**LIDL PREDSTAVIO SVOJ IZVEŠTAJ O ODRŽIVOSTI**

**Interaktivna izložba „Za bolje sutra“ u Muzeju Savremene umetnosti**

Nesvakidašnjom interaktivnom postavkom, Lidl Srbija predstavio je svoj izveštaj o održivosti po GRI standardu za 2021/2022. godinu. U Muzeju Savremene umetnosti, javnost je imala priliku da kroči u virtuelni svet društvene odgovornosti kompanije, pod nazivom „Za bolje sutra“, u kojem su bili predstavljeni koraci koje Lidl preduzima kako bi doprineo očuvanju planete i dobrobiti ljudi. Izložba je okupila veliki broj zainteresovanih – od predstavnika medija, uticajnih ljudi iz sveta ekologije i biznisa, do partnera i zaposlenih u Lidlu – koji su se, na do sada neviđen način, uverili zašto je Lidl Srbija lider održivog poslovanja.

Interaktivni i virtuelni doživljaj „Za bolje sutra“ pratio je tri segmenta, odnosno strateške dimenzije održivosti u Lidlu - „Dobro za planetu”, „Dobro za ljude” i „Dobro za tebe”.

„*Ponosan sam na to što naš Lidl tim može da se pohvali uspešnim CSR projektima, procesima i inicijativama koje sprovodimo kroz svakodnevno poslovanje u svim segmentima rada. Zaštita klime, očuvanje resursa i biodiverziteta, fer poslovanje, promocija zdravlja i spremnost da učestvujemo u dijalogu su polja delovanja održivosti na kojima posvećeno radimo i koje unapređujemo svakim danom. Siguran sam da na ovaj način možemo pokrenuti pozitivne promene i kreirati bolje sutra narednim generacijama*“, **rekao je Dragan Čigoja, generalni direktor kompanije Lidl Srbija.**

Pored šetnje posetilaca kroz interaktivne panele, održana je i radionica na kojoj su učestvovali partneri i zaposleni u Lidlu Srbija.

„*Lično verujem da je u Lidlu društveno odgovorno poslovanje jedan od najjačih stubova i to je ono što nas inspiriše da nastavimo da radimo dobre stvari za našu planetu i zajednicu. Cilj nam je da motivišemo okruženje i pružimo maksimalan doprinos održivosti*“, **dodala je Aleksandra Mirić ispred CSR odeljenja Lidl Srbija.**

Održivo poslovanje se najpre dovodi u vezu sa merama zaštite životne sredine i sprečavanjem daljih negativnih uticaja na planetu. Kroz interaktivnu sobu koja je predstavila implementirane mere u sklopu segmenta „**Dobro za planetu**“, Lidl Srbija je apostrofirao značaj ostvarenih rezultata kao što je prelazak na obnovljivu, „zelenu“ energiju svih Lidl objekata. Kao rezultat toga u 2022. godini ostvarena je ušteda emisija gasova sa efektom staklene bašte povezanih sa električnom energijom za 97%, a emisije povezane sa gasovima za hlađenje, umanjene su za 29% u odnosu na 2021. godinu.

Osim toga, količine organskog otpada smanjene su za više od 47% u 2022. godini u odnosu na prethodnu, a čak više od 96% otpada ponovo je iskorišćeno. Uvođenjem projekta „Dobro se reciklažom vraća“ krajem 2021. godine Lidl Srbija je ukazala na važnost cirkularne ekonomije i pozvala potrošače da se kroz svoje svakodnevno delovanje priključe održivim praksama. Akcijama čišćenja pod nazivom „Čisto iz ljubavi“, uklonjene su 22 tone otpada iz prirode u 2021. i 2022. godini.

U delu instalacije, koji je prisutnima predstavio dostignuća u okviru segmenata „**Dobro za ljude**“, Lidl Srbija je između ostalog predočio svoju predanost fer poslovanju. Ova predanost seže u sve segmente zajednice čije je Lidl deo i obuhvata i celokupne lance snabdevanja, te tako kompanija broji 64% dobavljača voća i povrća sa Global G.A.P. GRASP sertifikatom u 2022. godini.

Značajna tema u Lidlu je i promocija zdravlja usmerena kako na zaposlene, tako i na potrošače. Iz tog razloga, jedini moderni diskontni lanac u Srbiji podržava osvešćene izbore pri kupovini, ponudom proizvoda sa što manje šećera, uz više organskih i nutritivno visokokvalitetnih proizvoda u asortimanu.

Kao deo zajednice u kojoj posluje Lidl Srbija, osluškujući potrebe svojih potrošača, kompanija deluje i van okvira svog asortimana. Tako je 2022. godine pokrenut i višestruko nagrađivani projekat „Hoćeš da menjamo mesta? Pomeri se s mesta“, koji ima za cilj podizanje svesti potrošača koji nepropisno parkiraju na parking mestima za osobe sa invaliditetom. Projekat je sproveden u saradnji sa NOOIS-om, obeležavanjem dodatnih parking mesta ispred 35 prodavnica, uz viralne sadržaje na društvenim mrežama o nepropisnom parkiranju i komunikaciji s osobama sa invaliditetom.

**O Lidl izveštaju o održivosti**

Izveštaj o održivom poslovanju usklađen je sa zahtevima najzastupljenije metodologije u toj oblasti – **Global Reporting Initiative (GRI)**, a sagledava i doprinos ciljevima Globalnog dogovora UN. Ovaj izveštaj obezbeđuje transparentnost, merljivost i uporedivost objavljenih podataka.

**Kontakt za medije:**

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

Miloš Nikolić, RED Communication, Email: [milos.nikolic@redc.rs](mailto:milos.nikolic@redc.rs), Mob: +381 60 07 555 18

[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/)