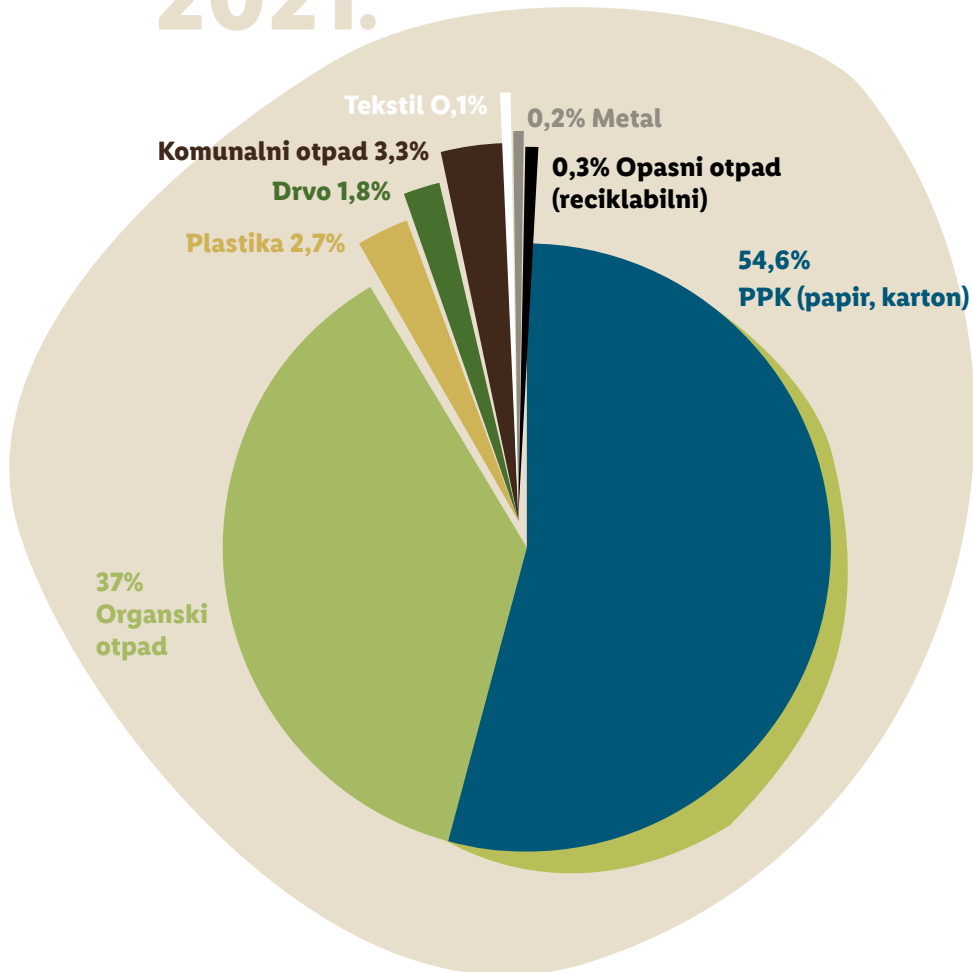
Od ukupno 19.506,5 tona otpadnog materijala, uključujući komunalni otpad, generisanog u 2021. godini, uspeli smo da ponovo iskoristimo 185,5 t i recikliramo 11.718,7 tona. Uprkos našim najboljim naporima, nije moguće potpuno izbeći materijale koji se ne mogu ponovo iskoristiti ili reciklirati. Zbog toga je 634,1 tona morala biti deponovana kao komunalni otpad.

Kada je reč o podacima za 2022. godinu, od ukupno 21.660,1 tone generisanog otpadnog materijala, uključujući komunalni otpad, uspeli smo da ponovo iskoristimo 926,1 t i recikliramo 12.708,6 tona; 1414,5 tona je deponovano kao komunalni otpad.

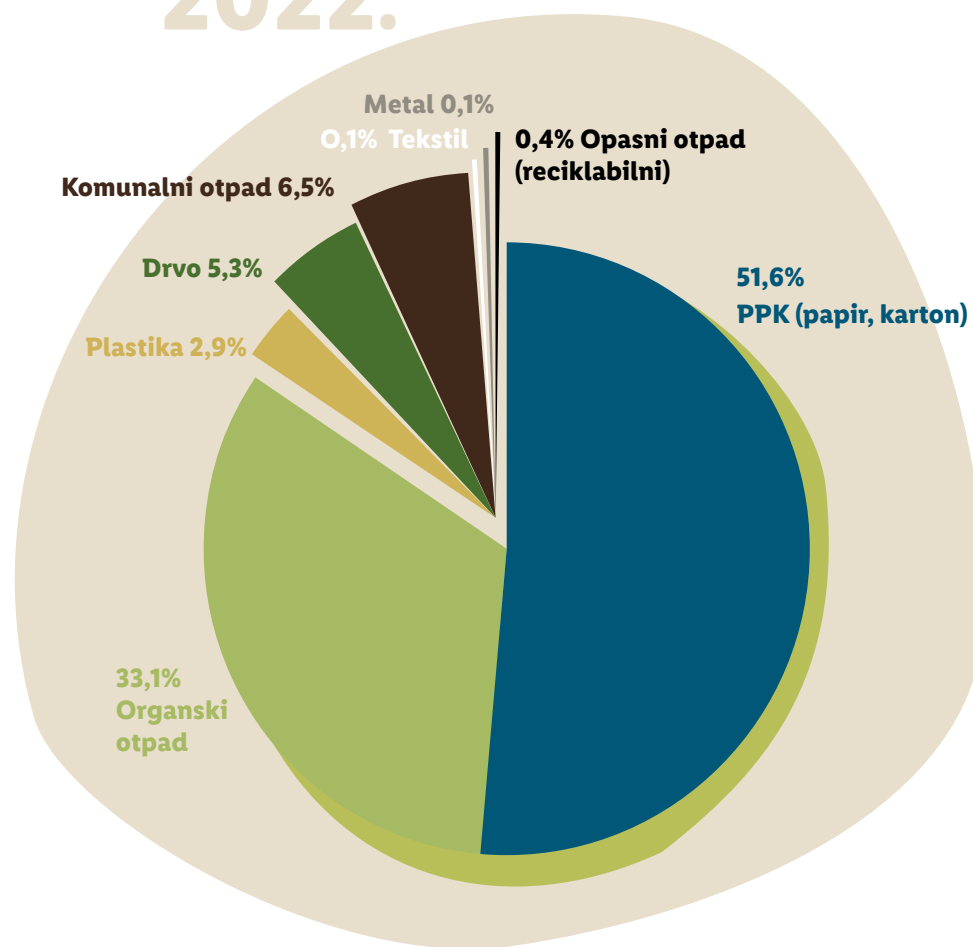
Tabela: Zapremina materijala po vrsti u tonama

MATERIJAL	UKUPNA KOLIČINA GENERISANOG OTPADA		METODA ZBRINJAVANJA OTPADA	
	Zapremina u t		Zapremina u t	
	2021.	2022.	2021.	2022.
PPC (papir, karton)	10.652,9	11.174,1	Reciklaža	10.652,9 11.174,1
			Fermentacija	6.876,4 6.273,1
Organski otpad	7.211,3	7.163,7	Reciklaža	258,6 574,5
			Sagorevanje uz dobitak energije	76,2 44,1
			Odlaganje na deponiju	0,0 272,0
PET	0,0	0,7	Reciklaža	0,0 0,7
Plastika	535,3	624,2	Reciklaža	535,3 624,2
Drvo	348,6	1.153,4	Reciklaža	163,1 227,3
			Ponovna upotreba	185,5 926,1
Tekstil	15,4	18,7	Odlaganje na deponiju	15,4 18,7
Staklo	0,0	2,5	Reciklaža	0,0 2,5
Metal	44,7	25,4	Reciklaža	44,7 25,4
Komunalni otpad	634,1	1.414,5	Odlaganje na deponiju	634,1 1.414,5
Drugi bezopasan otpad – reciklabilan	0,2	3,0	Odlaganje na deponiju	0,2 3,0
Opasan otpad – reciklabilan	64,1	80,0	Reciklaža	64,1 80,0
UKUPAN RECIKLIBILAN OTPAD	19.506,5	21.660,1	Ukupan reciklabilni otpad (uključujući preostali otpad)	19.506,5 21.660,1

2021.



2022.





Ukupna količina reciklabilnih materijala je bila veća u 2022. u odnosu na 2021. godinu, shodno projektovanim planovima. Glavni negativni uticaj na povećanje količina odloženih na deponiju imale su količine otpadnih proizvoda široke potrošnje (suvi dugotrajni asortiman, poput makarona, pirinča i slično, u okviru bio-otpada) u novom skladištu u Lapovu.

Kada je reč o upravljanju otpadom, osnov poslovanja Lidla Srbija nalazi se u važećem Zakonu o upravljanju otpadom, u kome su bliže definisana pravila administrativnog i dnevnog poslovanja, kao i odgovornosti prema zvaničnim institucijama koje se bave ovom temom, dok su Interne smernice postavljene od strane kompanije PreZero.

Sve aktivnosti u oblasti upravljanja otpadom sprovode se u saradnji sa kompanijom PreZero, takođe članicom Švarc grupe. PreZero Lidlu Srbija pruža savetodavnu podršku pri upravljanju otpadom, kao i pri uvođenju inovacija u oblastima recikliranja, upravljanja energijom i logističkih rešenja. Bogato iskustvo i inovativna rešenja kompanije PreZero omogućavaju nam optimalno korišćenje potencijala za unapređenja.

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

- dnevno prikupljaju podatke o akumuliranom otpadu;
- koordinišu sortiranje i mesečnu isporuku operaterima ovlašćenim za zbrinjavanje;
- sprovode obuke zaposlenih za adekvatno postupanje sa otpadom;
- sarađuju sa Sektorom prodaje u vezi sa postupanjem sa otpadom u prodavnicama.

Sektor organizacije prodaje ima cilj da uskladi procese u prodavnicama sa definisanim ciljevima kompanije koji direktno ili indirektno utiču na otpis robe. Primarno sortiranje otpada sprovodi se u prodajnim objektima i skladištu.

S obzirom na tržište koje je pretežno ograničeno brojem operatera za zbrinjavanje otpada i manjkom pozivnih tehnologija za zbrinjavanje, ovi ciljevi su, za sada, delimično ostvareni. To znači da se konstantno radi na pronalasku pouzdanih domaćih partnera, kao i na razvijanju korektnih poslovnih odnosa sa postojećim domaćim operaterima, kako ne bismo ušli u rizik neposedovanja adekvatnog rešenja za zbrinjavanje.

PreZero, takođe, propisuje listu kriterijuma koje operateri za zbrinjavanje moraju da ispune, a dodatna kontrola sprovodi se i revizijskim posetama na mestu zbrinjavanja.

Mehanizmi žalbi i primedbi postoje na više nivoa. Osnovni nivoi žalbi i primedbi koji mogu postojati:

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

U prethodnoj poslovnoj godini fokus je bio na otvaranju novog logističkog centra u Lapovu i uspostavljanju procesa, treningu zaposlenih i pronalaženju novih operatera za zbrinjavanje. Praćenje indikatora uspeha odvija se na osnovu planiranih finansijskih rezultata i količina otpada.

„Dobro se reciklažom vraća”

U sklopu vizije održive budućnosti kompanije Lidl Srbija „Za bolje sutra”, važan segment aktivnosti koje preduzimamo jeste odgovorno upravljanje plastikom.

„Dobro se reciklažom vraća” je novi ekološko-humanitarni projekat Lidla Srbija, pokrenut krajem 2022. godine, koji omogućuje kupcima da vraćanjem PET i ALU ambalaže na reciklažu doniraju sredstva Fondaciji „Budi human”.

Ovim projektom želimo da testiramo spremnost građana da se aktivno uključe u ekološke inicijative, s obzirom na to da reciklažom štedimo resurse i energiju i istovremeno čuvamo našu planetu. Svaku vraćenu praznu PET ili ALU ambalažu od pića kupljenih u Lidlu šaljemo na reciklažu, donirajući pet dinara za svaku ambalažu Fondaciji „Budi human”. Sredstva koja se reciklažom ambalaže doniraju nisu namenjena unapred određenom korisniku, već Fondaciji za pokrivanje slučajeva prema sistemu urgencije. Prikupljena ambalaža se šalje na dalju reciklažu operaterima koji imaju za to sve potrebne dozvole. Cilj je da se od prikupljene/reciklirane ambalaže proizvedu nove flaše, odnosno sirovina za ponovnu upotrebu.

„Čisto iz ljubavi”

U 2021. i 2022. godini nastavili smo sa sprovođenjem našeg projekta uklanjanja otpada iz prirode „Čisto iz ljubavi”, koji je deo naše strategije „REset Plastic” u segmentu „REmove”.

