



Službeno stajalište o smanjenom udjelu šećera i soli u proizvodima **privatnih robnih marki**



Sadržaj

1. Naše razumijevanje	3
2. Naši ciljevi	4
2.1 U središtu pozornosti: pogrešna prehrana i prekomjerna težina	4
2.2 Ispitivanje: Udio masti, šećera i soli u proizvodima privatnih robnih markih	5
2.3 Adekvatna selekcija certificiranih dobavljača	6
2.4 Kontinuirano proširenje ponude autohtonih hrvatskih proizvoda	6
2.5 Proširenje ponude bio proizvoda i očuvanje zdravlja naših potrošača	7
2.6 Proširenje ponude proizvoda sa smanjenim udjelom šećera i soli	7
3. Naš stav	8
3.1 Odgovorno oblikovanje asortimana	8
3.2 Grupe proizvoda koje su u fokusu	8
3.2.1 Žitarice	9
3.2.2 Keksi i konditorski proizvodi	10
3.2.3 Gotova jela (Pizza)	10
3.2.3 Kruh i peciva	11
3.2.4 Mesne prerađevine	11
3.2.5 Slane grickalice	11
4. Sažetak i budućnost	12
5. Pregled naših ciljeva	13



1. Naše razumijevanje

„U našem svakodnevnom poslovanju preuzimamo ekonomsku, društvenu i ekološku odgovornost.“

Tim je načelom poduzeće Lidl Hrvatska utemeljilo svoju odgovornost prema čovjeku i prirodi. Objavom službenog stajališta o smanjenom udjelu soli i šećera u proizvodima privatnih robnih marki, Lidl Hrvatska želi doprinijeti edukaciji svojih potrošača o važnosti zdrave prehrane te savjesnoj i umjerenj konzumaciji proizvoda, koji u svom sastavu imaju značajniji udio šećera i soli. Budući da Lidl Hrvatska redovito prati želje i zahtjeve svojih potrošača, ali im i u svom asortimanu nudi pregršt različitih proizvoda, a s ciljem očuvanja zdravlja potrošača bez popratnog odricanja u konzumaciji omiljenih namirnica, primjerice proizvoda iz Lidlove pekarnice i grickalica, od rujna 2017. godine intenzivno djeluje u smjeru smanjenja udjela soli i šećera na pojedinim proizvodima privatne robne marke.

Pretjerana konzumacija šećera i soli u svakodnevnoj prehrani doprinosi nastanku bolesti srca i krvnih žila, pojavi dijabetesa, prekomjernoj težini koja može voditi do pretilosti, ali i nastanku drugih zdravstvenih tegoba. Smanjenje udjela šećera i soli u proizvodima veliki je korak u promicanju značaja zdrave prehrane. Prema nedavnom istraživanju koje je proveo Eurostat¹, Hrvatska je od ukupno 28 zemalja Europske unije na visokom osmom mjestu prema udjelu stanovnika s prekomjernom težinom s indeksom tjelesne mase višim od 30 u ukupnoj populaciji stanovništva. Drugim riječima, 18,7% stanovništva u ukupnoj populaciji je pretilo, što je značajno iznad prosjeka EU koji je 15,9%. Javnozdravstveni problem pretilosti u djece prisutan je i u Hrvatskoj, što potvrđuju i najnoviji statistički podaci koji pokazuju da 33% dječaka i 20% djevojčica ima prekomjernu tjelesnu masu ili pretilost², a neka predviđanja daju naslutiti da nam epidemija pretilosti tek predstoji.

¹ Izvor: <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/7700898/3-20102016-BP-EN.pdf/c26b037b-d5f3-4c05-89c1-00bf0b98d646>

² Izvor: Hrvatski zavod za javno zdravstvo, HBSC, 2016.

2. Naši ciljevi

2.1. U središtu pozornosti: pogrešna prehrana i prekomjerna težina

Prehrana s posebno kaloričnim namirnicama u kombinaciji s nedovoljnim kretanjem može za posljedicu imati razne bolesti. Prema podacima CroDiab Registra osoba sa šećernom bolešću³, 2018. godine u Hrvatskoj su 303.992 osobe imale šećernu bolest, a broj oboljelih povećava se iz godine u godinu. Ranija istraživanja pokazuju da u Hrvatskoj tek 60% oboljelih osoba ima postavljenu dijagnozu, tako da se procjenjuje da je ukupan broj oboljelih blizu 500.000. Šećerna bolest je četvrti vodeći uzrok smrti s udjelom od 4,4% u 2017. godini.

