

Politika nabave

Osviještena

prehrana

Lidl Hrvatska • verzija 01.12.2022



NA PUTU
PREMA
SUTRA



Sadržaj

| | | | |
|---|----------|--|-----------|
| Naša odgovornost za osviještenu prehranu | 2 | Označavanje uvjeta uzgoja | 23 |
| Naša razumijevanje održivosti | 3 | Jamstvo sigurnosti hrane | 24 |
| Pozadina teme osviještene prehrane | 4 | Naš pristup | 24 |
| Planetarna zdrava prehrana (Planetary Health Diet) | 5 | Provjerena kvaliteta – Lidlove robne marke redovito se testiraju | 24 |
| Naša predanost osviještenoj prehrani | 7 | Kako smanjujemo neželjene tvari u namirnicama | 25 |
| Naša predanost osviještenoj prehrani | 8 | Smanjenje količine pesticida | 25 |
| Promoviranje zdrave prehrane | 9 | Pregled ciljeva za osviještenu prehranu | 26 |
| Naš pristup | 9 | Pojmovnik | 27 |
| Marketing usmjeren djeci samo za zdravu hranu | 10 | Izvori & poveznice | 29 |
| Više cjelovitih žitarica za više dijetalnih vlakana | 12 | Izvori fotografija | 35 |
| Više zdravih masnoća i ulja | 13 | | |
| Manje šećera i soli | 15 | | |
| Manje aditiva – kratke liste sastojaka | 16 | | |
| Promoviranje održive prehrane | 18 | | |
| Naš pristup | 18 | | |
| Razvoj održivog asortimana | 19 | | |
| Više biljnih izvora proteina | 20 | | |
| Smanjenje otpada od hrane | 21 | | |
| Poticanje označavanja, transparentnosti i osnaživanje | 22 | | |
| Naš pristup | 22 | | |
| Označavanje održivosti | 22 | | |
| Nutri-Score: hranjive vrijednosti na prvi pogled | 23 | | |

Naša **odgovornost** za osviještenu prehranu



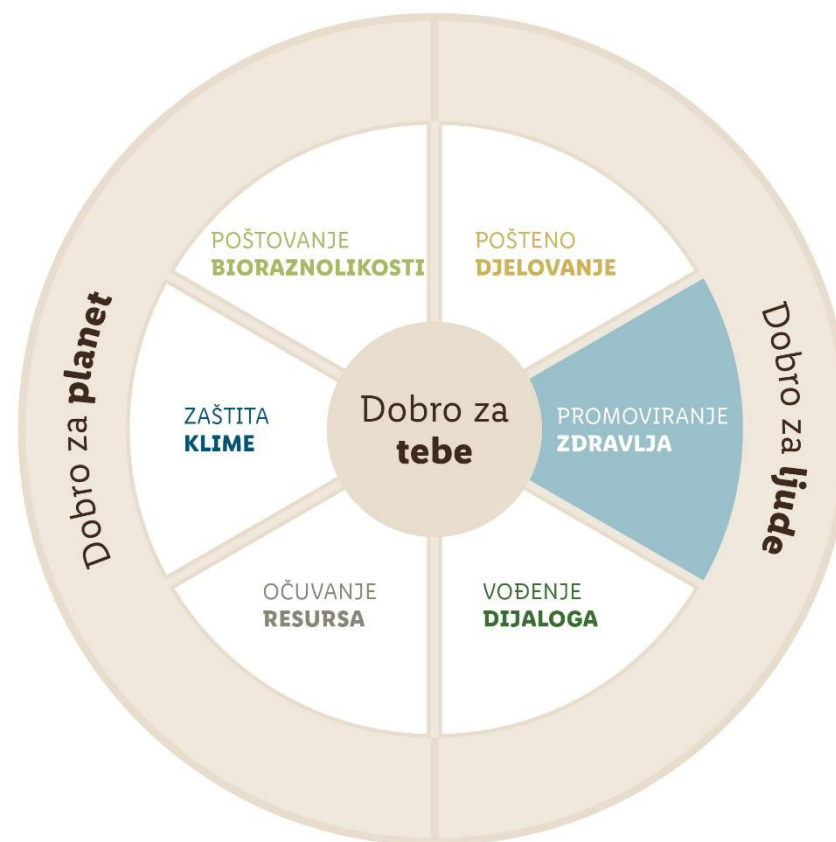
Naše razumijevanje održivosti

Održivost je jedan od Lidlovih strateških ciljeva za bolju budućnost. Preuzimamo odgovornost gdje god naše poslovanje utječe na ljude i okoliš. Odgovorno poslovanje je način na koji svakodnevno ispunjavamo naše obećanje o kvaliteti i tako sigurno pozicioniramo našu tvrtku za budućnost.