Zajedno sa glavnim partnerom akcije (Gorska služba spasavanja u 2021. godini i humanitarno-ekološka organizacija „Čepom do osmeha” u 2022. godini) sprovodili smo mnogobrojne akcije čišćenja širom zemlje. Kako bismo povećali domet i učinak ovih akcija, od 2021. godine pozivali smo i neprofitne organizacije da kandiduju svoje lokalne akcije čišćenja za finansijsku podršku od strane Lidla Srbija.

U 2021. godini je u akcijama Lidla i podržanih lokalnih organizacija uklonjeno preko osam tona otpada iz prirode, dok je u 2022. godini ta količina bila 14 tona. Dodatno su u 2022. godini, kao poseban vid podizanja svesti, organizovane i ekološke radionice sa decom školskog i predškolskog uzrasta u mnogim gradovima Srbije. Lidl Srbija je 2022. dodatno učestvovala u međunarodnoj kampanji Švarc grupe „River CleanUp Collective”, tokom koje je nekoliko nacionalnih kompanija Lidl i Kaufland organizovalo akcije čišćenja duž obale Dunava i njegove pritoke. Lidl Srbija je u partnerstvu sa „Čepom do osmeha” uklonila 1,2 tone otpada sa obale Dunava u Beogradu.



U izveštajnim godinama kompanija Lidl Srbija je uspela da smanji upotrebu papira u izradi letaka, jer je format letka prilagođen kako bi se smanjila količina utrošenog papira. Sa druge strane, shodno povećanju broja prodavnica, uvećala se upotreba papirnih kesa za hleb. Isto važi i za streč foliju.

OTPAD OD HRANE

Svake godine nekoliko milijardi tona jestive hrane završi kao otpad ili se odbaci pre nego što stigne do kupaca.

Ovaj alarmantan trend se odnosi na skoro polovinu proizvedene hrane u svetu. Ovakvi visoki nivoi gubitka hrane imaju ozbiljne posledice, jer se nepotrebno rasipaju dragoceni i ograničeni resursi poput vode i zemljišta, dok emisije koje nastaju tokom proizvodnje i transporta hrane štetno utiču na klimu. Pored toga, gubici hrane predstavljaju i značajan finansijski teret kako za kompanije tako i za kupce.

Otpad od hrane predstavlja izazov koji se javlja tokom svih faza lanca vrednosti, uključujući proizvodnju, transport, obradu, maloprodaju i potrošnju. U maloprodaji su razlozi za nastanak ovog otpada mnogobrojni: hrana koja više nije sveža, ali je preostala nakon zatvaranja prodavnica ili je istekao preporučeni rok upotrebe. Takođe, često postoji nedostatak razumevanja kod potrošača o razlici između roka trajanja i preporučenog roka upotrebe, što dovodi do nepotrebno odbacivanja hrane koja je još uvek jestiva. U Lidlu Srbija pružanje visokokvalitetne sveže hrane predstavlja jedan od naših ključnih poslovnih ciljeva. Naša kompanija koristi sistem planiranja zasnovan na potražnji, efikasan lanac snabdevanja sa kratkim transportnim rutama, strogo se pridržavamo hladnih lanaca od početka do kraja procesa i pažljivo pratimo zalihe kako bismo smanjili otpad. Takođe, želimo da podignemo svest kupaca o važnosti vrednovanja hrane i na taj način doprinesemo smanjenju otpada u domaćinstvima.

Promocije sa popustom

Lidl Srbija sprovodi stalne provere svežine, posebno za grupe proizvoda kojima brže ističe rok upotrebe, poput rashlađenih proizvoda, kao što je sveže meso. Korišćenjem popusta na cene pokušavamo da promoviramo prodaju namirnica koje se približavaju svom preporučenom roku najbolje upotrebe ili roku trajanja.

Koncept „Otpad od hrane”

Lidl Srbija, takođe, zauzima stav suzbijanja otpada od hrane u okviru svog projekta posvećenog njegovom smanjenju. Kompanija nudi hranu za prodaju koja je dostigla preporučeni rok najbolje upotrebe ili rok trajanja; ili koja je malo oštećena ili joj je promenjena boja, ali je i dalje jestiva.

„Hleb pečen juče”

U okviru projekta pokrenuli smo kampanju pod nazivom „Hleb pečen juče”, koja se odnosi na prodaju hleba iz asortimana pekare koji se prodaje dan nakon pečenja po sniženoj ceni, kako se ne bi otpisao. Naši kupci mogu određene vrste hleba pečenog dan ranije pazariti sa 30% popusta, što dodatno doprinosi cilju manjeg bacanja hrane. Takođe, pratimo mesečne prijave troškova, kvartalne izveštaje o odstupanjima i komentarisanje odstupanja gde se objašnjavaju uticaji na rezultate.

Organizacija upravljanja otpadom

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

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

Direktna saradnja sa operaterima, posebno bez posrednika, ima značajan uticaj na konačne finansijske rezultate. U našim skladištima je delimično ostvarena saradnja sa biogasnom elektranom, gde je organski otpad (voće, povrće i pekarski proizvodi) direktna sirovina za proizvodnju biogasa. Odabir vrste organskog otpada ima značajan uticaj na vrstu proizvoda i ambalažu. Voće, povrće, pekarski proizvodi i proizvodi široke potrošnje najinteresantnije su sirovine za biogasne elektrane.

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





**ZA BOLJE
SUTRA**

**Dobro
za ljude**





Od poljoprivrednika do zaposlenog u skladištu, preko zaposlenog u nabavci, vozača kamiona, pa do prodavca, Lidl oblikuje svakodnevnicu mnogih ljudi širom sveta. Zahvaljujući njihovom svakodnevnom angažmanu, možemo da garantujemo kvalitet kome naši kupci veruju. Kroz dimenziju strategije održivog poslovanja „Dobro za ljude” definišemo našu odgovornost za ljude ne samo u našem poslovanju već i u našim lancima snabdevanja. Kao poslodavac, poslovni partner, ali i kao društveni akter, imamo posebnu odgovornost. Zbog toga radimo više onoga što je dobro za ljude.

Teme našeg strateškog delovanja su usmerene na fer poslovanje, promociju zdravlja i učešće u dijalogu, koje su dalje definisane specifičnim poljima delovanja koja detaljnije određuju naš fokus:

→ **Fer poslovanje;**

- Dobrobit životinja;
- Rad i ljudska prava;
- Raznolikost i inkluzija;
- Poslovni odnosi i integritet;
- Korporativno građanstvo i lokalni razvoj;

→ **Promocija zdravlja;**

- Svesna ishrana;
- Zdravlje i bezbednost na radu;

→ **Oснаživanje i učešće u dijalogu;**

- Dijalog i saradnja sa stejkholderima.

RAD I LJUDSKA PRAVA

Kompanije imaju obavezu da obezbede zaštitu ljudi na radnom mestu. To uključuje zaštitu osnovnih prava njihovih zaposlenih. Pored zakonskih propisa, kompanije su odgovorne za uspostavljanje radnih uslova koji promovišu poštovanje i odgovorno okruženje. Svesni smo da su naši zaposleni najvažniji resurs i zato se trudimo da stvorimo radno okruženje koje im omogućava da se osećaju bezbedno i zaštićeno.

Kompaniju Lidl Srbija pokreću ljudi i važno nam je da svi zaposleni 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. Prilikom identifikovanja materijalnih tema za Lidl Srbija, kao najvažnije teme u oblasti odgovornosti prema zaposlenima izdvojila se tema **Rad i ljudska prava**.

Za teme u vezi sa radnim pravima nadležna je Direkcija ljudskih resursa, a u okviru nje Odeljenje radnog prava. 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, koja su definisana internim i standardizovanim procedurama za sve zemlje u kojima Lidl posluje, pohranjenim na jedinstvenu IT platformu, koja omogućava svim zaposlenima jasan pregled procesa, odgovornosti i načina postupanja, kao i brže i lakše upoznavanje sa po-

stupcima odvijanja poslovnih procesa, te njihovu optimizaciju.

Prioritetni cilj Direkcije za ljudske resurse u ovom domenu jeste 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.

Proces zapošljavanja započinjemo u skladu sa planiranim i aktuelnim potrebama kompanije, koje mogu biti rezultat njenog širenja, otvaranja novih radnih mesta, povećanog obima posla na postojećim pozicijama ili fluktuacije u postojećoj strukturi zaposlenih.

Tokom celog procesa zapošljavanja posvećujemo veliku pažnju očuvanju privatnosti kandidata i zaštiti njihovih ličnih podataka. Sve pristigle aplikacije čuvamo u sigurnom sistemu, koji je zatvoren i štiti podatke kandidata u bazi podataka. Samo neophodni učesnici u procesu selekcije i regrutacije kandidata imaju pristup obradi ličnih podataka i prijavi kandidata, čime osiguravamo visok stepen zaštite ličnih podataka svih prijavljenih kandidata. Svi učesnici u procesu selekcije i zapošljavanja moraju da pohađaju specijalizovanu obuku koja pokriva, između ostalog, i teme kao što su zabrana diskriminacije i postavljanje pitanja koja nepotrebno ulaze u privatnost kandidata.

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



slučaj prijaviti na Compliance adresu, čime im dodatno nudimo podršku u očuvanju njihovih ličnih podataka.

U procesu zapošljavanja primenjujemo princip „četiri oka”, što znači da više osoba učestvuje u svakom koraku procesa selekcije, čime se postiže veći nivo transparentnosti.

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 uzbunjivanja. Pravilnik je objavljen na oglasnoj tabli digitalnih kanala interne komunikacije i dostupan je svim zaposlenima. Prijave se podnose povereniku za Compliance pitanja u Lidlu Srbija i odgovornom licu za postupak uzbunjivanja, advokatu od poverenja ili putem onlajn sistema za prijavljivanje. Nakon prijave, ovlašćeno lice postupa po prijavi bez

odlaganja, a najkasnije u roku od 15 dana od dana prijema, kako je propisano članom 15 Zakona o zaštiti uzbunjivača. Svaka prijavljena informacija se tretira kao strogo poverljiva, a uzbunjivač neće trpeti nikakve posledice, niti će njegovo pravo biti narušeno na bilo koji način zbog prijavljivanja incidenta. Po okončanju postupka ovlašćeno lice sastavlja izveštaj i predlaže mere donošenjem odluke radi ispravljanja nepravilnosti. Kompanija Lidl Srbija je dužna da obavesti uzbunjivača o ishodu postupka u roku od 15 dana od dana okončanja. Svaki incident se istražuje i na svaki se javno odgovara. Tokom poslovne 2021. i 2022. godine, putem dostupnih mehanizama za prijavljivanje, nisu zabeleženi slučajevi diskriminacije.

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 ad hoc, na zahtev rukovodstva. Tokom 2021. i 2022. godine sprovedeno je 50 kontrola (revizija) u prodavnicama Lidl Srbija u vezi sa radnim vremenom. Jedno od osnovnih načela kojima se vodimo, a tiče se odnosa prema zaposlenima jeste plaćen svaki minut prekovremenog rada. Uz to, svi naši zaposleni, u Upravi, logističkim centrima 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 10 prodavnica, u okviru koje se proveravaju zaštita ličnih podataka, zaštita privatnosti (korišćenje video-nadzora) i slično, što znači da se na godišnjem nivou ova provera sprovede u 40 prodavnica.



Kao poslodavac u Sektoru prodaje hrane u Srbiji, našim zaposlenima želimo obezbediti sigurno i privlačno radno okruženje. U Lidlu Srbija poštovanje i zaštita prava zaposlenih čine osnovu odnosa poverenja. Oni su oslonac svih naših aktivnosti i čvrsto su ukorenjeni u našim korporativnim principima, politikama i procedurama. Da bismo osigurali usklađenost svih naših poslovnih procesa u odnosu sa našim zaposlenima, Sektor ljudskih resursa sprovodi HR CMS program, koji je ključna oblast Lidlovog sistema upravljanja usklađenošću (CMS). Dosledna usklađenost sa zakonima i internim pravilima i procedurama čini osnovu našeg delovanja.

Prioriteti su nam stvaranje dobre atmosfere za rad, posvećeno i temeljno uvođenje novozaposlenih u posao, strukturirani razvoj i razvoj zaposlenih prema unapred definisanom modelu kompetencija za svako radno mesto, a shodno ličnim potencijalima i razvojnim potrebama zaposlenih.

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

Naše prodavnice, administrativne kancelarije i logistički centri nalaze se u zemljama EU, kao i u Srbiji. Zakonska regulativa u Srbiji i državama članicama EU predstavlja osnovu za garantovanje prava na slobodu udruživanja i kolektivno pregovaranje, kao i za osiguranje zaštite ljudskih prava na svim našim lokacijama.

Tabela: Radni status

	2021.	2022.
Broj zaposlenih sa punim radnim vremenom	2.647	3.260
Broj zaposlenih sa skraćenim radnim vremenom	452	324
Procenat zaposlenih koji imaju ugovor na neodređeno	95,97	99,33
Procenat zaposlenih koji imaju ugovor na određeno	4,03	0,70

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 i da naš svakodnevni rad učinimo što zanimljivijim i ugodnijim.

