**LIDL I SPIKS - KORAK KA JEDNAKOSTI KROZ PROJEKAT „HOĆEŠ DA MENJAMO MESTA? POMERI SE S MESTA“**

**Kompanija Lidl Srbija i ove godine, već po četvrti put, sprovodi društveno odgovorni projekat „Hoćeš da menjamo mesta? Pomeri se s mesta“, nastao u cilju pružanja podrške osobama sa invaliditetom u borbi za ostvarivanje prava na pripadajuće parking mesto. U saradnji sa Savezom paraplegičara i kvadriplegičara Srbije – SPIKS, ove godine fokus je stavljen na edukaciju mladih koji tek stiču vozačke dozvole, ali i na podsećanje svih učesnika u saobraćaju na potrebu razumevanja i odgovorne vožnje.**

U prethodnim godinama javnost je ispratila niz aktivnosti koje je kompanija Lidl realizovala u cilju podizanje svesti o pravima i potrebama osoba sa invaliditetom. Neke od njih su: dodatno obeležavanje parking mesta za osobe sa invaliditetom na parkingu svih Lidl prodavnica širom Srbije, saradnja sa velikim brojem predstavnika osoba sa invaliditetom i uticajnih ličnosti, uz prenošenje njihove priče kroz edukativne klipove i poruke, označavanje i opominjanje nepropisno parkiranih bahatih vozača, ali i kroz onemogućavanje pristupa jednom parkingu.

Ove godine u sklopu projekta, kompanija Lidl i SPIKS organizuju edukativne časove koji su danas započeli u autoškoli u Čačku, dok je sledeće predavanje planirano za buduće vozače u Rumi. Nakon ovih gradova, Lidl Srbija i SPIKS planiraju širenje inicijative i na druge lokalne zajednice, sa ciljem da što veći broj novih vozača razvije svest o poštovanju prava osoba sa invaliditetom i bezbednijem ponašanju u saobraćaju.

*„Verujemo da je edukacija jedan od najefikasnijih načina da se poruke o potrebama i pravima osoba sa invaliditetom prenesu, naročito budućim vozačima koji tek oblikuju svoje saobraćajne navike. Zajedno sa Savezom paraplegičara i kvadriplegičara Srbije, uz lične priče predstavnika osoba sa invaliditetom, potrudili smo se da na što jednostavniji i praktičniji način to učinimo“ istakla je* ***Aleksandra Mirić, ispred CSR odeljenja kompanije Lidl Srbija.***

Osim toga, na zvaničnom Instagram profilu Saveza objavljena je i serija video sadržaja o svakodnevnim izazovima osoba sa invaliditetom, sa ciljem približavanja te teme javnosti.

*„Kroz saradnju sa kompanijom Lidl Srbija nastojimo da unapredimo svest javnosti o važnosti poštovanja obeleženih parking mesta za osobe sa invaliditetom, ali i o širim temama poput pristupačnosti, razumevanja i empatije u svakodnevnom životu. Verujemo da svako od nas može doprineti stvaranju humanijeg i tolerantnijeg društva, kao i da je svaka nova generacija vozača temelj sigurnijeg sveta za svakog pojedinca“,* ***izjavila je Bojana Babić ispred organizacije SPIKS.***

Kao društveno odgovorna kompanija, Lidl smatra da se ravnopravnost i poštovanje isplate - zato će nastaviti da podiže svest o važnosti ove teme i u narednom periodu, kako bi vozači svakodnevno donosili odgovornije i savesnije odluke. Ipak, važno je istaći da odgovornost leži na svakom pojedincu, jer je aktivno učešće i promena svesti svih nas ključna za uklanjanje barijera. Kompanija poziva javnost da se priključi ovoj misiji, jer se samo zajedničkim naporima postiže potpuno i pravedno uključivanje svih građana.

**O Lidlu**

Kompanija Lidl, kao deo nemačke Švarc grupe (Schwarz Gruppe), jedan je od vodećih prehrambenih trgovinskih lanaca u Nemačkoj i Evropi. Sa oko 12.600 prodavnica i više od 230 distributivnih i logističkih centara u 31 zemlji, broji ukupno više od 382.400 zaposlenih širom sveta. Jednostavnost i usmerenost na procese određuju svakodnevne aktivnosti u prodavnicama, regionalnim distributivnim centrima i nacionalnoj centrali Lidla. Istovremeno, Lidl kroz svoje aktivnosti 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 i oblikuju svakodnevno poslovanje čineći osnovu uspeha. Kompanija Lidl je u 2024. fiskalnoj godini ostvarila prodaju od 132,1 milijarde evra, vrednujući najbolji odnos cene i kvaliteta za svoje potrošače, dok su ostale kompanije u sastavu Švarc grupe zabeležile ukupni prihod od 175,4 milijarde evra u istom periodu.

Lidl je u Srbiji svoje prve prodavnice otvorio u oktobru 2018. godine i trenutno ima 81 prodavnicu u 47 gradova širom zemlje. Ima dugoročne planove sa ciljem da potrošačima širom Srbije ponudi jedinstveno iskustvo kupovine i najbolji odnos cene i kvaliteta, po čemu je prepoznat u svetu. Na osnovu sertifikovanja od strane Top Employers Institute za najboljeg poslodavca, Lidl je nosilac sertifikata „Top Employer Serbia“ petu godinu zaredom i „Top Employer Europe” osmu 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://kompanija.lidl.rs/press-centar)

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