Na temelju toga razvili smo našu strategiju društveno odgovornog poslovanja, koja nam daje jasne smjernice za ostvarenje naših strateških ciljeva održivosti. Naše zajedničko i sveobuhvatno razumijevanje odgovornog poslovanja obuhvaća šest strateških područja: očuvanje resursa, zaštitu klime, poštovanje bioraznolikosti, pošteno djelovanje, promoviranje zdravlja i vođenje dijaloga. Time opisujemo naše razumijevanje Lidlove odgovornosti za okoliš, ljude i naše kupce.

Na putu prema sutra: Osviještena prehrana

Kao maloprodajni lanac sa 107 trgovina u Hrvatskoj, svakog dana u prosjeku dopiremo do više od 180.000 kupaca i svojim proizvodima doprinosimo njihovoj prehrani. Budući da i proizvodnja hrane ima negativan društveni i ekološki utjecaj, želimo smanjiti taj učinak i našim kupcima ponuditi asortiman za zdrav i održiv način života. Osviještena prehrana doprinosi našem strateškom području promoviranja zdravlja, ali i pozitivno utječe na brojna druga područja djelovanja.



Pozadina teme osviještene prehrane



Planetarna zdrava prehrana (Planetary Health Diet)

Lidl je, kao prvi maloprodajni prehrambeni lanac, 2017. godine objavio sveobuhvatnu strategiju smanjenja udjela šećera i soli, kao i ciljeve za ostatke aktivnih tvari, kontaminante i aditive u asortimanu vlastitih robnih marki.

Gotovo pet godina kasnije, tema prehrane se značajno promijenila. Osim zdravlja pojedinca, riječ je i o tome kako do 2050. godine prehraniti gotovo 10 milijardi ljudi na planetu na održiv način i unutar ekoloških granica.

Sve su vidljiviji i prisutniji učinci koje proizvodnja hrane ima na okoliš. Hrana trenutačno troši 55% planetarnih bioloških kapaciteta - više od polovice zemaljske kugle.¹ Svjetski Dan ekološkog duga (Earth Overshoot Day) je 1970. bio 31. prosinca, a 2022. godine pomaknuo se na 28. srpnja. Osim na okoliš, hrana uvelike utječe i na naše zdravlje. Trećina prijevremenih smrti u Europi i Sjevernoj Americi mogla bi se spriječiti zdravom prehranom.² Unatoč rastućoj osviještenosti o toj temi, prehrambene navike nisu se bitno promijenile u Europi i SAD-u. Oko 65% stanovništva i dalje ima prekomjernu težinu ili je pretilo.³

Posljedice su široko rasprostranjene bolesti poput dijabetesa, arterioskleroze, pretilosti, bolesti srca i krvnih žila te moždanih udara.

Istodobno, dvije trećine potrošača u Europskoj Uniji žele jesti zdraviju i održiviju hranu.⁴

Hrvatski zavod za javno zdravstvo, kao krovna javnozdravstvena ustanova u Republici Hrvatskoj, provodi Nacionalni program promicanja zdravlja „Živjeti zdravo“⁵. Cilj projekta je unaprjeđenje zdravlja populacije te kreiranje okruženja u kojem je svim osobama u Hrvatskoj omogućena najviša razina zdravlja i kvaliteta života.

Predloženo zakonodavstvo EU-a, kao što su strategija „Od polja do stola“, nacrt zakona za opskrbne lance bez krčenja šuma i porez na CO₂, plastiku, šećer ili sol, pokazuje političku volju da se usmjerimo prema osviještenijoj i održivijoj prehrani.

¹ Earth Overshoot Day: Earth Overshoot Day 2022: Ministar zaštite okoliša Ekvadora poziva na djelovanje: „Iskoristimo našu ekološku snagu kako bismo oblikovali našu budućnost“, 2022.

² Global Nutrition Report: What we eat matters: Health and environmental impacts of diets worldwide, 2021.

³ EAT Lancet Commission: Food, Planet, Health, 2021.

⁴ European Commission: Making our food fit for the future – Citizen's expectations, 2020.