Privatno zdravstveno osiguranje i dugoročna održiva strategija „Zdravlje i posao” samo su neke od stvari koje Lidl Srbija kao poslodavac nudi svojim zaposlenima. Sumirano posmatrano, našim zaposlenima garantujemo:

- plaćen svaki minut rada;
- petodnevnu radnu nedelju za sve zaposlene – u upravnoj zgradi, logističkom centru i prodavnicama;
- privatno zdravstveno osiguranje za sve zaposlene i povoljne uslove zdravstvenog osiguranja za članove uže porodice zaposlenih;
- rad od kuće – ukoliko zadaci radnog mesta to dozvoljavaju, zaposleni u upravnoj zgradi u Novoj Pazovi do pet dana nedeljno svoj radni dan mogu započeti i završiti od svoje kuće, bez obaveze dolaska u kancelariju;
- fleksibilno radno vreme – u zavisnosti od radnog mesta i ugovora, u Prodaji i Logistici nudimo mogućnost punog i nepunog radnog vremena. Pored toga, zaposleni u našoj upravnoj zgradi u Novoj Pazovi na posao mogu doći između 7.30 i 8.30 časova ujutru;
- novogodišnje vaučere za zaposlene koji se mogu iskoristiti za kupovinu u prodavnicama Lidla Srbija;
- novogodišnje paketiće za sve naše zaposlene, kao i za decu uzrasta 0–11 godina;
- vaučere za zaposlene za kupovinu školskog materijala u prodavnicama Lidla Srbija za decu od 1. do 8. razreda osnovne škole;

- baby box – artikli za bebe iz Lidlovog asortimana za rođenje deteta;
- novogodišnje proslave i tim bildinge za sve zaposlene.

Razvoj zaposlenih

Za kompaniju 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 jeste 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 prisustvuje 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 Lidlove principe rukovođenja, zaposleni imaju mogućnost da svojim nadređenima prenesu svoje mišljenje o njihovom načinu rukovođenja, kao i o njihovoj zajedničkoj saradnji;

- **Potvrda zaposlenog** – nakon završenog razvojnog razgovora, zaposleni kroz sistem potvrđuje da je upoznat sa procenom u Talent Management sistemu i definisanim razvojnim merama.

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.

Porodiljsko odsustvo

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

Kompanija je pokrenula projekat opremanja specijalnog radnog prostora za naše zaposlene roditelje i tom prilikom implementirala koncept „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 zaposlenih u Lidl Srbija, te vaučere za kupovinu školskog materijala, kao podršku roditeljima osnovaca. U skladu sa zakonskim propisima, svi zaposleni imaju pravo na roditeljsko odsustvo.

U EU žene zarađuju 14,1% manje od muškaraca (rodni jaz u plattama). Kako bismo unapredili rodnu ravnopravnost u oblasti naknada, oslanjamo se na princip jednakih mogućnosti. Kroz našu strategiju ljudskih resursa težimo da ovaj pristup prilagodimo različitim potrebama i da se jednak tretman reflektuje u našem sistemu naknada.

Počevši od 2021. godine, redovno prikupljamo podatke o rodnom jazu u plattama. Podaci za 2022. godinu ukazuju na postojanje ovog jaza i u Lidlu Srbija. Iako je princip jednakosti zarade čvrsto ukorenjen u našem poslovanju, ovaj jaz nije u potpunosti izbegnut zbog strukturnog aspekta radne snage. To uključuje veći procenat žena na pozicijama prodaje, što dovodi do niže zarade.



Tabela: Zaposleni i roditeljsko odsustvo, po polu

		2021.	2022.
Ukupan broj zaposlenih koji su ostvarili pravo na roditeljsko odsustvo	ž.	2.499	2.929
	m.	1.232	1.461
	drugo	0	0
Ukupan broj zaposlenih koji su koristili roditeljsko odsustvo	ž.	215	261
	m.	0	1
	drugo	0	0
Ukupan broj zaposlenih koji su se vratili na posao u izveštajnom periodu nakon prestanka roditeljskog odsustva	ž.	103	82
	m.	0	1
	drugo	0	0
Ukupan broj zaposlenih koji su se vratili na posao nakon prestanka roditeljskog odsustva koji su i dalje zaposleni 12 meseci nakon povratka na posao	ž.	87	86
	m.	0	0
	drugo	0	0
Povratak na posao i stope zadržavanja zaposlenih koji su uzeli roditeljsko odsustvo	ž.	85	84
	m.	0	0
	drugo	0	0

Kroz naš uspostavljeni sistem koji se temelji na nediskriminaciji kod isplata, trudimo se da obezbedimo rodnu ravnopravnost u našem sistemu isplata i preduzimamo odgovarajuće korake kako bismo smanjili jaz u platama na svim nivoima hijerarhije

Tabela: Radni status

		2021.	2022.
	Rodni jaz u platama (neprilagođen)*		
	Srednja vrednost	25,9%	25,0%
	Medijana	11,8%	8,2%

Odeljenje za naknade i beneficije unutar HR sektora Lidla Srbija odgovorno je za strukturiranje sistema naknada, uzimajući u obzir specifične zahteve i zakone Republike Srbije. Dodatno Lidl nacionalne kompanije imaju centralizovanu podršku pri upravljanju temom naknada.

Pored zaštite radnih i ljudskih prava u našoj organizaciji, odgovorni smo za osiguranje pristupa sigurnim, pristojnim uslovima rada i radnim standardima za pojedince zaposlene u celom lancu vrednosti. Naš cilj je da postignemo poboljšanja kroz ciljne intervencije i ispunjavanje strateškog fokusa „Dobro za ljude“. Naša strategija je usredsređena na praćenje uticaja. Posvećeni smo preduzimanju akcija za ublažavanje (štetnih) uticaja sopstvenih poslovnih aktivnosti u vezi sa ljudskim pravima. Promovišemo mere za jačanje i usklađenost sa osnovnim standardima rada MOR-a tako što podržavamo mehanizme za žalbe u različitim branšama koje pružaju *Fairtrade*, *Cotton made in Africa* (CmiA), *Marine Stewardship Council* (MSC),

Akuaculture Stewardship Council (ASC) i partnerstvo za Sustainable Textiles. Kroz širenje korektne trgovine mi promoviramo plate za život i životni prihod, kao i pravednu raspodelu vrednosti kroz naše lance snabdevanja. Angažovanjem u razvojnim programima, inicijativama i projektima unutar naših lanaca snabdevanja u mogućnosti smo da proaktivno pokrećemo promene izvan naše organizacije.

Minimalni rokovi obaveštenja o operativnim promenama

U Lidlu Srbija zaposleni se blagovremeno obaveštavaju o svim značajnim operativnim promenama preko internog portala ili digitalne oglasne table. U slučaju promena propisa, relevantne izmene se redovno prenose elektronskim putem našim rukovodiocima na dvomesečnom nivou putem njuzletera. U hitnim slučajevima, kada je neka promena zakona ključna za naše poslovanje, obaveštenje se odmah šalje odgovornim licima u kompaniji po dobijanju informacije o promenjenim propisima ili novim zakonima.

Provera poslovnih partnera i dobavljača radi sprečavanja rizika usklađenosti, reputacionih i pravnih rizika

U okviru naše korporativne odgovornosti, u Lidlu Srbija primenjujemo obavezu provere poslovnih partnera sa kojima ostvarujemo saradnju u vrednosti većoj od 50.000 evra tokom godine.

Proces provere obuhvata analizu transakcionih rizika, rizika povezanih s prethodnim poslovanjem i licima, rizika povezanih sa zemljom poslovanja ili sedištem, kao i rizika povezanih s proizvodima i tržištem. Provera se sastoji od preliminarne provere, koju vrše nadležna lica za saradnju, uz mogućnost dodatne provere od strane Compliance odeljenja, ukoliko preliminarni rezultati ukazuju na postojanje rizika.

U periodu 2021/2022. godine, Compliance odeljenje je izvršilo dodatnu proveru za 140 potencijalnih poslovnih partnera. Za četiri poslovna partnera utvrđen je visoki rizik, što znači da saradnja s njima nije preporučena ili nije dozvoljena.

Kao deo naše posvećenosti integritetu i dugoročnoj održivosti poslovanja, Lidl Srbija ima zahtev prema svojim dobavljačima voća i povrća da se sertifikuju u skladu sa GlobalG.A.P. GRASP standardom (modul koji se odnosi na prava radnika). Cilj ovog zahteva je zaštita svih učesnika u lancu snabdevanja.

U 2021. godini ukupan procenat dobavljača voća i povrća koji su bili sertifikovani prema GlobalG.A.P. GRASP standardu iznosio je 11%. Međutim, tokom 2022. godine zabeležili smo značajan napredak u sertifikaciji dobavljača, te je ukupan procenat sertifikovanih dobavljača voća i povrća iznosio 64%. Kroz sertifikaciju prema GlobalG.A.P. GRASP standardu obezbeđujemo da naši dobavljači poštuju prava radnika, pružajući sigurno i pošteno radno okruženje za svoje zaposlene.

Lidl Srbija, kao deo svoje strategije, dodatno zahteva korišćenje sertifikovanih sirovina, poput Rainforest Alliance ili Fairtrade, u proizvodnji svojih privatnih robnih marki. Cilj ovog pristupa je poboljš

šanje kvaliteta života i radnih uslova za mnoge učesnike u lancima snabdevanja, jer ovi sertifikati uključuju i zahteve koji se odnose na prava radnika. Na taj način osiguravamo da sirovine koje koristimo u našim proizvodima dolaze iz izvora koji promovišu pravične radne uslove, zaštitu životne sredine i održivo upravljanje resursima.

„Hoćeš da menjamo mesta? Pomeri se s mesta”

Pored brige za prava zaposlenih i ljudskih prava u svom lancu snabdevanja, Lidl Srbija prepoznaje i svoju odgovornost da, kao uticajna kompanija, doprinese boljitku ljudskih prava i u društvu u kojem posluje. Tako je u poslovnoj 2022. godini kompanija Lidl Srbija pokrenula projekat „Hoćeš da menjamo mesta? Pomeri se s mesta”, čiji je cilj podizanje svesti kupaca, ali i društva u celini, o pravima i potrebama osoba sa invaliditetom. Nakon učestalih primedbi kupaca da su mesta za parkiranje rezervisana za osobe sa invaliditetom često zauzeta od strane vozila koja na sebi ne nose odgovarajuću oznaku, Lidl Srbija je osmislila i pokrenula projekat koji se bavi prvenstveno rešavanjem tog problema, ali i podizanjem svesti društva. Zajedno sa Nacionalnom organizacijom osoba sa invaliditetom Srbije i kreativnim agencijama, osmišljeno je dodatno dugoročno obeležavanje pomenutih mesta. Tokom trajanja projekta obeležena su parking mesta za osobe sa invaliditetom ispred Lidlovih prodavnica u 14 gradova i 22 prodavnice u Srbiji.

U periodu od 10. do 30. oktobra 2022. godine dodatno je sprovedena kampanja obeležavanja nepropisno parkiranih automobila na mestima za osobe sa invaliditetom flajerima i hengerima koji su prenosili upečatljivu poruku za bahate vozače. Kako bismo dose-

gli što veći broj ljudi, proizvedena su i četiri edukativna videa koji se bave temama bahatog parkiranja, komunikacije sa osobama sa invaliditetom, važnosti pristupačnosti objekata za osobe sa invaliditetom, ali i manje vidljivim invaliditetima.



BEZBEDNOST I ZDRAVLJE NA RADU

Bezbednost i zdravlje zaposlenih su visoko rangirani prioriteta u našoj kompaniji. U skladu sa svojim poslovnim principima, Lidl Srbija prepoznaje i prihvata odgovornost da pruži sigurno i zdravo radno okruženje za svoje zaposlene.

Bezbednost i zdravlje na radu od suštinske su važnosti kako bismo zaštitili naše zaposlene od potencijalnih opasnosti. To uključuje pružanje odgovarajuće obuke za rukovanje opremom, redovno održavanje mašina i alata, kao i obezbeđivanje zaštitne opreme, poput sigurnosnih cipela i rukavica. Smanjenje upotrebe opasnih materijala, pravilno odlaganje otpada i unapređenje energetske efikasnosti u našim objektima smanjuju potencijalne rizike po zdravlje zaposlenih, ali istovremeno smanjuju i naš uticaj na ekosistem i prirodne resurse.

Pored toga, u Lidlu Srbija kontinuirano radimo na identifikaciji i smanjenju rizika na radnom mestu. Redovno sprovodimo procene rizika, analiziramo potencijalne opasnosti i preduzimamo mere za njihovo ublažavanje. Ovo radimo kako bismo stvorili radno okruženje u kojem se rizici minimiziraju, a zaposleni se osećaju sigurno i zaštićeno.

