**LAJK ZA HUMANOST I PRILIKA ZA POTROŠAČE DA SE PRIDRUŽE LIDLOVOM ČINU SOLIDARNOSTI**

**U prazničnom duhu darivanja i solidarnosti, Lidl Srbija pokreće humanitarnu akciju u okviru kampanje *„Veruj u čuda svakog dana. Isplati se.“*. U saradnji sa Crvenim krstom Srbije, Lidl će donirati 20 tona svežeg voća i povrća za potrebe Programa narodnih kuhinja Crvenog krsta Srbije, a i ove godine priliku da daju svoj doprinos imaće i potrošači, jer će donacija biti realizovana zahvaljujući upravo njihovim lajkovima na zvaničnom Instagram nalogu kompanije.**

Za svaki lajk na objavi humanitarnog karaktera, kompanija Lidl Srbija doniraće dva kilograma svežeg voća ili povrća, i to do iznosa od 20 tona ovog svežeg asortimana. Na ovaj način Lidl želi da pratiocima na drušvenim mrežama i potrošačima omogući da jednostavnim gestom – samo jednim klikom – postanu deo zajedničkog čina solidarnosti i pomognu da praznični dani donesu toplinu i radost onima kojima je to najpotrebnije.

Dodatno, kako je jedan od nosećih stubova praznične kampanje ishrana koja je bolja i za zdravlje čoveka, i za prirodu, kompanija želi da i najugroženijima obezbedi dobrobiti osvešćene ishrane kroz svež asortiman voća i povrća. Svoj doprinos možete ostaviti lajkovanjem objave ispod:

[Činiti dobro isplati se svakog dana.](https://www.instagram.com/lidlsrbija/p/DRB_OVHD2Jh/)

„*Verujemo da svako dobro delo, bilo ono i samo mali znak pažnje, može da pokrene promenu. Ove praznike želimo da iskoristimo kako bismo dokazali koliko nečije malo može značiti mnogo, jer kada verujemo u čuda svakog dana, ona zaista postaju stvarnost*“, izjavila je **Marija Kojčić, ispred sektora Corporate Affairs kompanije Lidl Srbija.**

Pored ove aktivnosti, Lidl Srbija je obezbedio i donaciju u vrednosti od 2.000.000 dinara, kao i 4.000 paketa osnovnih životnih namirnica koje će lokalne organizacije Crvenog krsta Srbije podeliti najugroženijim porodicama širom zemlje. Na taj način Lidl Srbija nastavlja da gradi tradiciju odgovornog poslovanja zasnovanu na brizi za zajednicu, podsticanju solidarnosti i jačanju osećaja zajedništva među ljudima.

**Novogodišnja nagradna igra 2025**

Pored humanitarne donacije, Lidl Srbija pokrenula je i novogodišnju nagradnu igru koja traje od 13. novembra do 17. decembra 2025. godine. Potrošači mogu da učestvuju zaključno sa 16. decembrom, dok je izvlačenje srećnih dobitnika zakazano za 17. decembar.

Za učešće u nagradnoj igri potrebno je da potrošač ima nalog u Lidl Plus aplikaciji, da prilikom kupovine u bilo kom Lidl objektu u Srbiji ostvari račun od najmanje 2.000 dinara i da pri plaćanju skenira Lidl Plus karticu. Nakon tako obavljene kupovine dobija se digitalna markica, a slanjem markica potrošač učestvuje u nagradnoj igri.

Srećne dobitnike očekuju brojne vredne nagrade, poput 4 vaučera za putovanje po izboru u vrednosti od 500.000 dinara, 10 električnih bicikala, 12 telefona Apple iPhone 17 Pro 256GB, 18 satova Apple Watch S11, kao i 70 vaučera za kupovinu u Lidlu u vrednosti od po 40.000 dinara.

Uz humanitarne aktivnosti i nagradnu igru, Lidl Srbija i ove godine želi da praznici budu vreme zajedništva, radosti i dobrih dela – jer kada verujemo u čuda svakog dana, ona zaista postaju stvarnost.

**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/)