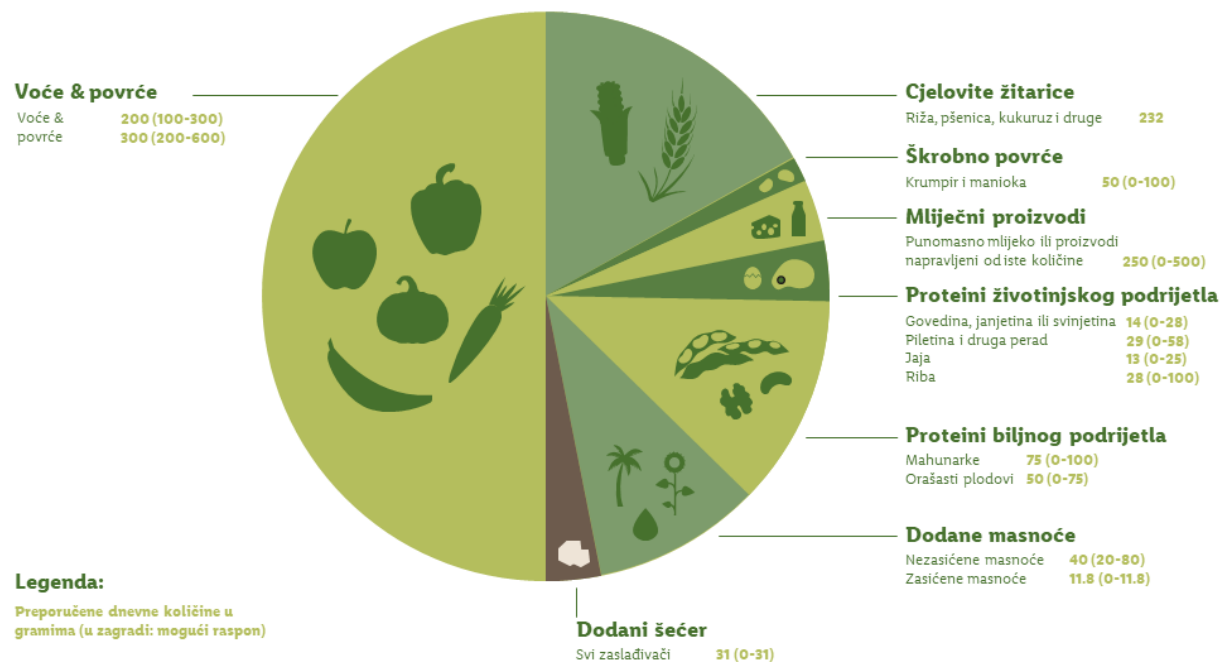
⁵ Nacionalni program „Živjeti zdravo“: O projektu, 2022.

Što je održiva i zdrava prehrana?

Komisija EAT Lancet 2019. je objavila Planetarnu zdravu prehranu (Planetary Health Diet, PHD) kao znanstvenu podlogu za globalnu promjenu prehrane⁶. Pod vodstvom prof. Johana Rockströma, razvilo ju je 37 znanstvenika iz 16 zemalja u područjima nutricionizma, zdravlja, održivosti, poljoprivrede i politike. Prema studiji, kad bi svi slijedili pretežito biljnu prehranu, oko 10 milijardi ljudi moglo bi se zdravo hraniti do 2050. bez preopterećivanja planeta.

U budućnosti, jelovnici će biti pretežno biljni, iako će maleni udio proizvoda životinjskog podrijetla i dalje biti moguć. Iako je PDH još uvijek samo teorijski model, pruža nam početni konkretan i holistički okvir za prehranu unutar planetarnih granica. Ovo znanstveno utemeljeno saznanje temelj je za ciljeve koje si je Lidl postavio u području osviještene prehrane.

Planetarna zdrava prehrana (Planetary Health Diet)



⁶ EAT Lancet Commission: Food, Planet, Health, 2021

Naša **predanost** osviještenoj prehrani



Naša predanost osviještenoj prehrani

Područje djelovanja „Osviještena prehrana“ utječe na sva naša strateška područja i povezuje teme sigurnosti hrane, zdrave prehrane, održive prehrane te transparentnosti i osnaživanja.

Sigurnost hrane je temelj naše strategije za osviještenu prehranu i preduvjet za provedbu ostalih stupova. Cilj zdrave prehrane usmjeren je na poboljšanje hranjivih aspekata našeg asortimana. Cilj je održive prehrane ekološka i društveno pravedna prehrana u planetarnim granicama koja podržava veću dobrobit životinja. Kako bismo podržali naše kupce u procesu prihvaćanja ovog koncepta, transparentnost i komunikacija ključni su za donošenje osviještenijih odluka o kupnji.

Na temelju ovih stupova, kontinuirano potičemo daljnji razvoj asortimana naših robnih marki kako bismo naše kupce potaknuli da budu još svjesniji svojih odluka o kupnji sigurnih, održivih, zdravih i pristupačnih proizvoda.