Takođe, kroz naš lanac snabdevanja aktivno se angažujemo u osiguravanju da naši dobavljači poštuju prava radnika, pružajući korektne uslove rada, bez diskriminacije i prisilnog rada. Kao kompanija, svesni smo da briga o bezbednosti i zdravlju na radu ima pozitivan uticaj na produktivnost, zadovoljstvo zaposlenih i po-

slovni uspeh. Lidl Srbija se obavezuje na kontinuirano poboljšanje standarda bezbednosti i zdravlja na radu, kako bismo osigurali dobrobit svih naših zaposlenih i očuvali održivost naše kompanije.

Svako ko se nalazi u prostoru koji je vlasništvo Lidla Srbija ima pravo na bezbedan rad i boravak i podleže našem sistemu zaštite zdravlja i bezbednosti na radu.

U okviru ove teme fokusiramo se na prevenciju u oblasti bezbednosti i zdravlja na radu, te jačanje pozitivnih uticaja kroz promovisanje zdravih životnih stilova. Naš sistem zaštite zdravlja i bezbednosti na radu definisan je korporativnim standardima i usklađen sa zakonskom regulativom Republike Srbije.

Sektor bezbednosti, sastavljen od sedam zaposlenih, odgovoran je za upravljanje temom bezbednosti i zdravlja na radu unutar kompanije. Ta lica istovremeno su zadužena i za zaštitu od požara. Ona moraju posedovati odgovarajući stručni ispit u skladu sa propisima nadležnog ministarstva. Redovno saradujemo sa eksternim konsultantima iz oblasti bezbednosti i zdravlja na radu, medicine rada i savetnika za hemikalije. Zaposleni u Sektoru bezbednosti, pored neophodnih obrazovnih kvalifikacija, poseduju položen stručni ispit za praktičnu osposobljenost u oblasti bezbednosti i zdravlja na radu, kao i stručni ispit iz zaštite od požara. Sektor se rukovodi važećim zakonodavstvom (Ustav Republike Srbije, Zakon o bezbednosti i zdravlju na radu i Zakon o zaštiti od požara), kao i velikim brojem pravilnika i uredbi koje detaljnije regulišu ovo područje. U slučajevima kada su korporativna pravila stroža od zakonskih, a ne ugrožavaju zakon, primena korporativnih pravila ima prednost.

Sredstva za bezbednost i zdravlje na radu budžetiraju se jednom godišnje u skladu sa zakonskim obavezama i preventivnim merama koje se planiraju za poslovnu godinu, a koje se definišu nakon analize rezultata iz prethodne godine.

Svi zaposleni su obuhvaćeni sistemom upravljanja bezbednošću i zdravljem na radu. Redovno sprovodimo tehničke mere s ciljem obezbeđenja bezbednosti i zdravlja na radu, dodatno obučavamo zaposlene o specifičnim temama i vodimo godišnje razgovore sa rukovodiocima prodavnica o stanju bezbednosti i zdravlja na radu u objektima za koje su nadležni. Zaposleni se konsultuju i informišu o razvoju, primeni i evaluaciji sistema bezbednosti i zdravlja na radu putem anketa i razgovora sa licem za bezbednost.

Efikasnost obuka ocenjuje se na osnovu evidencije o broju ponovljenih povreda na radu. Na sastancima regionalnih rukovodilaca prodaje i Saveta za bezbednost Uprave i regionalnih društava redovno se obaveštava o statusu povreda u celoj kompaniji i novim merama, sa obavezom da se te informacije dalje prenesu pojedinačnim timovima u prodavnicama. Dodatno, na mesečnom nivou izveštavamo svaki objekat (prodavnice, logistički centri) o statusu povreda na radu u vezi sa tim objektom.

Politike i smernice koje regulišu interne i eksterne procedure na ovu temu:

- Pravilnik o pravima, obavezama i odgovornostima u oblasti bezbednosti i zdravlja na radu;
- Program osposobljavanja za bezbedan i zdrav rad;
- Sporazum o zajedničkom sprovođenju mera bezbednosti i zdravlja na radu;
- Program osposobljavanja za bezbedan i zdrav rad učenika;

- Akt o proceni rizika na radnom mestu i u radnoj okolini;
- Uputstva za bezbedan i zdrav rad.

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

Tokom perioda izveštavanja sproveli smo ili započeli niz konkretnih projekata, programa i inicijativa koji su usmereni ka ostvarivanju bezbednog i efikasnog radnog okruženja.

Neke od tih aktivnosti su:

- „Bezbedno – efikasno” – projekat koji na kreativan način podiže svest zaposlenih o bezbednosti i zdravlju na radu, kako bismo svi zajedno doprineli bezbednijim uslovima rada;
- postavljanje satova koji broje dane bez povrede na radu u objektima sa najvećim brojem povreda; ovi satovi se redovno ažuriraju kvartalno;
- maskota Munja – animirana maskota za podizanje svesti zaposlenih o bezbednosti; Munja ima ulogu da motiviše i inspiriše zaposlene na temu bezbednosti na radnom mestu;
- poster koji se bave temama bezbednosti tokom cele poslovne godine, sa posebnim fokusom na cilj bez povreda;
- poster na temu Svetskog dana bezbednosti i zdravlja na radu, s ciljem podizanja svesti o ovoj važnoj temi;

- smanjenje startne brzine ručnog električnog paletara u prodavnicama;
- mesečni izveštaj o povredama na radu po objektu;
- pojačan planski preventivni rad na terenu.

Ove aktivnosti su deo naše posvećenosti postizanju visokih standarda bezbednosti i zdravlja na radu u svim našim objektima.

Komunikacija ka zaposlenima se ostvaruje putem internih kanala komunikacije, slanjem imejllova ka rukovodiocima, koji su u obavezi da informaciju podele sa svojim zaposlenima, upotrebom postera, klipova i testimonijala, kao i na sednici regionalnih rukovodilaca prodaje, sednici rukovodilaca prodavnica i direktnoj komunikaciji lica za bezbednost sa rukovodećim timom i zaposlenima.

Zbog velikog broja povreda na radu zaposlenih u prodavnicama sa ručnim električnim paletarom tokom 2021, preduzeli smo meru redukcije startnog ubrzanja paletara. Zahvaljujući ovoj meri, u 2022. godini zabeležili smo drastično manji broj povreda na radu, ukupno devet, u odnosu na 2021. godinu, kada je bilo ukupno 33 povrede uzrokovane rukovanjem električnim paletarom.

Sistem upravljanja bezbednošću i zdravljem na radu

Radi ispunjavanja kompanijskih i zakonskih zahteva, uspešno smo organizovali poslove bezbednosti i zdravlja na radu unutar kompanije, što predstavlja sistemski pristup ovoj temi. Ovaj sistem ima širok obuhvat i primenjuje se na sve zaposlene, kao i na sve osobe koje se nalaze u našim objektima, kao što su serviseri, poslovni partneri ili kupci. Sistem, takođe, obuhvata sve aktivnosti koje su vezane za ljude koji se nalaze u objektima, kao i za sredstva, opre-

mu i/ili sisteme koje koriste ljudi, kao i objekte u kojima se ljudi i oprema nalaze.

Jedan od dokaza da smo uspešno uspostavili ovaj sistem i da ga primenjujemo jesu redovni inspeksijski nadzori, koje prolazimo svake godine, u proseku između 40 i 50 puta – dakle, skoro svake kalendarske nedelje. Od otvaranja do danas nismo dobili nijednu kaznu u vezi sa pitanjima bezbednosti.

Trudimo se da iz godine u godinu ostvarujemo pozitivne trendove, što se ogleda u smanjenju broja povreda na radu u odnosu na broj objekata i zaposlenih. Ovaj trend je jasan pokazatelj naše posvećenosti bezbednosti i zdravlju na radu, kao i nastojanju da unapređujemo naše standarde u ovim oblastima.

Identifikacija, procena rizika i istraga incidenata

Procesi i metodologija za identifikaciju opasnosti na radnom mestu, procenu rizika i definisanje mera u skladu sa tim rizicima detaljno su opisani u Aktu o proceni rizika za radna mesta u radnoj okolini. Akt o proceni rizika je standardizovanog formata sa unapred definisanim sadržajem, koji je propisan Pravilnikom o načinu i postupku procene rizika na radnom mestu i u radnoj okolini. Dodatno, po internim pravilima Grupe, u kompaniji su definisani procesi za procenu rizika i istragu incidenata koji su detaljniji od zakonom propisanih regulativa. U situacijama kada veruju da postoji rizik koji može uzrokovati povrede ili ugroziti zdravlje zaposleni imaju pravo da odbiju rad, bez trpljenja posledica ili sankcija. Inspekcija rada je poslednja instanca koja štiti ovo pravo zaposlenih. Kompanija podstiče zaposlene kroz program „Upravljanje idejama” (nem. Ideenmanagement), koji zaposlenima pruža mogućnost da

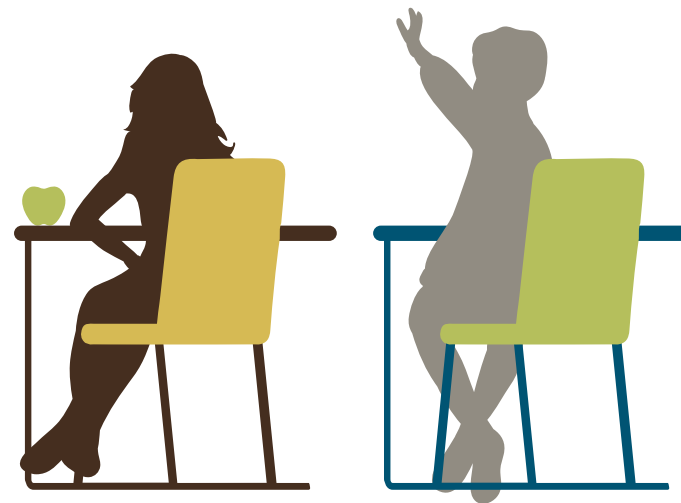
predlože mere za smanjenje rizika i da za to budu nagrađeni ukoliko se ideje implementiraju.

Važeće zakonodavstvo definiše situacije u kojima zaposleni može odbiti rad i ne može trpeti štetne posledice zbog obustave radnih aktivnosti. Takođe, propisani su postupci za prijavljivanje rizika/opasnosti pisanim putem poslodavcu, kao i nadležni organi i rokovi za postupanje u takvim slučajevima. Sve ove informacije su deo obuke koju zaposleni dobija prvog radnog dana.

Za istraživanje povreda na radu koristi se zakonom definisan obrazac „Izveštaj o povredi na radu”, kao i proces definisan internom procedurom „Sprovođenje incidenata i štetnih događaja”, koji obuhvata analizu povrede.

Po lokalnom zakonu, kompanija je dužna da donese Akt o proceni rizika u pisanom obliku. Nosioc izrade i upravljanja implementacijom Akta o proceni rizika jeste lice za bezbednost i zdravlje na radu, odgovorno za objekat za koji se procena vrši. U proces prikupljanja informacija za izradu Akta o proceni rizika uključeni su relevantni predstavnici sektora, u zavisnosti od potreba i oblasti procene. Prema zakonu, lice za bezbednost i zdravlje na radu odgovorno je za sprovođenje postupka procene rizika.

Prilikom obuke prvog radnog dana svi zaposleni se upoznaju sa ulogom lica za bezbednost i zdravlje na radu, koje im pruža obuku. Takođe se ističe da su članovi rukovodećeg tima i lice za bezbednost prvi kontakt u slučaju da zaposleni primeti rizik, opasnost ili štetnost na radnom mestu koja nije adekvatno kontrolisana. Najmanje jedan član rukovodećeg tima je uvek prisutan tokom smene, a lice za bezbednost je dostupno 24/7 za sve upite zaposlenih. U



slučaju privremenog odsustva lica za bezbednost, obezbeđene su zamene, tako da zaposlenima u svakom momentu stoji na raspolaganju podrška stručne osobe putem istog kontakt telefona.

U slučaju povrede zaposlenog na radnom mestu, rukovodilac sme u obavezi je da obezbedi popunjene izjave povređenog zaposlenog, izjave neposrednog rukovodioca i izjave očevidaca. Popunjena izjava se dostavlja licu za bezbednost, koje je dužno da u ime poslodavca povredu prijavi nadležnoj inspekciji rada i MUP-u u zakonom propisanim rokovima. Lice za bezbednost je dalje u obavezi da u ime poslodavca popuni Izveštaj o povredi na radu i dostavi ga lekaru koji je prvi pregledao zaposlenog, kako bi Izveštaj o povredi na radu bio kompletiran. Nakon što lekar popuni Izveštaj o povredi na radu, lice za bezbednost Izveštaj dostavlja nadležnom Republičkom fondu za zdravstveno osiguranje na konačnu ocenu.

Tokom poslovnih godina 2021. i 2022. zabeleženi su glavni tipovi povreda koji su se izdvojili po učestalosti, te su, u skladu sa tim, i preduzete mere da se spreče u što većem broju. Povećanje izgu-

bljenih sati usled povreda na radu može se objasniti, pre svega, većim brojem filijala, a time i većim brojem zaposlenih.

