**PIJANISTA SPAKOVAO DRVO U KESE**

***PIJANISTA I LIDL – STOP KLIMATSKIM PROMENAMA***

Povodom Svetskog dana klimatskih promena, kompanija Lidl Srbija je sa umetnikom Andrejem Josifovskim, poznatijim pod imenom „Pijanista“, predstavila instalaciju „ŽIVOT U KESI“, gde je krošnja jednog javora u Beogradu privremeno uvijena zastorom spojenih plastičnih kesa. „Zapakovano“ drvo simbolično predstavlja gušenje prirode neefikasnom upotrebom i neadekvatnim zbrinjavanjem resursa, čime se indirektno, doprinosi emisiji štetnih gasova i povećanju prosečnih temperatura u svetu.

Više hiljada plastičnih kesa teških preko 400 kilograma bilo je potrebno „Pijanisti“ da se jedno drvo ispred Muzeja savremene umetnosti u potpunosti prekrije, a čak pet sati trajalo je njegovo upakivanje i raspakivanje. Za instalaciju su upotrebljene kese, preostale nakon što je Lidl Srbija iz prodaje trajno povukao ovaj artikal, s tim što su po uklanjanju instalacije poslale na reciklažu.

„Nekontrolisano bacanje plastike je postao najveći zagađivač prirodne sredine i zbog toga jako je važno kontrolisati bacanje i upravljati otpadom. Ideja da napravim veliku kesu i prekrijem zdravo drvo je moj način da ukažem da nas plastika ubija. Fokus mog rada su ljudi, njihova interesovanja i problemi, život u izazovima i punom sjaju, ali bez zdrave životne sredine, nema ni zdrave misli, ni radosti življenja. Jedino zajedno možemo da imamo zdravo sutra i zato svi hrabro moramo da izađemo iz kese i da mislimo izvan nje!“, izjavio je Josifovski, popularni „Pijanista“.

Kao kompanija koja je u prethodnoj godini imala više inicijativa za smanjenje upotrebe plastike, Lidl Srbija je podrškom ovoj instalaciji „Pijaniste“ želela da široj javnosti približi temu koja je od važnosti za budućnost planete.

„Kada je ceo svet usmeren na dešavanja u Glazgovu, gde se održava 26. Konferencija država članica Okvirne konvencije UN o klimatskim promenama, želeli smo da na upečatljiv način i u Srbiji skrenemo pažnju na važnost razgovora o klimatskim promenama, temi koja je u pojašnjavanju kompleksna, ali koju svako od nas oseća, bez obzira na to koliko je razume. Mi u Lidlu Srbija posvećeno radimo na tome da smanjimo sopstvenu emisiju ugljen dioksida za 96%\* do 2030. i osećamo obavezu da transparentno i odgovorno prenosimo znanje i otvaramo teme koje su od značaja za Srbiju i svet“, izjavila je rukovodilac Korporativnih komunikacija u Lidlu Srbija, Martina Petrović.

Kompanija Lidl Srbija\* se obavezala da **sopstvene emisije ugljen-dioksida, direktne i povezane sa nabavkom energije (Scope 1 i 2) smanji za 96% do 2030. godine** u odnosu na 2019. Najveći pomak ka ostvarenju tog cilja napravljen je u maju ove godine, kada je kompanija **u potpunosti prešla na struju iz obnovljivih izvora**. U narednom periodu, kompanija će se fokusirati na **smanjenje emisija gasova iz rashladnih uređaja u prodavnicama logističkom centru i direkciji, ali i iz stacionarnog i mobilnog sagorevanja, poput mera smanjenja emisija iz sopstvenog voznog parka.** Ovi ciljevi u Srbiji doprineće ciljevima **Lidla na globalu, koji se obavezao da će, u proseku, u svim zemljama u kojima posluje** do 2030. godine **smanjiti direktne emisije i emisije povezane sa nabavkom energije za 80%** u odnosu na vrednosti iz 2019. godine.

*Realizaciju je pomogao Grad Beograd.*

**NAPOMENE:**

Lidl Srbija od juna 2021. godine ne prodaje potrošačke plastične kese. Drvo korišćeno za instalaciju je nakon svega nekoliko sati oslobođeno i ni na koji način nije oštećeno. Instalacija je sprovedena uz sve potrebne dozvole, a po uslovima o očuvanju drveta i njegove okoline propisanim od nadležnog JKP Zelenilo-Beograd. Kese upotrebljene za instalaciju su adekvatno zbrinute kao poseban tok otpada.

**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 11.500 prodavnica, kao i više od 200 logističkih centara i skladišta u 30 zemalja sveta.

Lidl je u Srbiji svoje prve prodavnice otvorio u oktobru 2018. godine i trenutno ima 54 prodavnice u 33 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” za 2021. godinu.

**Kontakt za medije:**

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

Sara Trajković, RED Communication, Email: [sara.trajkovic@redc.rs](mailto:sara.trajkovic@redc.rs), Mob: +381 65 563 66 08

[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/)