U našem asortimanu od gotovo 2.000 pojedinačnih prehrambenih proizvoda, među kojima su brojne vrste voća i povrća, kupcima dajemo mogućnost kupnje proizvoda za osviještenu prehranu. Nadalje, slijedimo redukcijsku strategiju kojom nastojimo smanjiti udio soli i šećera, kao i udio zasićenih masnih kiselina u proizvodima privatnih robnih marki. Aktivni smo promicatelji sporta i ukazujemo na kombinaciju kretanja, prehrane i životne radosti kao preporučljivog životnog stila.

Dodatne informacije:

Uz Akcijski plan za poboljšanje sastava prehrambenih proizvoda (Roadmap for Action on Food Product Improvement)⁴, dokument sastavljen tijekom nizozemskog predsjedanja EU-om između siječnja i veljače 2016. godine, nastoji se provoditi strategija i usklađivanje diljem EU-a vezano uz poboljšanje sastava prehrambenih namirnica. U Hrvatskoj Ministarstvo zdravlja provodi Nacionalni program „Živjeti zdravo“⁵, u suradnji s Hrvatskim zavodom za javno zdravstvo. Programi i aktivnosti Programa usmjereni su poboljšanju zdravlja cijele populacije. Djelovanjem u lokalnoj zajednici informiraju, educiraju i senzibiliziraju građane svih dobnih skupina o pozitivnim aspektima zdravih stilova života – pravilnoj prehrani, tjelesnoj aktivnosti, prevenciji debljine, smanjenju prekomjerne tjelesne mase i smanjenju pobola od kroničnih nezaraznih bolesti.

3 <https://www.hzjz.hr/sluzba-epidemiologija-prevencija-nezaraznih-bolesti/odjel-za-koordinaciju-i-provodenje-programa-i-projekata-za-prevenciju-kronicnih-nezaraznih-bolest/dijabetes/>

4 <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/formulieren/2016/02/22/roadmap-for-action-on-food-product-improvement>

5 <https://zdravlje.gov.hr/programi-i-projekti/nacionalni-programi-projekti-i-strategije/ostali-programi/nacionalni-program-zivjeti-zdravo-2193/2193>

Dodatne informacije:

U drugim europskim vladama također se aktivno osmišljavaju mjere za osviještenu prehranu, a predvodničku ulogu imaju Velika Britanija i Nizozemska prema kojima se stoga orijentiramo pri određivanju naših ciljeva. U Velikoj Britaniji se, primjerice, sa „Salt Targets“ već od 2003. radi na smanjenju soli u namirnicama. Riječ je o smjernicama za udio soli u određenim namirnicama koje objavljuje Europska agencija za sigurnost hrane (EFSA)⁶. Britanska Vlada objavila je u kolovozu 2016. akcijski plan za suzbijanje pretilosti kod djece unutar sljedećih deset godina tako što će, između ostalog, prehrambena industrija biti potaknuta da smanji udio šećera u namirnicama⁷. U Nizozemskoj Vlada, industrija i trgovina zajedno izrađuju „Nacionalni sporazum o poboljšanju sastava proizvoda“⁸ u kojem se definiraju specifične ciljne vrijednosti za pojedine proizvode s obzirom na sol, zasićene masti, kalorije i šećer.

2.2. Ispitivanje: Udio masti, šećera i soli u proizvodima privatnih robnih marki

Šećer, sol i masti imaju važnu ulogu za okus namirnica te su elementarni za naš metabolizam. No, valja pripaziti da ih dugoročno odgovorno i svjesno koristimo.

Zasićene masne kiseline: Jelovnik bogat zasićenim masnim kiselinama povezuje se s oboljenjima kardiovaskularnog sustava. Svjetska zdravstvena organizacija (WHO)⁹ preporučuje unošenje manje od deset posto apsorbirane energije putem zasićenih masnih kiselina. Primjerice, to odgovara 20 g zasićenih masnih kiselina po danu kod preporučenog dnevnog unosa kalorija za odraslu osobu od 2.000 kcal.