Usluge u vezi sa zdravljem na radu

Sa Službom medicine rada smo sklopili Ugovor radi uspostavljanja dugoročne saradnje i obezbeđivanja dostupnosti. Angažujemo Medicinu rada za pružanje sledećih usluga:

- Lekarski pregledi;
- prethodni pregledi – vrše se pre stupanja u radni odnos na radno mesto sa povećanim faktorom rizika;
- periodični pregledi;
- očni pregledi;
- ciljani pregledi.

Konsultativne usluge:

- Medicina rada uključena je u kompletnu izradu Akta o proceni rizika za sva radna mesta;
- izbor opreme za rad u specifičnim mikroklimatskim uslovima;
- trajanje pauze za zaposlene koji rade u rashladnoj komori na -24 °C.

Saradnja i uključivanje Medicine rada u procenu rizika i uređivanje radnog mesta doprinose objektivnosti u radu i unapređenju uslova rada.

Cilj ove dugoročne saradnje sa Službom medicine rada jeste unapređenje zdravlja i sigurnosti na radnom mestu, kao i stvaranje povoljnih uslova za sve zaposlene.

Učešće i savetovanje zaposlenih i komunikacija sa njima u vezi sa bezbednošću i zdravljem na radu

Prilikom uvođenja novih mera na nekoliko lokacija se sprovodi testiranje, što pruža zaposlenima mogućnost da ocene nove mere, a rukovodećem timu obezbeđuje povratne informacije potrebne za donošenje konačne odluke o potpunoj implementaciji mere na svim lokacijama. Na kraju perioda testiranja, kroz internu anketu, zaposleni daju pisanu povratnu informaciju o iskustvima testiranja. Na taj način zaposleni aktivno učestvuju u donošenju konačne odluke. U izveštajnom periodu mere koje su dale pozitivne rezultate tokom perioda testiranja primenili smo i na ostale objekte, dok neke mere nisu dalje implementirane nakon perioda testiranja.

Timovi za bezbednost i dinamika sastajanja:

Jednom nedeljno

Lice za bezbednost i zdravlje na radu sa rukovodiocem sektora

Svaki drugi mesec

Sednica regionalnih rukovodilaca prodaje

Dva puta godišnje

Savet za bezbednost
Savet čine:
generalni direktor, izvršni direktor Direkcije centralnih usluga, rukovodilac Sektora organizacije prodaje, rukovodilac Sektora logistike (Uprava), rukovodilac pravnog sektora, poverenik zaposlenih (Uprava), rukovodilac tima u Sektoru bezbednosti

Jednom mesečno

Sektor bezbednosti (kompanije i Lidl Stiftunga)

Jednom godišnje

Sastanak sa Lidl Stiftungom
Učestvuju: izvršni direktor Direkcije centralnih usluga Lidla Srbija, rukovodilac tima u Sektoru bezbednosti Lidla Srbija, rukovodilac tima u Sektoru bezbednosti Lidl Stiftunga, konsultant Lidl Stiftunga zadužen za Lidl Srbija

Četiri puta godišnje

Savet za bezbednost Regionalnog društva
Savet čine:
izvršni direktor Direkcije centralnih usluga, izvršni direktor Regionalnog društva, rukovodilac Sektora logistike (Regionalno društvo), rukovodilac prodaje (Regionalno društvo), rukovodilac pravnog sektora, poverenik zaposlenih (Regionalno društvo)



Učešće u dijalogu

Učešće u dijalogu omogućava kompanijama da bolje razumeju potrebe, očekivanja, brige i interese svojih stejkholdera, što može doprijeti identifikaciji ključnih pitanja održivosti i poboljšanju poslovnih praksi u skladu sa principima održivosti.

Kroz dijalog sa stejkholderima Lidl Srbija identifikuje ključne teme održivosti koje treba da obuhvati u svojim izveštajima. Ova transparentnost i otvorenost u komunikaciji sa stejkholderima doprinose pozitivnoj reputaciji kompanije, povećavaju poverenje i podršku zajednice i smanjuju rizike u vezi sa društvenim, ekološkim i ekonomskim izazovima.

U okviru teme učešća u dijalogu nadležna odeljenja su ona koja su zadužena za implementaciju i realizaciju različitih procesa u vezi sa profesionalnim razvojem zaposlenih. Odeljenje za razvoj i obuku zaposlenih u Lidl fondaciji ima ključnu ulogu u kreiranju standardnih procesa, dok Odeljenje za razvoj u okviru Sektora za ljudske resurse Lidla Srbija preuzima njihovu implementaciju.

Radi unapređenja profesionalnog razvoja zaposlenih, Lidl Srbija pažljivo prati njihov učinak. Talent Management proces redovno se sprovodi svake godine, osiguravajući jednak pristup svim zaposlenima, bez obzira na njihovu poziciju.

Osim toga, kompanija Lidl Srbija je preduzela niz inicijativa kako bi poboljšala razvoj zaposlenih:

- **Interna razvojna akademija.** Pokrenuli smo akademiju čiji je cilj razvoj zaposlenih koji se nalaze na pozicijama rukovodilaca

sektora, rukovodilaca timova, senior konsultanata, vođa timova i koordinatora timova, fokusirajući se na njihove leaderske veštine i znanja. Cilj je da zaposleni na ovim rukovodećim pozicijama promovišu bolje donošenje odluka, grade bolje timove i obučavaju buduće lidere u našoj kompaniji koji imaju stil upravljanja koji doprinosi pozitivnoj radnoj atmosferi.

- **Digitalna platforma za učenje.** U skladu sa savremenim trendovima učenja, pokrenuli smo digitalnu platformu za učenje, kako bismo olakšali pristup obukama i resursima našim zaposlenima sa bilo koje lokacije. Digitalizacija obuka predstavlja izuzetno pozitivan trend za kompaniju Lidl Srbija i naše zaposlene. Benefiti su brojni:
 - fleksibilnost – uvođenjem digitalne platforme za učenje naši zaposleni sada imaju mogućnost da pristupe obukama sa bilo koje lokacije i u bilo koje vreme; ovaj nivo fleksibilnosti omogućava im da prilagode obuke svojim rasporedima i individualnim potrebama, što doprinosi njihovom boljem usklađivanju sa profesionalnim i privatnim obavezama;
 - raznovrstan sadržaj – u prilici smo da ponudimo raznovrsne materijale za učenje na jednom mestu, na različite teme;
 - logistički jednostavnije – onlajn obukama smo smanjili logističke izazove povezane sa organizacijom tradicionalnih obuka.
- **LinkedIn Learning obuke.** Integrisali smo LinkedIn Learning obuke u digitalnu platformu za učenje, pružajući dodatne resurse i znanja zaposlenima.
- **Interni treneri.** Konsolidovana je lista internih trenera, odnosno iskusnih zaposlenih u prodavnicama koji su kvalifikovani da obučavaju novozaposlene u prodavnicama i logističkim centrima koristeći svoje bogato iskustvo i znanje.
- **Raketa tokom leta.** U okviru projekta „Raketa tokom leta”, fokusirali smo se na promociju *LinkedIn Learninga* kao vodećeg

alata za profesionalni razvoj naših zaposlenih. Cilj nam je bio da omogućimo zaposlenima da stiču nova znanja i veštine kroz ovu inovativnu platformu. Rezultati analize pre i posle projekta jasno pokazuju uspeh naših napora. Pre projekta samo šest odsto zaposlenih je koristilo LinkedIn e-learning obuke, dok se nakon implementacije projekta taj procenat značajno povećao – na 48%.

- **Buddy koncept.** Uveli smo buddy koncept, koji pruža podršku novozaposlenima kako bi se brže i uspešnije adaptirali u korporativnu kulturu Lidla Srbija.
- **Biznis partnerstvo.** Implementirali smo koncept biznis partnerstva, gde su HR partneri članovi tima za razvoj zaposlenih. Njihova uloga je pružanje podrške svim sektorima i odeljenjima u kompaniji i saradnja sa njima. Kao ključni saradnici, HR partneri aktivno podržavaju ostale sektore u postizanju njihovih ciljeva, s posebnim fokusom na razvoj zaposlenih i unapređenje njihovih kompetencija. Ovakve prakse nam omogućavaju da efikasno ocenjujemo i poboljšavamo kvalitet obuka, kao i da izgradimo snažno partnerstvo između HR tima i drugih sektora u ostvarivanju zajedničkih ciljeva. Cilj je stvaranje pozitivne i podržavajuće radne atmosfere koja podstiče rast i razvoj zaposlenih, kao i celokupnog poslovanja kompanije.

Posebno, za ceo rukovodeći kadar u našim prodavnicama i logističkim centrima osmislili smo modularno školovanje, prilagođeno njihovim odgovornostima i potrebama.

Svi navedeni procesi su preuzeti sa globalnog nivoa na našu zemlju preko globalne platforme koja ujedinjuje sve relevantne procese i na raspolaganju je svim kompanijama Lidl grupe.

Radi kontinuiranog praćenja zadovoljstva zaposlenih obukama, koristi se anketa. Po završetku svake obuke, zaposleni daju povratne informacije putem ove ankete, ocenjujući kvalitet i zadovoljstvo pruženom obukom. Ovakav pristup omogućava da se sagleda celokupno iskustvo zaposlenih u obukama, što doprinosi stalnom unapređenju njihovih kvaliteta.

Odeljenje za razvoj i obuku zaposlenih igra ključnu ulogu u ovim procesima. Njihova savetodavna funkcija pruža stručnu podršku zaposlenima, pomažući im da identifikuju najbolje mogućnosti za razvoj u skladu sa njihovim individualnim potrebama i ciljevima. Ovaj personalizovani pristup osigurava da svaki zaposleni dobije podršku koja je najbolje prilagođena njegovom razvoju i napretku.

Takođe, anketa je potvrdila pozitivnu povratnu reakciju naših zaposlenih. Čak 92% ispitanika je izrazilo nameru da u naredna tri meseca nastavi sa korišćenjem *LinkedIn* obuka.



Prosečno trajanje obuke godišnje po zaposlenom

U izveštajnoj 2021. godini, koja je obeležena pandemijom koronavirusa, susreli smo se sa izazovima u realizaciji obuka zbog nedostatka adekvatnog sistema za sprovođenje, pa je i broj sati obuka u toj godini bio ograničen. Zahvaljujući kontinuiranom rastu kompanije i otvaranju novih prodavnica, broj zaposlenih se značajno povećao, posebno u prodavnicama. Ovaj talas zapošljavanja uticao je i na povećani broj obuka koje su zaposleni prošli u 2022. godini.

Ovo je važno uočiti i analizirati kako bismo bili svesni postojeće situacije i omogućili ravnotežu u pristupu obukama za sve zaposlene.

Obuke su strukturirane na osnovu precizno definisanih modela kompetencija za svako radno mesto. Ovi modeli kompetencija obuhvataju lične, metodološke i socijalne veštine, dok za rukovodeća radna mesta uključuju i posebno definisane rukovodeće kompetencije.

Programi za unapređenje veština zaposlenih i programi pomoći u tranziciji

Fokus je na razvoju veština zaposlenih, a do sada nije bilo potrebe za razvojem ovakvog tipa programa. Postoji mogućnost i definisan je horizontalni razvoj zaposlenog, odnosno kada je zaposlenom kao razvojna stepenica na talent menadžmentu data ocena 4, koja podrazumeva horizontalni razvoj zaposlenog. To znači da zaposleni delimično prevazilazi očekivanja na aktuelnoj poziciji i, u skladu s tim, dobija razvojne mere koje zaposlenom predstavljaju izazov. U to se ubrajaju mere koje povećavaju odgovornost i daju veću slobodu u radu zaposlenom.

Redovna procena performansi i razvoja karijere

Lidl Srbija intenzivno radi na praćenju učinka i razvoju svojih zaposlenih, a Talent Management (TM) proces je ključan alat.

Sistematičan pristup Talent Management procesu omogućava svakom zaposlenom da ima jasno definisane ciljeve i planove za razvoj veština i kompetencija. Kroz ove korake Lidl Srbija kontinuirano teži unapređenju i podršci svojih zaposlenih kako bi ostvarili svoj puni potencijal i postigli vrhunske rezultate u poslovanju.

Osposobljavanje zaposlenih

Razvoj svesti zaposlenih i trening na temu održivog razvoja

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

Ova podrška obuhvata:

- definisanje obaveznih periodičnih onlajn obuka;
- dvogodišnji razvojni programi za određene pozicije;
- definisanje obuka prema potrebama radnih mesta;
- pristup *LinkedIn Learning* platformi;
- onlajn obuke o brizi za zdravlje;
- projekti za podizanje svesti o zdravoj ishrani.

