**LIDL SMANJIO UDEO SOLI U HLEBOVIMA**

**Kao deo društveno odgovorne strategije, Lidl je u svojim hlebovima i pecivima prepoznao potencijal za mere osvešćene ishrane i zbog velike učestalosti korišćenja ovih prozvoda fokus stavio upravo na pomenutu grupu artikala. Udeo soli u određenim hlebovima i pecivima koji su u stalnoj ponudi Lidl pekare smanjen je za čak 20 do 50 procenata, a ovaj način Lidl se svojom ponudom hlebova dodatno izdvojio na srpskom tržištu.**

Na osnovu studije rađene u Evropskoj uniji, godišnje se po glavi stanovnika konzumira 3,5kg soli, dok se zdravim smatra gotovo upola manje – 1,8kg\*.Zato je jedna od ključnih stavki Lidlove strategije za osvešćenu ishranu upravo smanjivanje udela soli u pekarskim proizvodima, pri tom zadržavajući ukus i kvalitet na koji su potrošači navikli.

**Osvešćena ishrana**

Među hlebovima koji u svom sastav imaju smanjeni udeo soli su između ostalog: tost hlebovi, domaći hlebovi, kao i ražani, kukuruzni i hleb sa semenkama. Iako su hlebovi primarna grupa proizvoda u fokusu, pažnja je posvećena i kiflama i somunima.

Lidl Srbija neguje svest o održivom poslovanju kao modelu budućnosti, preuzimajući odgovornost tamo gde poslovanje kompanije utiče na ljude i okolinu. Putem svojih 70 Lidl prodavnica, kompanija svakog dana nalazi put do trpeza velikog broja potrošača, zbog čega smatra da je važno da smanji negativne posledice koje proizvodnja, ali i konzumacija hrane može da donese.

Zdraviji i održiviji način života u Lidlu se podržava kroz pažljivo odabrani asortiman proizvoda, a prema Lidlovoj [Politici nabavke](https://kompanija.lidl.rs/odrzivost-u-lidlu/publikacije/politike-nabavke). Osvešćena ishrana omogućava izbalansiranu ishranu, uz dodatno osnaživanje potrošača u donošenju odluka pri izboru hrane, kao i transparentnu komunikaciju i ponudu zdravijih i održivijih proizvoda.

„*Potrošači su svesni štetnosti prekomernog unosa soli, ali čini se da se pri konzumaciji i pripremi hrane najmanje obraća pažnja na pekarske proizvode u kojima je so takoreći „skrivena“, a ipak odgovorna za veliki dnevni udeo unosa. Zato je smanjenje udela soli u pekarskim proizvodima naš prvi korak, a krajnji cilj nam je da do 2025. godine smanjimo utrošenu količinu soli koju potrošači konzumiraju kroz proizvode Lidlovih brendova za čak 20%“,* izjavila je **Aleksandra Mirić ispred Lidlovog CSR odeljenja**.

**Višekratne kese za hleb**

Sa ciljem obezbeđivanja održivije kupovine, Lidl je u svoju ponudu uvrstio i višekratne kese za hleb u svim svojim prodavnicama, čijom kupovinom potrošači direktno doprinose čuvanju resursa i očuvanju planete, jer nakon što potrošači jednom kupe vrećicu mogu je odneti kući, oprati i ponovo koristiti.

Ove višekratne vrećice napravljene su od 100% recikliranog poliestera, čime se zadovoljavaju principi održivog poslovanja i cirkularne ekonomije.

\**Loreen Kloss, Julia Meyer, Lutz Graeve, Walter Vetter: Sodium intake and its reduction by food*

*reformulation in the European Union – A Review, 2015., 24 World Health Organization: Salt Intake, 202*

**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 12.200 prodavnica, kao i više od 220 logističkih centara i skladišta u 31 zemlji sveta.

Lidl je u Srbiji svoje prve prodavnice otvorio u oktobru 2018. godine i trenutno ima 70 prodavnica u 40 gradova 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.

**Kontakt za medije:**

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

Teodora Ivanović, RED Communication, Email: [teodora.ivanovic@redc.rs](mailto:teodora.ivanovic@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/)