Šećer: Visoka konzumacija šećera pogoduje ozbiljnoj prekomjernoj težini te je, prema prosudbi Njemačke pomoći za dijabetičare (diabetesDE), uz nedovoljno kretanje jedan od glavnih uzroka dijabetesa. WHO preporučuje ne unositi više od deset posto apsorbirane energije preko slobodnih šećera, što kod 2.000 kcal odgovara 50 g šećera dnevno.¹⁰

Dodatne informacije:

Pod „slobodnim šećerima“ podrazumijevaju se monosaharidi (kao što su glukoza i fruktoza) i disaharidi (kao što su saharoza ili stolni šećer) koje namirnicama dodaju proizvođači, kuhari ili potrošači, ali i šećeri prirodno sadržani u medu, sirupu, voćnim sokovima i koncentratima voćnih sokova.

6 <https://www.food.gov.uk/business-guidance/salt>

7 <https://www.gov.uk/government/publications/childhood-obesity-a-plan-for-action>

8 <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/convenanten/2014/01/23/akkoord-verbetering-productsamenstelling-zout-verzadigd-vet-suiker>

9 DGE smjernica o mastima: <https://www.dge.de/fileadmin/public/doc/ws/ll-fett/v2/Gesamt-DGE-Leitlinie-Fett-2015.pdf>

10 <http://www.who.int/en/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet>

Sol: Hrvatsko društvo za hipertenziju je 2006. godine iniciralo nacionalnu kampanju za smanjenje unosa soli prehranom – CRASH (Croatian Action on Salt and Health)¹¹. Iste godine donesena je Deklaracija o važnosti započinjanja nacionalne kampanje za smanjenje konzumacije kuhinjske soli, kojoj se pridružila i Hrvatska agencija za hranu. Istraživanja su pokazala da prosječan dnevni unos soli u Hrvatskoj iznosi 11,6 g, pri čemu žene unose 10,2 g, a muškarci 13,3 g. Za normalno funkcioniranje ljudskog organizma dovoljna su maksimalno 2 g soli dnevno, a Svjetska zdravstvena organizacija preporučuje da unos kuhinjske soli ne bude veći od 5 g na dan.¹²

Zadani ciljevi za proizvode pod privatnom robnom markom

Polazeći od opisanih znanstvenih saznanja slijedimo cilj smanjenja udjela soli i šećera te udjela zasićenih masnih kiselina u proizvodima pod privatnom robnom markom.

Područje po područje provjeravamo naš asortiman pod privatnom robnom markom

Na taj način u uskoj suradnji s našim dobavljačima poboljšavamo recepture prema našim ciljnim smjernicama. Pritom pazimo na kalorijsku vrijednost. Time sprječavamo da se, primjerice, kod jedne namirnice smanji udio šećera, a istodobno poveća udio masti, pa se u konačnici u jednoj namirnici pronađe jednak ili čak veći broj kalorija. Razvoj receptura za nove proizvode unaprijed podliježe našim ciljnim smjernicama.

2.3. Adekvatna selekcija certificiranih dobavljača

Glavni cilj poduzeća Lidl Hrvatska je kontinuirano pratiti zahtjeve i potrebe svojih potrošača te im ponuditi raznolike, visokokvalitetne proizvode po prihvatljivim i tržišno najbolje pozicioniranim cijenama. U tu svrhu veliku pažnju pridajemo adekvatnoj selekciji naših dobavljača, koji u oblikovanju i razvoju naših privatnih robnih marki moraju imati potrebne certifikate u skladu s priznatim međunarodnim standardima za prehranu (IFS Food certifikat ili BRC standard).

2.4. Kontinuirano proširenje ponude autohtonih hrvatskih proizvoda

Pored neizbježnog certificiranja naših dobavljača i redovitih audita proizvodnih pogona proizvođača naših robnih marki, a s ciljem ostavljanja traga u smjeru društveno odgovornog poslovanja, razvili smo brand domaćih autohtonih proizvoda „Okusi zavičaja“, čiju ponudu redovito oplemenjujemo novim zanimljivim artiklima, te pokrenuli projekt „Okusi svoj zavičaj“, u sklopu kojeg je u Lidl asortiman dodatno ulistano prvih 10 hrvatskih dobavljača voća i povrća. Oblikovanjem ovakvih projekata aktivno osluškujemo tržište, odgovaramo na zahtjeve i prijedloge naših cijenjenih potrošača, ali i dajemo snažnu podršku hrvatskim proizvođačima.