Članstvo u udruženjima

Pristup uključivanju zainteresovanih strana

Lidl Srbija sebe vidi kao aktivnog partnera u društveno-političkim diskusijama. Zbog toga je praćenje zakonodavstva, razgovor sa političkim akterima i rad sa udruženjima na oblikovanju javnog mnjenja u sektoru sastavni deo našeg rada. Naš krajnji cilj je da budemo u mogućnosti da zakonske zahteve prenesemo u operativnu praksu što je brže i lakše moguće i da radimo sa dobavljačima kako bismo rano identifikovali buduće teme.

Lidl Srbija je član raznih udruženja i inicijativa u zemlji:

- NALED;
- Privredna komora Srbije;
- Forum za odgovorno poslovanje;
- AHK (Srpsko-nemačka privredna komora);
- Lokalno poglavlje UN Global Compact.

Kompanija Lidl Srbija je, takođe, zastupljena u sledećim međunarodnim udruženjima, organizacijama i inicijativama preko Lidl Stif-tunga:

- ACT – Action, Collaboration, Transformation;
- Alliance for Water Stewardship;
- amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI);
- Partnership for Sustainable Textiles;
- Danube soya;
- Econsense;
- Ethical Tea Partnership;
- Ethical Trade Initiative;

- EUROPE;
- Food for Biodiversity;
- Forest Stewardship Council (FSC);
- German initiative on sustainable cocoa;
- Fur Free Retailer;
- GlobalG.A.P., GlobalG.A.P. GRASP Technical Committee;
- ILO Better Work;
- Initiative for Sustainable Agricultural Supply Chains (INA);
- International ACCORD;
- International Network of Leading Executives Advancing Diversity (LEAD);
- Leather Working Group;
- Round Table on Responsible Soy (RTRS);
- Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO);
- RMG Sustainability Council (RSC) Bangladesh;
- Sustainable Nut Initiative;
- Sustainable Rice Platform (SRP);
- World Banana Forum.

Lidl Srbija je preko Švarc grupe član sledećih organizacija:

- Ellen MacArthur Foundation;
- UN Global Compact;
- Science Based Target Initiative.

Lidl Srbija saraduje sa sledećim organizacijama:

- Aquaculture Stewardship Council;
- Compassion in World Farming;
- Cotton made in Africa (CmiA);
- Downpass;
- Rainforest Alliance;
- Marine Stewardship Council;

- Oxfam;
- Save the Children.

Radi poštovanja zakona i pravila o zaštiti konkurencije, svi zaposleni koji učestvuju u sastancima udruženja obavezni su da prođu obuku „Sastanci udruženja i zaštita konkurencije”. Ova obuka se redovno organizuje svake dve godine kako bi zaposleni bili upoznati sa relevantnim informacijama i procedurama.

Sadržaj obuke obuhvata pravila koja se odnose na razmenu informacija sa trećim licima tokom sastanaka udruženja. Zaposlenima se pružaju smernice i uputstva kako da postupaju u situacijama koje se tiču zaštite konkurencije, kako bi se izbegli slučajevi kršenja zakona. Naša kompanija ozbiljno shvata poštovanje propisa o zaštiti konkurencije i smatramo da je ova obuka od ključne važnosti za očuvanje integriteta i etičkog poslovanja. Redovna obuka osigurava da zaposleni budu dobro informisani i osnaženi da se ponašaju u skladu sa svim zakonskim zahtevima tokom sastanaka udruženja.

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”, internog portala „Lidl na dlanu” i magazina za zaposlene „Sveže iz Lidla”.

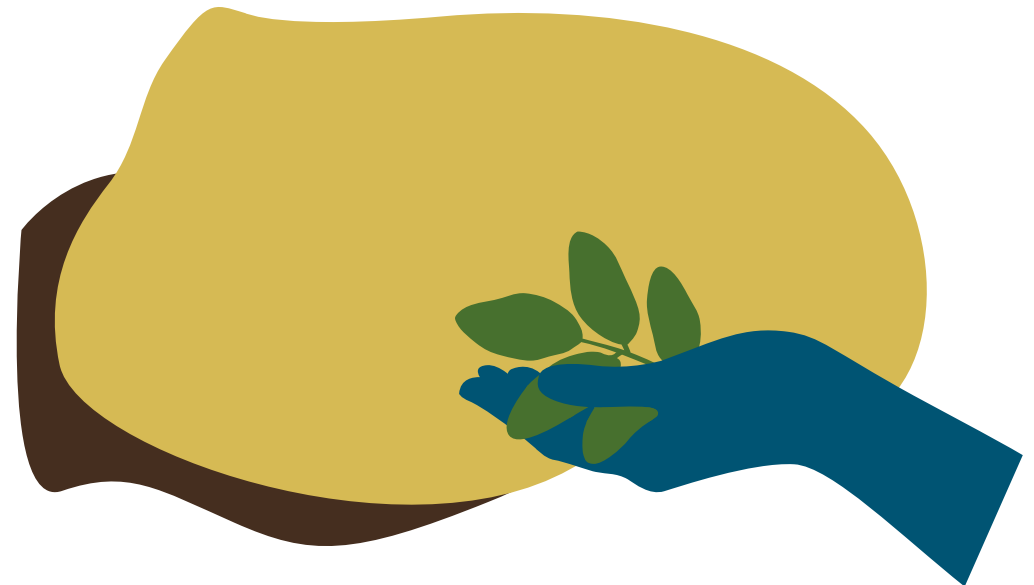
Aplikacija „We are Lidl” i intranet „Lidl na dlanu” sadrže vesti iz kompanije i o kolegama, kao i brze linkove za platformu „Uprav-

ljanje idejama”, putem koje zaposleni mogu da predlože ideje za unapređenje procesa u kompaniji. Na intranetu su dostupne i stranice znanja na kojima zaposleni mogu da se informišu u svakom trenutku ili preuzmu neophodnu dokumentaciju za rad. Mobilna aplikacija sadrži i funkciju za čet i stranicu „Iz našeg ugla”, na kojoj svako od zaposlenih može da postavlja svoje komentare i fotografije vidljive ostalim kolegama.

Dodatno, u magazinu „Sveže iz Lidla”, koji izlazi dva puta godišnje, zaposleni imaju priliku da čitaju o dostignućima naše kompanije, najznačajnijim projektima iz prethodnih meseci, kao i kolegama i njihovim interesovanjima i poslovnim poduhvatima.

Upravljanje idejama

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.



Predmet *Ideenmanagementa* su kreativne ideje, na primer, ideje u vezi s novim proizvodima ili predlozima za poboljšanje procesa administracije, logistike ili prodaje. Tražimo ideje kojima možemo unaprediti našu kompaniju. Želimo da unapredimo poslovne procese na svim nivoima i budemo inovativni u našim pristupima i razvoju procesa i sistema.

Kako bismo pažljivo oslušivali potrebe i želje naših potrošača, trudimo se da drugoj strani uvek budemo „nadohvat ruke”. Pouzdanog partnera u komunikaciji sa potrošačima imamo u našoj službi za potrošače, koja, pored redovnih kanala komunikacije (telefon, imejl), odgovara i na brojna pitanja putem društvenih mreža.

Kako nas dodatno zanima i kakvo iskustvo kupovine imaju naši potrošači, omogućili smo 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, na primer, ljubaznost zaposlenih, brzina kasiranja, pitanja o čistoći i svežini proizvoda. Kupci koji posle kupovine žele da iskažu svoje mišljenje onlajn 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. Za najsrećnije obezbeđeni su vredne mesečni nagrade, kao i vaučeri za kupovinu u Lidlu u vrednosti od 5000 dinara.



**Dobro
za tebe**

**ZA BOLJE
SUTRA**





Manje šećera, više organskih namirnica – jednostavno, više kvaliteta. Lidl Srbija svakodnevno posvećeno radi na tome da zadovolji sopstvene kriterijume kvaliteta, kao i da ispuni zahteve i očekivanja naših kupaca. Oslanjamo se na proizvode koji ne samo da su ukusni nego i doprinose zdravijem životnom stilu, dok istovremeno imaju manji negativni uticaj na životnu sredinu. Kroz dimenziju strategije održivog poslovanja „Dobro za tebe” definišemo našu odgovornost da kupca pratimo na putu ka održivijem i zdravijem načinu života. Zato kreiramo naš asortiman tako da je prilagođen upravo njihovim potrebama. Smatramo da održivost, kvalitet i osveščena ishrana idu ruku pod ruku sa našom misijom.

U okviru dimenzije odgovornog i održivog poslovanja „Dobro za tebe”, Lidl Srbija je usmerena na temu odgovornih proizvoda.

Odgovorni proizvodi

Odgovornost za temu „Odgovorni proizvodi” nalazi se u Direkciji nabavke, u sektorima kontrole kvaliteta i CSR u nabavci.

Sektor CSR u nabavci je odgovoran za koordinaciju ciljeva koji se odnose na upotrebu sertifikovanih sirovina. Ovi zahtevi su uključeni u poslovne pregovore sa dobavljačima kako bi se zajednički postigao cilj o odgovornim proizvodima. Takođe, Sektor kontrole kvaliteta (QS) zadužen je za teme u vezi sa kvalitetom i bezbednošću proizvoda. Pre nego što se određeni proizvod uvrsti u asortiman, Sektor kontrole kvaliteta pažljivo proverava proizvođačke specifikacije i deklaracije, kako bi se osigurala njihova usklađenost sa propisanim standardima.

Lidl Srbija je kao maloprodajni lanac hranom 2017. godine objavio sveobuhvatnu strategiju smanjenja upotrebe šećera i soli i postavio ciljeve za smanjenje ostataka pesticida, kontaminanata i aditiva u svom asortimanu proizvoda. Odgovarajući na globalne izazove, uključujući održivost u proizvodnji prehrambenih namirnica, smanjenje uticaja sistema proizvodnje na okruženje, obezbeđivanje zdravih proizvoda i isticanje njihovih pozitivnih efekata na očuvanje zdravlja, kompanija Lidl Srbija je kao temelj strategije osvešćene ishrane postavila bezbednost hrane.

Strategija je izgrađena na tri stuba:

- **zdravija ishrana** usmerena na poboljšanje nutritivnih aspekata asortimana;
- **održiva ishrana** za ekološki i društveno pravednu ishranu unutar planetarnih granica;
- **transparentnost i osnaživanje** kao podrška kupcima da prihvate ovu ponudu radi svesnije odluke o kupovini.

Svest potrošača o zdravlju i održivoj ishrani sve je veća, pa smo posebno posvećeni podsticaju zdravije ishrane i stalno razvijamo naš asortiman proizvoda u skladu sa najnovijim naučnim otkrićima. Istovremeno, pažljivo brinemo o željama i potrebama svojih kupaca. Nastojimo da u obzir uzmemo povratne informacije prilikom formiranja asortimana ili izmene receptura proizvoda u saradnji sa našim dobavljačima.



Sa ciljem prevencije zdravstvenih rizika povezanih sa prekomernom konzumacijom šećera (poput gojaznosti i dijabetesa), kao i povećanim unosom soli (uključujući kardiovaskularne bolesti, kao što je moždani udar), sve kompanije Lidl grupe teže da smanje prodajno-ponderisan prosečan sadržaj dodatog šećera i soli u asortimanu proizvoda naše robne marke za 20%.

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

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

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



Istovremeno, postepeno **povećavamo udeo žitarica od celog zrna, kao i asortiman proizvoda koji sadrže žitarice od celog zrna, ali i udeo biljnih izvora proteina.** Proizvodi od celog zrna sadrže više vlakana, sekundarnih biljnih materija, minerala (cinka, gvožđa, magnezijuma) i vitamina (B1, B2, folne kiseline), što dokazano ima pozitivne efekte na životni vek i promoviše zdravije starenje. Cilj nam je da do 2025. godine, radi transparentnosti, na proizvodima sukcesivno navodimo sadržaj vlakana u tabeli s hranljivim vrednostima.

U skladu sa preporukama Svetske zdravstvene organizacije (SZO), Lidl Srbija prati niz ciljeva za **marketing usmeren na zdravu ishranu dece**. Oglašavanje namenjeno deci uključuje promovisanje zdravije i održivije ishrane, a od 2023. i sukcesivno obustavljanje prikazivanja reklama za nezdrave namirnice namenjene deci. Od 2025. godine prodavaćemo namirnice naše privatne robne marke u pakovanjima primamljivog izgleda za decu samo ako ispunjavaju kriterijume SZO za zdrave namirnice.

U sektoru CSR u nabavci je definisana strategija, dok su u Sektoru kontrole kvaliteta uspostavljeni procesi za optimizaciju proizvoda, na primer, s ciljem smanjenja šećera i soli u proizvodima. Ovakav pristup omogućuje kompaniji Lidl Srbija da aktivno doprinosi unapređenju kvaliteta i bezbednosti proizvoda koje nudi, kao i da preuzme odgovornu ulogu prema svojim kupcima i zajednici u celini.

