**POTROŠAČI I LIDL DONIRALI 6.300.000 RSD CRVENOM KRSTU SRBIJE**

**Kompanija Lidl Srbija je, uz pomoć svojih potrošača, u okviru tradicionalne praznične kampanje „Mala dela - velika magija“ donirala sredstva u ukupnom iznosu od 6.300.000 RSD korisnicima Crvenog krsta Srbije. Kupovinom preporučenih proizvoda i njihovim odlaganjem na predviđeno mesto iza kasa Lidl prodavnica, potrošači su donirali namirnice u vrednosti od 4.500.000 RSD. Dodatno, Lidl je u okviru novogodišnje kampanje u asortiman uvrstio i limitiranu seriju plišane igračke rakuna Raše, i za svakog kupljenog rakuna obezbedio po 100 RSD Programu narodnih kuhinja Crvenog krsta Srbije.**

U pretprazničnom periodu, kada je važno prisetiti se pravih vrednosti, kao što su solidarnost i zajedništvo, potrošači su od 12. novembra do 6. decembra u 42 grada u Srbiji imali priliku da pri kupovini u Lidlu odvoje određene proizvode i namene ih za naše najugroženije sugrađane. Kupovinom preporučenih namirnica i njihovim odlaganjem iza kasa, Lidlovi potrošači su za korisnike Crvenog krsta prikupili više od 30 tona proizvoda. Proizvodi koje su potrošači najviše donirali, kao što su brašno, ulje, pirinač, šećer i testenina, umnogome će praznike učiniti bezbrižnijim za naše ugrožene sugrađane.

*„Odziv naših potrošača tokom solidarnih akcija i njihov doprinos, koji je iz godine u godinu sve veći, nas izuzetno raduje i čini ponosnim - kada se udružimo možemo uvek da računamo na značajne rezultate humanitarnih akcija. Svaki doprinos, bilo da je reč o donaciji ili nekoj drugoj vrsti podrške, pokazuje koliko mala dela mogu imati veliki značaj za našu zajednicu*,“ **izjavila je Aleksandra Mirić iz CSR odeljenja kompanije Lidl Srbija.**

Dobro poznati Lidl junak, plišana igračka rakun Raša, u okviru kampanje simbolično je istakao važnost solidarnosti u prazničnom periodu, kada život zastane na trenutak, i svi u duhu zajedništva sa članovima porodice uživaju u toplini svoga doma. Kupovinom rakuna Raše, potrošači su direktno podržali akciju u kojoj je Lidl za svakog kupljenog rakuna obezbedio po 100 RSD Crvenom krstu Srbije. Rašin dolazak obradovao je mnoge, još nekolicina čeka svoju porodicu na rafovima, a Lidl je već pripremio donaciju od ukupno 1.800.000 RSD ovim povodom.

Sva prikupljena sredstva u okviru kampanje „Mala dela - velika magija“ - namenjena su unapređenju Programa narodnih kuhinja Crvenog krsta Srbije, kako bi najugroženiji građani imali osigurane tople obroke i prijatnije praznike.

„*Zahvaljujemo se kompaniji Lidl Srbija na inicijativi i prilici da još jednom zajednički organizujemo ovu značajnu akciju solidarnosti. Posebnu zahvalnost dugujemo građanima širom Srbije koji su se uključili u akciju kupovinom nekog od preporučenih proizvoda. I ove, kao i prošle godine, rakun Raša je doprineo da se makar trenutno ublaže nedaće i olakša život onih kojima je neophodna pomoć drugih ljudi. Verujemo i nadamo se da će ovaj primer društveno odgovorne kompanije podstaći i druge da na svoj način osmisle slične akcije i time daju doprinos našoj zajednici*“, **izjavio je Ljubomir Miladinović, Generalni sekretar Crvenog krsta Srbije.**

Ove godine, i Lidlova tradicionalna Deluxe večera bila je u duhu akcije „Mala dela – velika magija“. Brojne poznate ličnosti učestvovale su u stvaranju magičnih praznika za korisnike Svratišta za decu Beograd, kroz oslikavanje novogodišnje kugle i deljenje sadržaja sa večere na svojim kanalima na društvenim mrežama. Ova autentična i ručno izrađena kugla, simbolično je donela praznični duh u Svratište i ukrasila ga, a dodatno, Lidl je te večeri za svaki objavljeni story i post gostiju na društvenim mrežama izdvojio po 1.000 RSD za donaciju. Od ukupnog broja objava gostiju sa večere sakupio se iznos od 100.000 RSD. Zatim, Lidl je ovim povodom „poklonio“ još jednu nulu i obezbedio ukupnu donaciju od 1.000.000 RSD za Svratište, odnosno za prijatnije praznike njegovim korisnicima.

**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 12.350 prodavnica, kao i više od 220 logističkih centara i skladišta i oko 375.000 zaposlenih u 31 zemlji sveta. Svojim svakodnevnim aktivnostima preuzima odgovornost za ljude, društvo i planetu. Za Lidl, održivost znači svaki dan iznova ispunjavati svoje obećanje o kvalitetu. Učinak, poštovanje, poverenje, čvrsto na zemlji i pripadnost Lidlove su korporativne vrednosti koje su srce korporativne kulture, oblikuju svakodnevno poslovanje i čine osnovu za uspeh. Lidl je u 2023. fiskalnoj godini ostvario prodaju od 125,5 milijardi evra, a Švarc Grupa je zabeležila 167,2 milijarde evra.

Lidl je u Srbiji svoje prve prodavnice otvorio u oktobru 2018. godine i trenutno ima 77 prodavnica u 44 grada 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 Filipović, RED Communication, Email: [teodora.filipovic@redc.rs](mailto:teodora.filipovic@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/)