¹¹ https://www.hah.hr/pdf/letak_manje_soli.pdf




¹² <http://www.who.int/en/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet>

2.5. Proširenje ponude bio proizvoda i očuvanje zdravlja naših potrošača

Raznolikost ponude, visokokvalitetni proizvodi po najboljim cijenama, pružanje snažne podrške hrvatskim proizvođačima, ali i očuvanje zdravlja naših kupaca nit su vodilja u oblikovanju svih naših projekata. U svim našim poslovnica naša potrošači mogu pronaći bio organske proizvode, uzgojene uz minimalnu uporabu pesticida i umjetnih gnojiva te strogo kontrolirane kvalitete i podrijetla. U bogatoj i raznolikoj ponudi proizvoda za osviještenu prehranu nalaze se neki od sljedećih artikala: bio konopljinu ulje, bio laneno ulje, bio kokosovo ulje, bio kruh, bio ekstra djevičansko maslinovo ulje, bio med, bio kvinoju ili chia sjemenke, trajno mlijeko bez laktoze, bio rižu, bio sezam ili sjemenke suncokreta, bio vafle od riže, bio indijske oraščice, bio mješavinu orašastih plodova, bio pasiranu rajčicu, bio vitalne kekse i bio čaj.

2.6. Proširenje ponude proizvoda sa smanjenim udjelom šećera i soli

Poduzeće Lidl Hrvatska aktivno prati postojeće trendove na tržištu i osluškuje potrebe svojih kupaca, ali i radi dodatni iskorak oblikovanjem i razvojem proizvoda sa smanjenim udjelom šećera i soli na dijelu vlastitog asortimana.

 Cilj	Naš cilj je do 2025. godine postupno na dijelu asortimana privatne robne marke smanjiti prosječni ponderirani udio dodanog šećera i soli za minimalno 20% . Kod proizvoda koji sadrže šećer u fokusu su keksi i konditorski proizvodi. Kod smanjenja udjela soli u fokusu su proizvodi koji čine osnovni i važan dio svakodnevne prehrane poput kruha i mesnih prerađevina. Smanjenje udjela soli i šećera odnosi se na razdoblje od 01.01.2015. do 01.01.2025.	Siječanj 2025.
 Start	Lidl je pokrenuo smanjenje prosječnog ponderiranog udjela dodanog šećera na Crownfield žitaricama.	2011.
 Danas	Smanjenje prosječnog udjela dodane soli i šećera na keksima, konditorskim proizvodima, kruhu i pekarskim proizvodima.	Studenj 2019.

Slika 1: Pregled dugoročnih ciljeva u smjeru smanjenja udjela šećera i soli

3. Naš stav

Istraživanja su pokazala da prosječan dnevni unos soli u Hrvatskoj iznosi 11,6 g. Stručnjaci procjenjuju da bi manji unos soli za samo 3 g dnevno (što je pola čajne žličice) smanjio broj infarkta miokarda između 1700 i 3500 slučajeva, a moždanog udara između 2800 do 5500 slučajeva, što bi u konačnici rezultiralo smanjenjem broja umrlih za 4000 ljudi godišnje¹³.

U nastavku su opisana područja na kojima proaktivno radimo na pronalasku novih rješenja.

3.1. Odgovorno oblikovanje asortimana

Lidl će u Hrvatskoj do 2025. godine na dijelu asortimana vlastitih robnih marki postupno smanjivati prosječni ponderirani udio dodanog šećera i soli za 20% .

Kako bi ostvarili naše ciljeve definirali smo različite mjere:

- Smanjenje dodane količine šećera i soli u proizvodima privatne robne marke: kvalitetnom suradnjom s našim dobavljačima i praćenjem trendova na tržištu postupno ćemo smanjivati postojeći udio dodanog šećera i soli na dijelu asortimana. Intenzivno ćemo raditi na oblikovanju i razvoju novih receptura, koje će i dalje pratiti postojeće visoke Lidlove standarde kvalitete.
- Ponuda alternativnih proizvoda: našim kupcima ćemo ponuditi veći izbor alternativnih artikala po pojedinim kategorijama proizvoda sa smanjenim udjelom šećera ili soli.
- Marketinške aktivnosti za zdraviju prehranu: u suradnji s partnerima Lidl Hrvatska radit će na informiranju šire javnosti o značaju zdrave i uravnotežene prehrane.

