**LIDLOVA POSVEĆENOST KLIMI SVE JAČA: NULTA NETO EMISIJA (Net-Zero) DO 2050. GODINE**

**Lidl će posvećeno raditi na ostvarenju nulte neto emisije (Net-Zero) do 2050. godine, kroz svoje nove ambiciozne klimatske ciljeve u lancu snadbevanja. U okviru svoje međunarodne strategije društveno odgovornog poslovanja, Lidl još jednom značajno unapređuje svoju posvećenost održivim poslovnim praksama i zaštiti klime. Kompanija je već zabeležila značajno smanjenje emisije gasova staklene bašte od 52% u poređenju sa 2019. godinom, čemu su doprinela smanjenja u svim zemljama u kojima posluje.**

Kao jedan od najvećih trgovaca hranom u Evropi, Lidl je posvećen cilju nulte neto emisije (Net-Zero) do 2050. godine u svim poslovnim jedinicama i lancima snabdevanja. To znači da će kompanija do 2050. godine približiti svoje emisije gasova staklene bašte što je moguće bliže nuli. Cilj za nultu neto emisiju (Net-Zero) uključuje emisije u Scope-u 3, odnosno celokupan Lidlov lanac vrednosti, gde se generiše više od 90% ukupnih emisija kompanije.

**Udruživanje snaga za smanjenje emisija**

U cilju ostvarenja nulte neto emisije (Net-Zero), Lidl proširuje svoju klimatsku strategiju – kroz nove konkretne ciljeve u Scope-u 3: do 2034. godine, kompanija ima za cilj da smanji svoje emisije gasova staklene bašte u poljoprivredi, šumarstvu i drugom korišćenju zemljišta za 42,4% (“emisije FLAG"). Lidl je takođe posvećen smanjenju 35% svojih emisija u sektoru energetike i industrije („E+I emisije“) u istom periodu.[[1]](#footnote-1)

Sa tom svrhom, Lidl će ubuduće još bliže sarađivati sa svojim partnerima i dobavljačima. Kompanija je obavezala svoje najveće dobavljače, koji su odgovorni za 75% emisija povezanih sa proizvodima u Scope-u 3, na ciljeve redukcije do 2026. godine u skladu sa Inicijativom za ciljeve zasnovane na naučnim parametrima - Science Based Targets Iniciative - SBTi. SBTi je globalna inicijativa koja podržava kompanije u postavljanju naučno zasnovanih ciljeva za smanjenje emisije gasova staklene bašte u skladu sa najnovijim naučnim saznanjima o klimi. Lidl podržava i osnažuje svoje dobavljače da ostvare ove ciljeve odgovarajućim merama.

**Značajna dostignuća klimatske strategije su već ostvarena**

Do danas, Lidl je već uštedeo 52% svojih operativnih emisija CO2 (Scope 1 i 2)[[2]](#footnote-2). Tome je posebno doprinela upotreba obnovljivih izvora energije: od 1. marta 2022. Lidl koristi 100% zelenu električnu energiju[[3]](#footnote-3) u svim prodavnicama, logističkim centrima i poslovnim zgradama. I druge mere su uspešno sprovedene, kao što su to:

* Proširili smo mrežu e-punjača, da bismo potrošačima koji koriste električne automobile ponudili mogućnost punjenja automobila tokom kupovine i tako ih podržali u održivim odlukama
* Ne prodajemo voće i povrće koje je dopremljeno avionom. Kako bismo smanjili karbonski otisak našeg voća i povrća, u našim prodavnicama nemamo voće i povrće koje se transportuje avionom.

"*Lidl je već napravio značajan napredak u zaštiti klime jer našim potrošačima želimo da ponudimo proizvode po pristupačnim cenama, ali koji su u skladu sa našim klimatskim ciljevima. Klimatske promene su jedan od najvećih izazova našeg vremena, zato sa ambicioznim ciljevima i odlučnim delovanjem, mi u Lidlu prihvatamo ovaj zadatak i dajemo svoj doprinos, postajući tako deo rešenja*“, **izjavila je Marija Kojčić ispred Korporativnih komunikacija Lidl Srbija.**

**Science Based Targets: posvećeni nauci**

Kompanije Švarc grupe pridružile su se Inicijativi za ciljeve zasnovane na naučnim parametrima još 2020. godine kako bi pomogli u ispunjavanju cilja od 1,5 stepena iz Pariskog klimatskog sporazuma. Kao deo klimatske strategije kompanija Švarc Grupe, Lidl je formulisao sopstvenu klimatsku strategiju sa dodatnim klimatskim ciljevima.

Lidl preuzima odgovornost i doprinosi postizanju ciljeva Pariskog klimatskog sporazuma, klimatskom ofanzivom kao delom svoje međunarodne strategije društveno odgovornog poslovanja.

Detaljne informacije možete naći na: [Naša Odgovornost, Lidl Srbija. CSR, društveno odgovorno poslovanje. - Lidl Srbija](https://kompanija.lidl.rs/odrzivost-u-lidlu).

**O** **Lidlu**

Kompanija Lidl, kao deo nemačke Švarc grupe (Schwarz Gruppe), predstavlja jednog od vodećih prehrambenih trgovinskih lanaca u Nemačkoj i Evropi. Posluje u 32 zemlje širom sveta, sa oko 12.200 prodavnica, kao i više od 220 logističkih centara i skladišta u 31 zemlji sveta.

Lidl je u Srbiji svoje prve prodavnice otvorio u oktobru 2018. godine i trenutno ima 72 prodavnice u 41 gradu širom zemlje. Imamo dugoročne planove sa ciljem da potrošačima širom Srbije ponudimo jedinstveno iskustvo kupovine i najbolji odnos cene i kvaliteta, po čemu smo prepoznati u svetu. Na osnovu sertifikovanja od strane Top Employers Institute za najboljeg poslodavca, Lidl je nosilac sertifikata „Top Employer Serbia“ i „Top Employer Europe” već četvrtu godinu zaredom. Dodatno, u nezavisnim istraživanjima, potrošači u Srbiji su Lidl odabrali kao „Izabranu prodavnicu godine“, pečat koji dodeljuje organizacija „Izabran proizvod godine“, dok je na osnovu reprezentativnog uzorka Lidl u sklopu kampanje „Najbolje u Srbiji“ proglašen za „Miljenika potrošača“.

**Kontakt za medije:**

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

Teodora Ivanović, RED Communication, Email: [teodora.ivanovic@redc.rs](mailto:teodora.ivanovic@redc.rs), Mob: +381 62 109 7896

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

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

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

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

1. U oba slučaja u poređenju sa 2022. godinom [↑](#footnote-ref-1)
2. Stanje finansijska 2023. godina u poređenju sa 2019. godinom [↑](#footnote-ref-2)
3. Sa izuzetkom ugovora o nabavci na koje Lidl ne može uticati, npr. za pojedinačne nekretnine u zakupu sa obavezama za snabdevanje električnom energijom [↑](#footnote-ref-3)