Lidl Srbija promoviše **održivu ishranu** kroz **održivi razvoj asortimana**. Svoje **kritične sirovine sertifikujemo** prema priznatim standardima i uključeni smo u tematske inicijative i projekte. Takođe, kontinuirano **povećavamo ponudu organski uzgojenog voća i povrća, prehrambenih proizvoda, kao i proizvoda za održavanje higijene i čišćenje**, koji nose neki od sertifikata, kao što su *EU Organic, Ecolabel* itd. Posvećeno **razvijamo i proširujemo naš asortiman lokalnih proizvoda**. Razvili smo liniju domaćih proizvoda „S ljubavlju, domaće”, koja obuhvata proizvode koji su proizvedeni isključivo u Srbiji.

Nudimo veliki izbor namirnica koje su regionalne, sezonske ili biljnog porekla, sa ciljem **povećanja udela proteina biljnog porekla**

u ishrani. Od kraja poslovne 2023. godine **uspostavićemo transparentnost u pogledu prezentacije udela proteina životinjskog porekla** u odnosu na one koji su biljnog porekla, koje ćemo predstavljati i u okviru Izveštaja o održivosti. Do 2025. proširićemo udeo proteina biljnog porekla u našem asortimanu uvodeći nove proizvode koji **podržavaju ishranu na biljnoj bazi, uključujući mahunarke, orašaste plodove i veganske zamene za meso i mlečne proizvode**.

Ciljevi u vezi sa upotrebom održivih sirovina definisani su i detaljno su opisani u izjavama i politikama koje su objavljene na sajtu Lidl Srbija:

- [Izjava o namerama](#)
- [Politike nabavke](#)
- [Politika nabavke - osvešćena ishrana](#).

Detaljnije informacije o posvećenosti Lidla Srbije za upotrebu održivih sirovina možete pročitati u poglavlju *Očuvanje resursa*.

Lidl Srbija pruža otvoren i transparentan kanal za komunikaciju sa svojim kupcima. Ukoliko naši kupci imaju pitanja, sugestije ili žele da iznesu svoje mišljenje, mogu ih uputiti putem imejl adrese kontakt@lidl.rs.

Ovako omogućavamo direktnu interakciju sa našim timom, a mi smo posvećeni da pažljivo razmotrimo svaki pristigli upit i obezbedimo odgovore koji će zadovoljiti potrebe naših kupaca.

U okviru **transparentnosti i osnaživanja**, kompanija Lidl Srbija je kao jednu od mera započela sukcesivno uvođenje obeležavanja proizvoda oznakom **Nutri-Score**. Reč je o dobrovoljnom sistemu proširenog nutritivnog obeležavanja namirnica oznakama **od zelenog A do crvenog E**, čime će biti posebno istaknuta nutritivna vrednost namirnica na proizvodima odabranih privatnih robnih marki.

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

Bezbednost namirnica, kao osnov za strategiju osvešćene ishrane, obezbeđuje se kroz intenzivno testiranje proizvoda privatne robne marke u Lidlu. **Bezbednost, zakonsku usaglašenost i kvalitet prehrambenih proizvoda proveravaju nezavisni instituti i laboratorije**, koji u redovnim intervalima sprovode nenajavljene kontrole proizvodnih pogona naših dobavljača i kontinuirana testiranja svih proizvoda naših privatnih robnih marki. Ovaj proces podrazumeva obavezne hemijske, mikrobiološke, fizičke i senzorne parametre. Naš sistem kvaliteta sa svim svojim procesima i aktivnostima, između ostalog, ispunjava zahteve u skladu sa standardom SRPS ISO 9001:2015, što potvrđuje sertifikaciono telo Quality Austria na osnovu godišnjih provera usaglašenosti sa zahtevima standarda.

Težimo tome da smanjimo prisustvo kontaminata i rezidua u namirnicama znatno ispod zakonskih zahteva. Radi smanjenja rezi-

dua pesticida, nastojimo da obezbedimo ponudu namirnica bez njihovih ostataka koliko god je to moguće i dozvoljavamo prisustvo rezidua aktivnih sastojaka do najviše jedne trećine zakonski propisanog maksimuma, ukupni procenat svih rezidua pesticida može iznositi najviše 80% od zakonski propisanih vrednosti, a dozvoljeno je prisustvo najviše četiri rezidue aktivnih sastojaka koje mogu da se utvrde analitičkim metodama. Za voće i povrće dozvoljeno je prisustvo pet rezidua pesticida koje se mogu utvrditi analitičkim metodama.



Čokolada Way to Go

Prvi *Way To Go* projekat za kakao pokrenut je još u septembru 2019. godine u saradnji sa zadrugom za uzgoj kakaoa pod nazivom „Kuapa Kokoo Farmers Union” (KKFU), Fertrejdom i Rikoltom, da bi već u oktobru iste godine na tržište uvedena prva čokolada *Way To Go*.

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

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



Kao deo nacionalne CSR strategije, postavili smo cilj da sva hrana koja se koristi za ishranu koka nosilja bude Dunav Soja sertifikovana i ostvarili smo ga. Sertifikat „Dunav Soja” potvrđuje odgovoran odnos prema proizvodnji soje, koja ima ključnu ulogu u očuvanju biodiverziteta i ekosistema. Osim toga, smanjuje se uticaj na emisiju gasova staklene bašte, što doprinosi borbi protiv klimatskih promena.

Namera Lidla Srbija je da se do 2025. godine 100% soje u našim lancima snabdevanja dobija iz održivih izvora, što će se postići sertifikacijom soje, smanjenjem upotrebe soje iz prekookeanskih zemalja koja mogu biti rizična područja, povećanim korišćenjem alternativnih izvora proteina i stvaranjem transparentnosti u lancu snabdevanja.

Procenat sirovina koje su nabavljene u skladu sa pouzdanim, međunarodno priznatim standardima odgovorne proizvodnje

Naš fokus je na sertifikaciji proizvoda prema odgovarajućim standardima, a uzimamo u obzir sve proizvode koji sadrže neku od ključnih sirovina, poput palminog ulja, kakaoa, kafe, čaja, ribe i celuloze. Ove sirovine nalaze se u širokom spektru proizvoda, od sladoleda i određenih mlečnih proizvoda do grickalica, konditorskih proizvoda i papirne galanterije.

U skladu sa našom posvećenošću odgovornom poslovanju, pridržavamo se relevantnih međunarodno priznatih standarda odgovorne proizvodnje:

- MSC/ASC – za ribu i proizvode od ribe;
- Fairtrade – za kakao, čaj, kafu, voće i povrće;

- Rainforest Alliance – za kakao, čaj, kafu, voće i povrće;
- RSPO – za palmino ulje;
- Bio – za sve vrste proizvoda;
- FSC/PEFC – za papirnu galanteriju, proizvode od drveta i pakovanja;
- GlobalG.A.P. – za voće i povrće.

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

Neprestano se trudimo da unapredimo recepture naših proizvoda kako bismo smanjili štetne sastojke i poboljšali njihovu hranljivu vrednost. Održavanje zdravlja i dobrobiti naših kupaca nam je prioritet, te pažljivo biramo sastojke kako bismo osigurali kvalitetne i zdrave proizvode.

Lokalni dobavljači

U skladu sa definicijom Lidla Srbija, nacionalni dobavljači predstavljaju one dobavljače čije se sedište firme nalazi u teritorijalnim granicama Srbije. Naša kompanija ističe svoju posvećenost lokalnoj zajednici i ekonomiji, te se kontinuirano trudimo da razvijamo proizvode koji potiču iz Srbije i povećamo broj nacionalnih dobavljača.

U izveštajnoj 2021. godini smo sarađivali sa ukupno 245 nacionalnih dobavljača, obuhvatajući širok spektar proizvoda.

U izveštajnoj 2022. godini ističemo dalji rast i jačanje naše saradnje sa domaćim dobavljačima. Broj nacionalnih dobavljača sa kojima smo poslovali porastao je na 262.

U periodu od 2021. do 2022. godine Lidl Srbija je sprovela ili nastavila projekte:

- „Snažne. Hrabre. Važne” – podrška ženskom preduzetništvu u Srbiji;
- „S ljubavlju, domaće” – nacionalni Lidlov brend koji obuhvata preko 90 proizvoda isključivo od domaćih proizvođača.

Procena zdravstvenih i bezbednosnih uticaja kategorija proizvoda i usluga

Lidl Srbija primenjuje sistem klasifikacije svih artikala pod privatnom robnom markom prema njihovom potencijalnom riziku, koji se određuje na osnovu sastava i načina konzumacije.

U skladu s procenjenim rizikom, proizvodi se šalju na ispitivanje zdravstvene bezbednosti. Ova ispitivanja obuhvataju proveru mikrobiološke ispravnosti, prisustva kontaminata (uključujući rezidue pesticida, teške metale i druge kontaminante, u zavisnosti od grupe proizvoda).

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

Kategorije proizvoda koje se smatraju kritičnim i koje se najviše puta ispituju tokom godine jesu gotovi proizvodi koji se mogu konzumirati bez dodatne pripreme (npr. sendviči, gotova jela sa

kratkim rokom trajanja, sveže torte i kolači, smrznuto voće, začini).

Takođe, Lidl Srbija pridaje veliku pažnju ispitivanju zdravstvene bezbednosti svežeg voća i povrća. Sve sveže voće i povrće se, prema procenjenom riziku, šalje na analizu, kako bi se kompletno proverilo prisustvo rezidua pesticida.

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

- dokazani sadržaj rezidua pesticida ne sme prelaziti jednu trećinu od zakonom propisanog maksimalnog sadržaja;
- zbir procenata utvrđenog sadržaja ostataka svih aktivnih supstanci ne sme biti veći od 80%;
- broj ostataka rezidua pesticida ne sme prelaziti pet;
- vrednost „akutne referentne doze” detektovane aktivne supstance ne sme biti veća od 100%.

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

**IZJAVA O KORIŠĆENJU
STANDARDA**

 Lidl Srbija izveštava u skladu sa GRI standardima
za period od 1. marta 2021. do 28. februara 2022. godine

 KORIŠĆENI GRI 1
PRIMENLJIVI
STANDARD(I) ZA GRI
SEKTOR

 GRI 1: Foundation 2021
Nijedan

GRI STANDARD
DODATAK
STRANA
**PRINCIPI GLOBALNOG
DOGOVORA UN I SDGS**
OPŠTI DODACI
GRI 2: Opšti dodaci 2021.
1. Organizacija i njene prakse izveštavanja

2-1 Osnovni podaci o kompaniji

15, 16, 17

2-2 Entiteti uključeni u izveštavanje o održivosti

17

2-3 Period i dinamika izveštavanja, kontakt osoba u vezi sa izveštajem

104

2-4 Korekcije podataka

106

2-5 Eksterna verifikacija

106
2. Aktivnosti i radnici

2-6 Aktivnosti, lanac vrednosti i drugi poslovni odnosi

18, 19

 PRINCIP 10
CILJ 16

2-7 Zaposleni

20

 PRINCIP 6
CILJ 8

2-8 Drugi radnici

20

 PRINCIP 6
CILJ 8

3. Upravljanje

2-9 Struktura i sastav organa upravljanja

24, 25

2-10 Imenovanje i izbor najvišeg upravljačkog tela

24

2-11 Predsedavajući najvišeg upravljačkog tela

24

2-12 Uloga najvišeg organa upravljanja u nadgledanju upravljanja uticajima

26

2-13 Delegiranje odgovornosti za upravljanje uticajima

26

2-14 Uloga najvišeg organa upravljanja u izveštavanju o održivosti

24

2-15 Sukob interesa

24

CILJ 16

2-16 Saopštavanje kritičnih zabrinutosti

24

2-17 Kolektivno znanje najvišeg organa upravljanja

24, 25

2-18 Ocena rada najvišeg organa upravljanja

24

2-19 Politike nagrađivanja

24, 26

2-20 Proces određivanja naknade

24

2-21 Godišnji odnos ukupne naknade

24

GRI STANDARD	DODATAK	STRANA	PRINCIPI GLOBALNOG DOGOVORA UN I SDGS
GRI 2: General Disclosures 2021			
	4. Strategija, politike i prakse		
	2-22 Izjava o strategiji održivog razvoja	27-30	
	2-23 Usvojene politike - poslovna etika	27, 28	
	2-24 Uključivanje politike obaveza	27, 28	
	2-25 Procesi za saniranje negativnih uticaja	32-35	
	2-26 Mehanizmi za savetovanje i pokretanje pitanja primene	28	
	2-27 Usklađenost sa zakonima i propisima	28	
	2-28 Članstvo u udruženjima	87, 88	
	5. Uključivanje zainteresovanih strana		
	2-29 Pristup uključivanju zainteresovanih strana	30, 31, 87-89	
	2-30 Kolektivni ugovor	20	PRINCIP 3 CILJ 8
MATERIJALNE TEME			
GRI 3: Materijalne teme 2021.	3-1 Proces za određivanje materijalnih tema	32-34	
	3-2 Lista materijalnih tema	34	
KATEGORIJA: EKONOMIJA – GRI 200			
	3-3 Upravljanje materijalnim temama	24	
TEMA: INDIREKTNI EKONOMSKI UTICAJI – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 203			
GRI 203: Indirektni ekonomski uticaji 2016	203-1 Ulaganja u infrastrukturu i podržane usluge		CILJ 9
INDIKATORI IZ SEKTORSKOG DODATKA ZA SEKTOR PRERADE HRANE			
GRI G4 Dodatak za Sektor prerade hrane	FP1 Procenat sirovina nabavljenih od dobavljača koji su usaglašeni sa politikom nabavke sirovina	57, 58	CILJ 9
	FP2 Procenat sirovina koje su nabavljene u skladu sa pouzdanim, međunarodno priznatim standardima odgovorne proizvodnje	53–58	CILJ 9
KATEGORIJA: ŽIVOTNA SREDINA – GRI 300			
	3-3 Upravljanje materijalnim temama	41-44	
TEMA: ENERGIJA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 302			
GRI 302: Energija 2016.	302-1 Potrošnja energije unutar kompanije	43, 44	PRINCIPI 7, 8 CILJEVI 7, 8, 12,13
	302-3 Energetski intenzitet	43	PRINCIPI 7, 8 CILJEVI 7, 8, 12,13
	302-4 Smanjenje potrošnje energije	44, 45	PRINCIPI 7, 8 CILJEVI 7, 8, 12,13