3.2 Grupe proizvoda koje su u fokusu

Kod smanjenja udjela šećera u proizvodima naglasak je stavljen na sljedeće namirnice:

- Žitarice/pahuljice
- Keksi i konditorski proizvodi

Kod smanjenja udjela soli u fokusu su namirnice koje se redovito konzumiraju i imaju visoki udio u dnevnom unosu soli:

- Gotova jela (Pizza)
- Kruh i peciva

¹³ Izvor: <http://hr.n1info.com/a188579/Sci-Tech/Hrvati-u-samom-vrhu-po-smanjenju-unosa-soli-u-organizam.html>

- Mesne prerađevine
- Grickalice

3.2.1 Žitarice

Žitarice su na glasu kao zdrava varijanta za doručak i dobar početak dana. Međutim, žitarice često sadrže previše šećera te su u pogledu hranjivih vrijednosti više poslastica nego uravnotežen doručak.

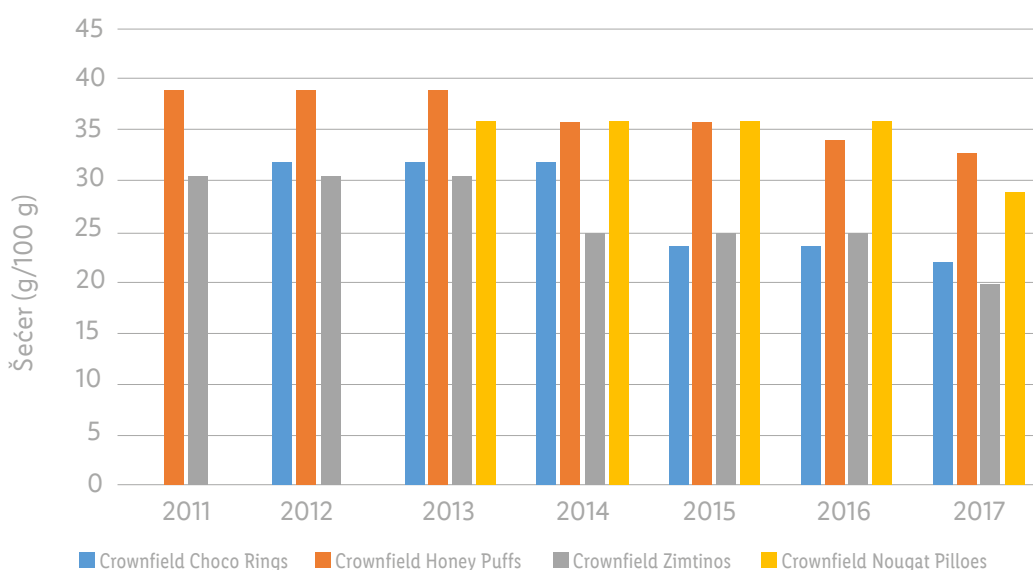
Stoga, u našim Crownfield žitaricama već od 2011. godine postupno smanjujemo udio šećera.

Udio šećera u našim Crownfield Choco Ring žitaricama smanjili smo od 2012. do 2016. godine za 27% . Do kraja 2017. godine smanjili smo ga za još 7% , čime je ukupni udio šećera smanjen za 34%.

Udio šećera u našim Crownfield Honey Puffs žitaricama smanjili smo od 2011. do 2016. godine za 13% . Do kraja 2017. godine dodatno smo ga smanjili za još 3% , čime je ukupni udio šećera smanjen za 16%.

Udio šećera u našim Crownfield Zimtinosa žitaricama smanjili smo od 2011. do 2016. godine za 19% . Do kraja 2017. godine ukupni udio šećera smanjen je za 39%.

Udio šećera u našim Crownfield Nougat Pillows žitaricama smanjili smo od 2013. do 2016. godine za 13%, a do kraja 2017. godine za još 20%. Ukupni udio šećera tako je smanjen za 33%.



Slika 2: Kronološki prikaz smanjenja udjela šećera u Lidl Crownfield žitaricama, 2011.-2017. godina

3.2.2 Keksi i konditorski proizvodi

Keksi i konditorski proizvodi jedu se u većini kućanstava kao desert uz kavu, nakon obroka ili kao zaseban međuobrok. Zbog učestale konzumacije ovih slatkih proizvoda i njihove velike popularnosti među svim generacijama, Lidl Hrvatska će do 2025. godine na dijelu asortimana keksa i konditorskih proizvoda postupno smanjivati prosječni ponderirani udio dodanog šećera za 20%.