Promoviranje zdrave prehrane

Naš pristup

Potrošači postaju sve osviješteniji o zdravijoj i održivijoj prehrani. Prema ispitivanju tržišta diljem EU-a, 70% ispitanika istaknulo je kako je zdrava prehrana najvažnija za održivi način života.⁷ Zdravije jesti znači konzumirati više voća, povrća i vlakana te smanjiti unos soli, šećera i zasićenih masnoća. U našem asortimanu s više od 1500 proizvoda vlastite robne marke, našim kupcima nudimo širok izbor proizvoda za zdrav život. Štoviše, nastavljamo dalje razvijati naš asortiman na temelju najnovijih znanstvenih spoznaja.

Holistički pristupamo smanjenju udjela šećera, soli, zasićenih masnoća, energetske gustoće, aroma, konzervansa i bojila. U isto vrijeme, postupno povećavamo udio cjelovitih žitarica i Lidlov asortiman proizvoda od cjelovitih žitarica vlastite robne marke, kao i udio biljnih izvora proteina. Prioritet su nam djeca jer se prehrambene navike stvaraju u djetinjstvu. Od siječnja 2023., sukladno preporukama Svjetske zdravstvene organizacije (WHO), oglašavanje proizvoda bogatih zasićenim masnoćama, šećerom i soli više nećemo usmjeravati prema djeci.

Naši prehrambeni stručnjaci kontinuirano provjeravaju proizvode naših robnih marki. U suradnji s našim dobavljačima poboljšavamo njihove recepture u skladu s našim zahtjevima koji obuhvaćaju sve aspekte fiziologije prehrane. Također pratimo i energetske gustoće namirnica.

Primjerice, to sprječava smanjivanje udjela šećera te istodobno povećanje udjela masnoće u nekom proizvodu, što bi rezultiralo jednakom ili čak višom kalorijskom vrijednošću namirnice. Zato smo razvili profile hranjivih tvari koji se temelje na preporukama Svjetske zdravstvene organizacije i, ponekad, strožim nacionalnim propisima (više informacija potražite na str. 11 „Preporuke WHO-a“). Cilj nam je postupno poboljšati Nutri-Score proizvoda.

Pritom ostajemo usmjereni na ispunjavanje želja i potreba naših kupaca. Standard od kojeg ne odustajemo je okus. Zbog toga, u procesu razvoja proizvoda, slušamo i povratne informacije naših kupaca pa mijenjamo asortiman i recepture u suradnji s našim dobavljačima.

⁷ European Commission: Making our food fit for the future – Citizen's expectations, 2020.

Marketing usmjeren djeci samo za zdravu hranu

Proteklih 20 godina u EU raste broj djece školske dobi s prekomjernom težinom.⁸ Djeca i adolescenti koji se služe medijima u Njemačkoj, primjerice, svakoga dana vide barem 15 reklama ili spotova za nezdravu hranu. Od toga, 92 posto reklamira fast food, grickalice i slatkiše.⁹ Za razliku od odraslih, djeca ne propitkuju marketinške poruke, što direktno povećava njihovu želju za oglašenim proizvodom.

Loša prehrana u djetinjstvu povećava rizik od bolesti povezanih s hranom u odrasloj dobi. Zato je oglašavanje zdrave hrane i izbjegavanje reklama za nezdrave proizvode do 14. godine od presudne važnosti za zdravlje.¹⁰

Osim nevladinih organizacija i organizacija za zaštitu potrošača u EU, Europska potrošačka organizacija (European Consumer Organisation, BEUC) također se zalaže za zabranu oglašavanja nezdrave hrane usmjerenog djeci.^{11,12}

⁸ World Health Organization: Digital food environments, 2021.

⁹ Sveučilište u Hamburgu: Marketing na internetu i televiziji namijenjen djeci, koji uključuje nezdrave namirnice, 2021.

¹⁰ Savezno udruženje organizacija i udruga potrošača: Namirnice s dječjim dizajnom na pakiranju i njihovo oglašavanje, 2021.

¹¹ The European Consumer Organisation: Food marketing to children needs rules with teeth, 2021.

Stoga smo si postavili sljedeće ciljeve:

Naši ciljevi za marketing usmjeren djeci

1. Odmah počinjemo s oglašavanjem zdravije i održivije prehrane namijenjenom djeci.
2. Od 2023. reklamiranje nezdravih proizvoda naših robnih marki više nećemo usmjeravati djeci.
To uključuje oglašavanje na televiziji, radiju, društvenim mrežama i u našim letcima.
3. Do kraja 2025. prodavat ćemo proizvode s dječjim dizajnom¹³ na pakiranjima naših robnih marki samo ako ispunjavaju kriterije WHO-a za zdravu¹⁴ hranu.
Pakiranja će se postupno mijenjati. Iznimka: akcijski proizvodi za Božić, Uskrs i Halloween.