GRI STANDARD	DODATAK	STRANA	PRINCIPI GLOBALNOG DOGOVORA UN I SDGS
TEMA: VODA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 303			
GRI 303: Voda i otpadne vode 2018.	303-1 Interakcije sa vodom kao zajedničkim resursom		PRINCIPI 7, 8 CILJEVI 6, 8, 12
	303-2 Upravljanje uticajima povezanim sa ispuštanjem vode		PRINCIPI 7, 8 CILJEVI 6, 8, 12
	303-3 Crpljenje vode		PRINCIPI 7, 8 CILJEVI 6, 8, 12
TEMA: BIODIVERZITET – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 304			
GRI 304: Biodiverzitet 2016.	304-2 Značajni uticaji delatnosti, proizvoda i usluga na biodiverzitet	48, 49	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	49-51	
TEMA: EMISIJE – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 305			
GRI 305: Emisije 2016.	305-1 Direktne emisije gasova staklene bašte (ghg – Scope 1)	38-41, 46-47	PRINCIPI 7, 8 CILJEVI 3, 12, 13, 15
	305-2 Indirektne emisije gasova staklene bašte (ghg – Scope 2)	46, 47	PRINCIPI 7, 8 CILJEVI 3, 12, 13, 15
	305-4 Intenzitet emisije gasova staklene bašte	43	PRINCIPI 7, 8 CILJEVI 3, 12, 13, 15
TEMA: OTPAD – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 306			
GRI 306: Otpad 2020.	306-1 Generisanje otpada i značajni uticaji u vezi sa otpadom	59-67	PRINCIPI 7, 8 CILJEVI 3, 6, 12, 15
	306-2 Upravljanje značajnim uticajima u vezi sa otpadom	59-67	PRINCIPI 7, 8 CILJEVI 3, 6, 12, 15
	306-3 Generisani otpad	59-67	PRINCIPI 7, 8 CILJEVI 3, 6, 12, 15
	306-4 Otpad preusmeren od odlaganja	61-67	PRINCIPI 7, 8 CILJEVI 3, 6, 12, 15
	306-5 Otpad usmeren na odlaganje	61, 63-67	PRINCIPI 7, 8 CILJEVI 3, 6, 12, 15
TEMA: EKOLOŠKA PROCENA DOBAVLJAČA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 308			
GRI 308: Ekološka procena dobavljača 2016.	"308-1 Novi dobavljači koji su podvrgnuti analitičkom pregledu prema kriterijumima u vezi sa uticajem na životnu sredinu	56-58	PRINCIP 8
	"308-2 Značajni ostvareni i potencijalni negativni uticaji na životnu sredinu kroz lanac dobavljača i preduzete mere	56-58	

GRI STANDARD	DODATAK	STRANA	PRINCIPI GLOBALNOG DOGOVORA UN I SDGS
KATEGORIJA: DRUŠTVENA DIMENZIJA – GRI 400			
	3-3 Upravljanje materijalnim temama	70, 73, 76, 80	
TEMA: ZAPOŠLJAVANJE – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 401			
GRI 401: Zapošljavanje 2016.	401-2 Beneficije za zaposlene sa punim radnim vremenom	20, 21, 70-74	CILJ 8
	401-3 Porodiljsko odsustvo	74, 75	PRINCIP 6 CILJEVI 5, 8
TEMA: ODNOS ZAPOSLENIH I MENADŽMENTA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 402			
GRI 402: Odnos zaposlenih i menadžmenta 2016.	402-1 Najmanji period u kome se unapred obaveštava o promenama u poslovanju	76	CILJ 8
TEMA: ZDRAVLJE I BEZBEDNOST NA RADNOM MESTU – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 403			
GRI 403: Zdravlje i bezbednost na radnom mestu 2018.	"403-1 Sistem upravljanja bezbednošću i zdravljem na radu	78, 80	CILJEVI 3, 8
	403-2 Identifikacija, procena rizika i istraga incidenata	80-82	CILJEVI 3, 8
	"403-3 Usluge u vezi sa zdravljem na radu	82	CILJEVI 3, 8
	403-4 Učešće, savetovanje i komunikacija sa zaposlenima u vezi sa bezbednošću i zdravljem na radu	82-84	CILJEVI 3, 8
	403-5 Obuke o bezbednosti i zdravlju na radu	79, 80	
	403-6 Promocija zdravlja zaposlenih	79	
	"403-7 Prevencija i mitigacija uticaja na zdravlje i bezbednost direktno povezanih sa poslovanjem	79, 80	
	"403-8 Zaposleni obuhvaćeni sistemom bezbednosti i zdravlja na radu	79, 80	
	"403-10 Profesionalna oboljenja	79, 80	
TEMA: ANTIDISKRIMINACIJA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 406			
GRI 406: Antidiskriminacija 2016.	406-1 Slučajevi diskriminacije i preduzete mere	70-72	CILJ 8

GRI STANDARD	DODATAK	STRANA	PRINCIPI GLOBALNOG DOGOVORA UN I SDGS
TEMA: SLOBODA UDRUŽIVANJA I KOLEKTIVNO PREGOVARANJE – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 407			
GRI 407: Sloboda udruživanja i kolektivno pregovaranje 2016.	407-1 Operacije i dobavljači kod kojih pravo na udruživanje i kolektivno pregovaranje može biti ugroženo	72	CILJ 8
TEMA: PROCENA LJUDSKIH PRAVA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 412			
GRI 412: Procena ljudskih prava 2016.	412-1 Operacije u kojima su sprovedeni pregled ili procena uticaja u vezi sa ljudskim pravima	70, 72, 77	
	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	77	
TEMA: DRUŠTVENA PROCENA DOBAVLJAČA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 414			
GRI 414: Društvena procena dobavljača 2016.	414-1 Procenat novih dobavljača koji su podvrgnuti analitičkom pregledu prema kriterijumima u vezi sa društvom	76, 77	CILJEVI 5, 8, 16
	414-2 Značajni ostvareni i potencijalni negativni uticaji na društvo kroz lanac dobavljača i preduzete mere	76, 77	CILJEVI 5, 8, 16
TEMA: ZDRAVLJE I BEZBEDNOST POTROŠAČA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 416			
GRI 416: Zdravlje i bezbednost dobavljača 2016.	416-1 Procena zdravstvenih i bezbednosnih uticaja kategorija proizvoda i usluga	98	
	416-2 Slučajevi nepridržavanja u vezi sa zdravstvenim i bezbednosnim uticajima proizvoda i usluga		CILJ 16
INDIKATORI IZ SEKTORSKOG DODATKA ZA SEKTOR PRERADE HRANE			
GRI G4 Dodatak 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	93–97	
TEMA: MARKETING I OZNAČAVANJE GRI 417			
GRI 417: Marketing i označavanje 2016.	417-1 Zahtevi u vezi sa pružanjem informacija i označavanjem proizvoda i usluga	97	CILJEVI 12, 16
TEMA: DOBROBIT ŽIVOTINJA – INDIKATORI IZ SEKTORSKOG DODATKA ZA SEKTOR PRERADE HRANE			
GRI G4 Dodatak za Sektor prerade hrane	FP10 Politike i prakse u vezi sa fizičkim intervencijama i upotrebom anestetika	97	
	FP11 Procenat i total životinja koje su uzgojene i/ili prerađene u različitim vrstama smeštaja	97	
	FP12 Politike i prakse antibiotskih, antiupalnih, hormonskih i drugih tretmana	97	
	FP13 Ukupan broj slučajeva neusaglašenosti sa zakonima, propisima, i dobrovoljnim standardima koji se odnose na transport, tretman i usmrćivanje kopnenih i vodenih životinja	97	

O Izveštaju

Izveštaj o održivosti Lidl Srbija KD odnosi se na poslovnu 2021. i 2022. godinu, što odgovara kalendarskom periodu od 1. marta 2021. do 28. februara 2023. godine.

Ciklus izveštavanja: dvogodišnji

Izveštaj je sačinjen u skladu sa zahtevima standarda *Global Reporting Initiative (GRI)*, u opciji izveštavanja „in accordance with GRI 2021”.

Kontakt osoba za pitanja i komentare u vezi sa izveštajem je:

Aleksandra Mirić,

specijalista za društveno odgovorno poslovanje

aleksandra.miric@lidl.rs



*Hvala na
poverenju.*



LIDL SRBIJA

Izveštaj eksternog revizora

ZA BOLJE
SUTRA





Euro & Young O.O. d.o.o. | Zagreb
Vučetina Priznaka 8a
10170 Zagreb
Tel: +385 11 2090 800
Fax: +385 11 2090 800
ey.com/hr

IZVEŠTAJ NEZAVISNOG PRAKTIČARA

RUKOVOĐSTVU LIDL SRBIJA K.D. NOVA PAZOVA

Obim angažovanja

Angažovali smo od strane rukovodstva LIDL Srbija k.d. Nova Pazova („Društvo“) da izvršimo angažovanje ograničenog uveravanja, kako je definisano u Međunarodnim standardima o angažovanjima uveravanja, u datjem tekstu angažovanje, da izvestimo o odabranim obelodanjivanjima performansi održivosti („Predmet ispitivanja“) prikazanim u Izveštaju o održivosti pripremljenom od strane Društva za godine koje se završavaju 28. februara 2022. godine i 26. februara 2023. godine („Izveštaj“).

Kriterijumi koje primenjuje Društvo

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

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

- 302-1 Potrošnja energije unutar kompanije,
- 302-3 Energetski intenzitet,
- 302-4 Smanjenje potrošnje energije,
- 2-14 Saopštavanje kritičnih zabrinutosti,
- 2-20 Kolektivni ugovor,
- 401-2 Beneficije za zaposlene sa punim radnim vremenom,
- 401-3 Porodijsko odsustvo,
- 402-1 Najmanji period u kome se obaveštava o promenama u poslovanju,
- 406-1 Situacije diskriminacije i preuzete mere,
- 407-1 Operacije i dobavljači kod kojih pravo na udruživanje i kolektivno pregovaranje može biti ugroženo,
- 412-1 Operacije u kojima su sprovedeni pregled ili procena uticaja u vezi sa ljudskim pravima,
- 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,
- 414-1 Procenat novih dobavljača koji su podvrgnuti analitičkom pregledu prema društvenim kriterijumima, i
- 414-2 Negativni uticaji na društvo kroz lanac dobavljača i preuzete mere.

Odgovornost rukovodstva Društva

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

Preuzeto iz: <https://www.ey.com> | Izveštaj o održivosti | 2021/2022. | Stranica 107
Dokument koji predstavlja rezultat angažovanja nezavisnog praktičara
Preuzeto iz: <https://www.ey.com> | Izveštaj o održivosti | 2021/2022. | Stranica 107



Odgovornost EY-a

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

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

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

Naša nezavisnost i upravljanje kvalitetom

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

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

Opis sprovedenih procedura

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

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

Angažovanje ograničenog uveravanja se sastoji od intervjua, pre svega lica odgovornih za pripremu odabranih obelodanjivanja performansi održivosti sadržanih u Izveštaju o održivosti za godine koje se završavaju 28. februara 2022. godine i 28. februara 2023. godine, kao i primene analitičkih i drugih odgovarajućih procedura.

© 2022 EY | EY je član EY Global Limited



Opis sprovedenih procedura (nastavak)

Naše procedure su uključivale:

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

Zaključak

Na osnovu sprovedenih procedura i prikupljenih dokaza, nismo uočili da je potrebno izvršiti bilo kakve materijalne modifikacije u odabranim obelodanjivanjima performansi održivosti sadržanim u Izveštaju o održivosti za godine koje se završavaju 28. februara 2022. godine i 28. februara 2023. godine, kako bi on bio u skladu sa Kriterijumima.

U Beogradu, 8. decembra 2023. godine

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