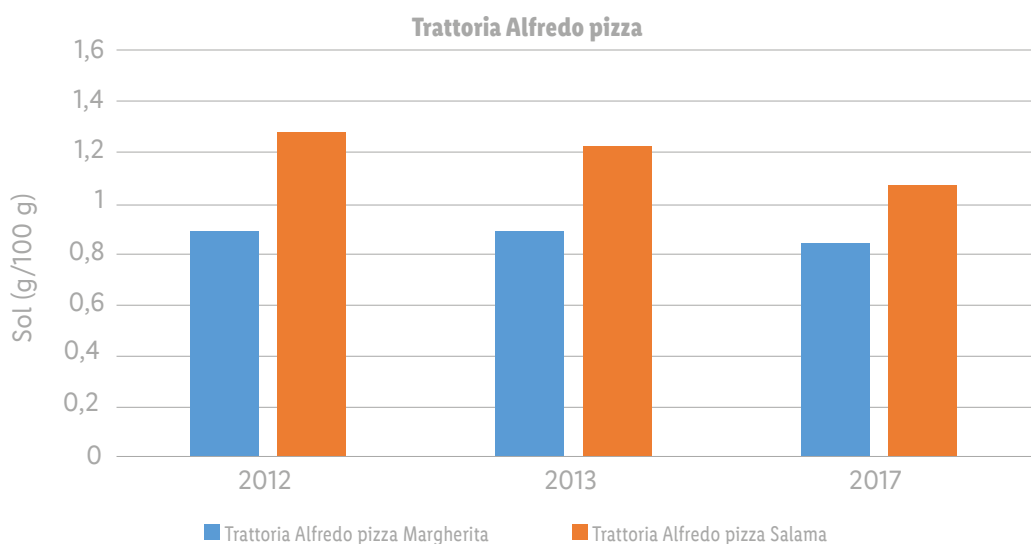
3.2.3 Gotova jela (Pizza)

Nedostatak vremena i ubrzani način života u današnje vrijeme utječu i na trendove u pripremanju hrane. Smrznuta gotova jela i pizze dobivaju na važnosti, jer potrošačima omogućuju uštedu vremena te brzu i jednostavnu pripremu u svom domu.

Upravo iz tih razloga Lidl Hrvatska u Trattoria Alfredo pizzama već od 2012. godine postupno smanjuje udio soli.

U našoj Trattoria Alfredo pizza Margherita udio soli smanjen je od 2012. godine za 5%, a cilj je i postupno smanjiti postojeći udio soli za dodatnih 5%.

U našoj Trattoria Alfredo pizza Salama udio soli smanjen je od 2012. godine za 16%.



Slika 4: Smanjenje udjela soli na segmentu smrznutih proizvoda (pizze Trattoria Alfredo), 2012.–2017. godina

3.2.3 Kruh i peciva

Promatrajući prehrambene navike hrvatskih potrošača, kruh je neizostavni dio svakodnevne prehrane i često vrlo omiljena namirnica među potrošačima, čiju je konzumaciju najteže smanjiti. Najviše soli konzumiramo putem pekarskih proizvoda, a istraživanje osječkog Prehrambeno-tehnološkog fakulteta pokazalo je da u kruhu ima više od 2% soli¹⁴.

Godišnje prosječan Hrvat pojede 70 kg kruha i peciva¹⁵. Jede ga za doručak, ručak i večeru te na taj način unosi dodatnu količinu soli. Prema nekim istraživanjima, unos kuhinjske soli preko kruha i peciva iznosi 25 do 30%¹⁶.

Iz navedenih razloga smanjenje postojećeg udjela soli u pekarskim proizvodima postaje nužnost.

Od listopada 2017. godine Lidl Hrvatska postupno smanjuje prosječni udio dodane soli na dijelu pekarskog asortimana za 30%.

3.2.4 Mesne prerađevine

Kao što kruh predstavlja osnovni i važan dio naše prehrane, tako su i mesne prerađevine neizostavni dio iste.

Kuhinjska sol je bitan sastojak mesnih proizvoda, budući da pridonosi povećanju sposobnosti vezivanja vode i masti, formiranju boje, okusa i teksture te osigurava mikrobiološku ispravnost gotovog proizvoda. Slanost mesnih prerađevina ovisi o količini dodane soli te o trajanju faze sušenja, a ima značajan utjecaj na tvrdoću, elastičnost i otpor žvakanju mesnog proizvoda¹⁷. Zbog sigurnosti i zdravstvene ispravnosti proizvoda moguće je samo djelomično smanjenje postojećeg udjela dodane soli u mesnim prerađevinama.