Vodimo se kriterijima WHO-a prilikom odlučivanja o tome je li neki proizvod klasificiran kao zdrav ili nezdrav.

¹² Foodwatch: Pressemitteilung Marktcheck, 2015.

¹³ Proizvodi s dječjim dizajnom su sve namirnice čije pakiranje sadrži elemente koji su privlačni djeci do i uključujući dob od 14 godina ili koji sugeriraju da su pogodni za djecu.

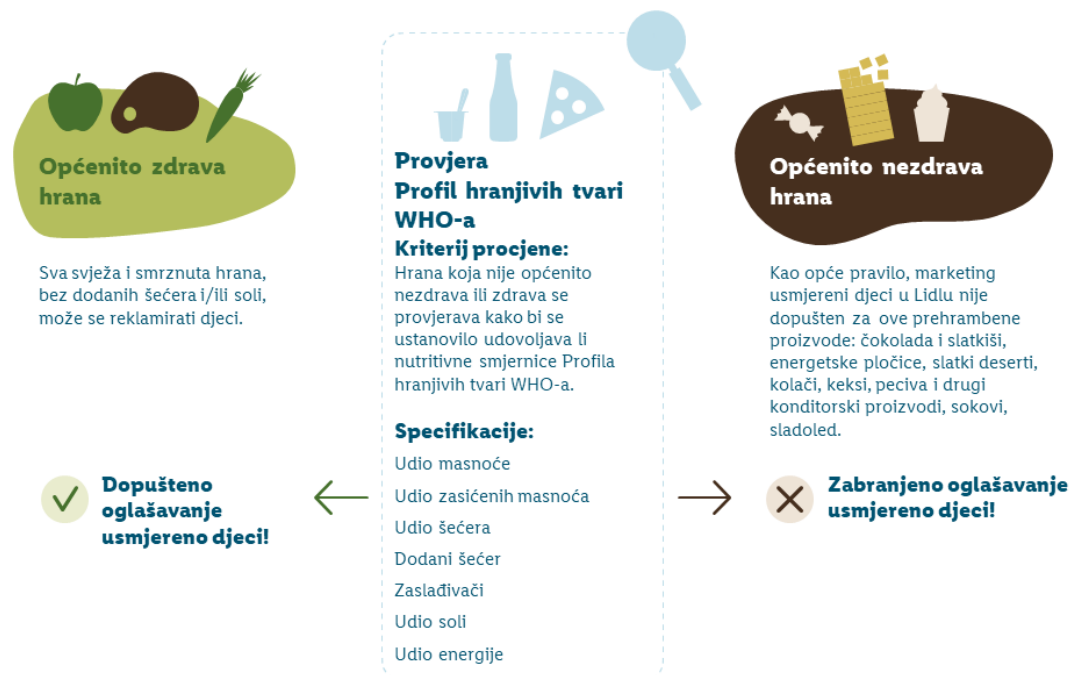
¹⁴ Sve namirnice koje zadovoljavaju nutritivne zahtjeve profila hranjivih tvari WHO-a (npr. sol, šećer, zasićene masne kiseline) smatraju se zdravim namirnicama.

Sva hrana koja zadovoljava nutritivne zahtjeve profila hranjivih tvari WHO-a smatra se zdravom i može se reklamirati djeci ili u prisustvu djece. Božić, Uskrs i Halloween su posebne prilike u dječjem životu i ne određuju svakodnevne navike u njegovoj prehrani. Zbog toga smo odlučili napraviti iznimku u tim okolnostima. Primjerice, čokoladni Djed Božićnjak i Uskrsni zec su kulturološki simboli koje ne želimo uskratiti djeci.

Preporuke WHO-a

Svjetska zdravstvena organizacija (World Health Organization, WHO) oblikovala je sustav ocjenjivanja za prvenstveno dječju prehranu, koji namirnice klasificira u zdrave i nezdrave. Profil hranjivih tvari dijeli namirnice u 17 kategorija i definira granice za nutrijente iznad kojih marketing ne bi smio biti usmjeren djeci. Kriteriji za ocjenjivanje su ukupan sadržaj masnoća i šećera, zasićenih masnoća, dodanih šećera i zaslađivača, soli te energetska gustoća proizvoda.