Kako bi smanjili unos dodatne soli u mesnim prerađevinama, Lidl Hrvatska će do 2025. godine proširiti dio asortimana mesnih prerađevina ulistavanjem proizvoda sa smanjenim udjelom soli.

3.2.5 Slane grickalice

Slane grickalice vrlo su česta namirnica u našim kućanstvima. Teško da se može zamisliti rođendanska zabava, druženje s prijateljima ili odlazak u kino bez grickalica, kojima se nakon otvaranja vrećice vrlo teško oduprijeti. Prema istraživanju Ipsosovog Brandpulsa,

¹⁴ Izvor: <http://hr.n1info.com/a188579/Sci-Tech/Hrvati-u-samom-vrhu-po-smanjenju-unosa-soli-u-organizam.html>

¹⁵ Izvor: <https://www.24sata.hr/lifestyle/u-hrvatskoj-je-kruh-jeftiniji-nego-u-drugim-drzavama-eu-472234>

¹⁶ Izvor: <https://hcjz.hr/index.php/hcjz/article/download/799/765>

¹⁷ Izvor: hrcak.srce.hr/file/224303

alata za brend i marketing menadžment, hrvatski potrošači među slanim grickalicama preferiraju čips, stoga ga barem jednom tjedno konzumira 24% ispitanika¹⁸.

Zbog učestale konzumacije čipsa kao omiljene grickalice među hrvatskim potrošačima, poduzeće Lidl Hrvatska se obvezalo postupno smanjivati prosječan udio soli na dijelu vlastitog asortimana za 13%.

S ovim planiranim smanjenjem udjela soli na čipsu krenuli smo početkom 2018. godine.

4. Sažetak i budućnost

„Smanjenje soli i šećera za osviještenu prehranu“

Naš definirani cilj je aktivan doprinos osviještenoj prehrani. Naša politika nabave namirnica podrazumijeva njihovu redovitu kontrolu, kritičko preispitivanje i razvoj novih proizvoda.

U ovom dokumentu smo predočili kako svakodnevno preuzimamo odgovornost za visoku kvalitetu proizvoda, kako se nosimo sa zahtjevima kupaca i s kojim se premisama svakodnevno suočavamo u razvoju novih proizvoda.

Naši ciljevi i mjere

Naš asortiman vlastitih robnih marki kontroliramo i neprestano poboljšavamo. Prihvaćamo izazove, definiramo ciljeve i sami si postavljamo standarde, čak i gdje ne postoje zakonske odredbe od pojedinih država i Europske unije.



Jedan od glavnih elemenata naše politike nabave je optimizacija Lidlovih vlastitih robnih marki u pogledu udjela dodanog šećera i soli. Kako bismo aktivno doprinijeli zdravijoj prehrani, Lidl će do 2025. godine postupno na dijelu vlastitog asortimana privatne robne marke uvesti različite mjere kako bi se za minimalno 20% smanjio prosječni ponderirani udio dodanog šećera i soli u proizvodima.

Kontinuirana aktualizacija načela

Načela politike nabave namirnica opisuju aktualne kriterije, norme i ciljeve. Naša se načela kontinuirano razvijaju, prilagođavaju novim znanstvenim spoznajama i razvoju društva te se u javnosti transparentno prikazuju, pri čemu se stalno aktualiziraju i uspoređuju s definiranim ciljevima i rezultatima.

¹⁸ Izvor: Progressive; srpanj/kolovoz 2017.; str. 16

5. Pregled naših ciljeva

		Cilj 		Danas 
Redukcija udjela šećera i soli	šećer	Siječanj 2025.	<ul style="list-style-type: none"> • smanjiti prosječni ponderirani udio dodanog šećera za minimalno 20% • u fokusu su keksi i konditorski proizvodi 	• s dobavljačima radimo na provođenju mjera za smanjenje udjela šećera sukladno našoj obvezi
	sol	Siječanj 2025.	<ul style="list-style-type: none"> • smanjiti udio dodane soli za minimalno 20% • u fokusu su kruh, pekarski proizvodi i mesne prerađevine 	• s dobavljačima radimo na provođenju mjera za smanjenje udjela šećera sukladno našoj obvezi