Klasifikacija hrane za djecu prema Profilu hranjivih tvari WHO-a



Više cjelovitih žitarica za više dijetalnih vlakana

Prehrana s visokim udjelom cjelovitih žitarica ključna je za zdravlje pojedinca i, uz prosječnu europsku prehranu, najvažnija osnova za zdravo starenje.¹⁵



Proizvodi od cjelovitih žitarica sadrže više dijetalnih vlakana, fitokemikalija, minerala (cink, željezo, magnezij) i vitamina (B1, B2, folna kiselina) nego proizvodi od mljevenog bijelog brašna, zato što su očuvani vanjski slojevi zrna. Ljudi ne mogu probaviti vlakna, ali ona čine hranjivu osnovu za naše crijevne bakterije. Crijevne bakterije fermentiraju vlakna, što u konačnici poboljšava zdravlje našeg probavnog trakta.

Upravo to smanjuje rizik od dijabetesa i kardiovaskularnih bolesti te pozitivno utječe na dugovječnost.¹⁶

¹⁵ University of Washington: Health effects of dietary risks in 195 countries, 1990-2017: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study, 2017.

Naši ciljevi za više dijetalnih vlakana

1. Do kraja 2023. analizirat ćemo kojim alternativama od cjelovitih žitarica možemo proširiti naš asortiman.
2. Do 2025. postupno ćemo povećavati udio cjelovitih žitarica u proizvodima naših robnih marki.
3. Do 2025. stvorit ćemo transparentnost postupnim dodavanjem informacija o udjelu vlakana u tablici hranjivih vrijednosti naših proizvoda.

¹⁶ Geng Zong, Alisa Gao, Frank B. Hu, Qi Sun: Whole Grain Intake and Mortality From All causes, Cardiovascular Disease, and Cancer: A Meta-Analysis of Prospective Cohort Studies, 2016.

Više zdravih masnoća i ulja

Kao rezultat stalnog rasta konzumacije životinjskih proizvoda u prošlosti, u našoj prehrani u EU povećala se i proporcija zasićenih masnih kiselina.¹⁷ Pretjerana konzumacija zasićenih masnih kiselina povećava rizik od kardiovaskularnih bolesti – vodećeg uzroka smrti u Europi i Sjevernoj Americi.^{2, 18} Nezasićene masne kiseline, poput Omega 3, uglavnom su biljnog podrijetla i sprječavaju kardiovaskularne bolesti.¹⁹ Postavili smo si cilj stalno povećavati kvalitetu masnoća i ulja u proizvodima Lidlovih robnih marki. To ćemo postići korištenjem više nezasićenih masnih kiselina i smanjivanjem upotrebe zasićenih masnih kiselina, pri čemu ćemo voditi računa o tome da masnoće i ulja dolaze iz održivih izvora koliko god je to moguće.

Ako proizvod zbog teksture ili drugih fizičkih svojstava zahtijeva čvrsto ulje, prednost dajemo biljnim mastima. Očvrsnute (hidrogenirane) biljne masti mogu se koristiti pod uvjetom da su u potpunosti očvrsnute. Djelomično hidrogenirane biljne masti rizične su zbog sadržaja štetnih transmasnih kiselina i stoga ih ni dalje nećemo koristiti.²⁰

Naš cilj za zdrave masnoće i ulja

Poboljšat ćemo kvalitetu masnoća i ulja u proizvodima Lidlovih robnih marki u pogledu njihove nutritivne fiziologije i održivosti. Zbog toga analiziramo cjelokupan asortiman naših robnih marki kako bismo ustanovili gdje možemo koristiti visokokvalitetna biljna ulja. Prednost će imati biljna ulja uzgojena u Europi. Na taj ćemo način do 2025. povećati udio nezasićenih masnih kiselina u Lidlovim robnim markama.

S ciljem što održivijeg izbora, procijenit ćemo hoćemo li koristiti održivo certificirano palmino ulje ili potpuno hidrogeniranu biljnu mast.

¹⁷ European Environment Agency: Consumption of meat, dairy, fish and seafood, 2017.

¹⁸ Eurostat – Statistics Explained: Causes of death statistics, 2022.

¹⁹ MD Dr PH Dariush Mozaffarian: Dietary fat, 2022.

²⁰ World Health Organization: Nutrition – Trans fat, 2018.

Što je palmino ulje i kako se s time nosi Lidl?

Uljana palma, iz koje se dobiva palmino ulje, posebno je rodna i u usporedbi s drugim biljnim uljima puno bolje iskorištava raspoloživo zemljište. Zbog svoje konzistencije, palmino ulje ne treba hidrogenirati kao druga biljna ulja. Zbog tih je svojstava palmino ulje najviše korišteno biljno ulje u svijetu. Međutim, palmino ulje uzgaja se u izrazito osjetljivim tropskim područjima.²¹

Za Lidl je važna odgovorna trgovina koja štiti tropske prašume i bioraznolikost te koristi lokalnom stanovništvu. Zbog toga će od 2023. palmino ulje u Lidlovim robnim markama biti certificirano za održivost.

Kako bismo to postigli, blisko surađujemo s priznatim inicijativama i certifikacijskim organizacijama kao što su RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil), Fairtrade, Bio i Rainforest Alliance.

Dodatne informacije o našoj predanosti nabavi održivog palminog ulja dostupne su u dokumentima Politika nabave sirovina i Politika nabave za lance opskrbe bez krčenja šuma i prenamjene zemljišta (<https://tvrka.lidl.hr/drustveno-odgovorno-poslovanje/sluzbena-stajalista>).

Površina potrebna za proizvodnju jedne tone ulja



²¹ WWF: Na tragu ulja: Proračuni za svijet bez palminog ulja (Auf der Ölspur: Berechnungen zu einer palmölfreieren Welt), 2016.

Manje šećera i soli

U EU, godišnje se u prosjeku konzumira oko 37 kg šećera po glavi stanovnika²² – dok bi prema WHO-u zdravo bilo najviše 9 kg.²³ Dodatno, u EU se godišnje konzumira prosječno 3.5 kg²⁴ soli po glavi stanovnika – dok bi prema WHO-u zdravo bilo najviše 1.8 kg.²⁵ Pretjerana konzumacija šećera rezultira prekomjernom težinom i povećanim rizikom od dijabetesa²⁶, dok pretjerana konzumacija soli povećava rizik od kardiovaskularnih bolesti i moždanih udara.

Naš cilj za smanjenje udjela šećera i soli

Cilj nam je do 28.2.2026. smanjiti prodajni ponderirani prosječni udio dodanog šećera i soli u asortimanu vlastite robne marke za 20 posto, u odnosu na 1.1.2015.

Od 2015. zaključno s 2021., u asortimanu naših robnih marki prosječni udio šećera smanjili smo za 23,94%, a udio soli za 17,18%.

Šećer nije samo šećer

Izoglukoza u hrani povezuje se s povećanjem tjelesne težine i bolešću masne jetre. Međutim, nova nutricionistička istraživanja ne potvrđuju

²² Organisation for Economic Co-operation Development: Agricultural Outlook 2021-2030, 2022.

²³ World Health Organization: WHO calls on countries to reduce sugars intake among adults and children, 2015.

²⁴ Loreen Kloss, Julia Meyer, Lutz Graeve, Walter Vetter: Sodium intake and its reduction by food reformulation in the European Union – A Review, 2015.

²⁵ World Health Organization: Salt Intake, 2022.

ovu pretpostavku i pokazuju da izoglukoza na ljudsko zdravlje ne djeluje drukčije od drugih vrsta šećera.²⁷

Šećer ne zamjenjujemo zaslađivačima

Kad smanjujemo šećer, naše kupce postupno upoznajemo s manje slatkim okusom naših robnih marki. Na taj način šećer ne zamjenjujemo zaslađivačima, jer proizvodi sa zaslađivačima zbog svoje intenzivne slatkoće pridonose navici zaslađivanja. To bi dodatno doprinijelo lošoj prehrani bogatoj šećerom i smanjilo konzumaciju zdravih namirnica poput voća i povrća. Također smanjujemo i udio fruktoze u obliku čiste fruktoze i fruktozno-glukoznog sirupa u našim proizvodima, jer se visoki udio fruktoze u prehrani povezuje s rizikom od razvoja prekomjerne težine i bolesti masne jetre.²⁸

Osim proizvoda zaslađenih šećerom, u asortimanu imamo i proizvode sa smanjenim udjelom šećera te alternative bez šećera koji sadržavaju zaslađivače. Ti su proizvodi namijenjeni potrošačima koji žele jesti hranu niske energetske vrijednosti, ali se ne žele odreći slatkog okusa.

²⁶ World Health Organization: Diabetes, 2022.

²⁶ Institut Max Rubner: Nutritivno-fiziološka procjena i učinci konzumiranja izoglukoze na zdravlje ljudi, bez godine

²⁸ James J DiNicolantonio, Ashwin Subramonian, James H O'Keefe: Added fructose as a principal driver of non-alcoholic fatty liver disease: a public health crisis, 2017.

Naš cilj za različite vrste šećera

U fokusu nam je smanjenje udjela šećera. Nastavit ćemo, gdje god je moguće, izbjegavati upotrebu fruktozno-glukoznog sirupa i čiste fruktoze ako se ponajprije koriste za zaslađivanje.

Manje aditiva – kratke liste sastojaka

Aditivi su stvari koje dodajemo hrani iz tehnoloških razloga. Konzervansi, primjerice u kobasicama, štite od mikrobnog kvarenja.

Znanstvena saznanja i društva za zaštitu potrošača općenito savjetuju protiv konzumiranja visokoprerađene hrane koja sadržava određene aditive, naročito kad su u pitanju djeca.²⁹ Dodatno, mnogi potrošači imaju kritičan stav o aditivima.³⁰ Zbog toga kontinuirano radimo na smanjivanju količine aditiva u proizvodima Lidlovih robnih marki.

Bojila

Nastavit ćemo izbjegavati korištenje umjetnih bojila u proizvodima naših robnih marki koliko god je moguće. Umjesto toga, preferiramo bojanje sastojaka naših namirnica prirodnim bojama poput cikle.

²⁹ Leonie Elizabeth, Priscila Machado, Marit Zinöcker, Phillip Baker, Mark Lawrence: Ultra-Processed Foods and Health Outcomes: A Narrative Review, 2020.

Od 2009. godine ne koristimo azo boje u prehrambenim proizvodima, uz iznimku nekih žestokih pića i aperitiva. Od 2018. ne koristimo kinolin žutu i zelenu S boju.

Arome

Zbog pretjerano aromatizirane hrane djeca mogu zaboraviti prirodni okus hrane. Stoga smatramo da je ključno umjereno koristiti arome. Ako koristimo arome, prednost dajemo ekstraktima aroma ili prirodnim aromama dobivenim od namirnica koje proizvodu daju ime.

Arome u veganskim alternativama

Kad je u pitanju upotreba aroma, poseban su slučaj veganski proizvodi koji bi, primjerice, trebali imati okus piletine. Kada zbog upotrebe prirodne arome proizvod više ne bi bio veganski, onda svjesno koristimo umjetne arome.

Vitamini i minerali

Uz nekoliko iznimaka, uravnotežena prehrana pruža dovoljnu količinu vitamina i minerala. Samo određene skupine ljudi (primjerice, trudnice ili pušači) ili ljudi s određenim bolestima, trebaju dodatne količine. U pojedinim slučajevima, kod svih ostalih pretjerano konzumiranje proizvoda s dodanim vitaminima i mineralima može negativno utjecati na zdravlje. Iz tog razloga, vitamine i minerale dodajemo samo odabranim proizvodima, kao što su multivitaminski napitci (vitamini),

³⁰ Europska uprava za sigurnost hrane: Posebno izdanje eurobarometra 364: Rizici povezani s namirnicama, 2010.

sportski napitci, mesne alternative (B12), biljne mliječne alternative (kalcij), margarin i jodirana kuhinjska sol.

Konzervansi

Naš je cilj smanjiti upotrebu konzervansa koliko god je moguće ili ih u potpunosti izbjeći, pod uvjetom da to ne izaziva gubitke hrane i ne utječe na sigurnost hrane.

Naš cilj za manje aditiva

1. Prednost dajemo prirodnim sastojcima namirnica umjesto aditivima.
2. Redukcija bojila i izostanak upotrebe azo boja, kinolin žute i zelene S boje.
3. Umjerena upotreba aroma, također i u veganskim alternativama.
4. Bez općeg dodavanja vitamina i minerala.
5. Smanjenje i izbjegavanje dodavanja konzervansa, uzimajući u obzir sigurnost hrane.

Promoviranje održive prehrane

Naš pristup

Prema programu Planetarno zdrave prehrane, održiva prehrana budućnosti treba biti pretežito biljna, uz umjerenu konzumaciju mesa i mliječnih proizvoda. Proizvodnja namirnica životinjskog podrijetla trenutačno je odgovorna za:

- 20 posto svjetskih emisija stakleničkih plinova³¹
- 80 posto svjetske upotrebe poljoprivrednog zemljišta³²
- 40 posto svjetske deforestacije primarnih šuma³³
- 30 posto svjetske upotrebe vode³⁴.

Naš je cilj povećati udio proteina biljnog podrijetla te istodobno smanjiti negativne ekološke i društvene utjecaje na lanac opskrbe sirovinama. Kako bismo olakšali izbor namirnica za održiviju prehranu, nudit ćemo više sezonskih i lokalnih proizvoda, kad je moguće organskih, te u naš asortiman uvrstiti više veganskih i vegetarijanskih proizvoda.

Posvećeni smo održivoj proizvodnji voća i povrća, soje, palminog (jezgrinog) ulja, kave, čaja, kaka, riže, orašastih plodova, mesa, ribe i školjkaša. Dodatne informacije dostupne su u našim službenim stajalištima i politikama nabave (<https://tvrka.lidl.hr/drustveno-odgovorno-poslovanje/sluzbena-stajalista>).

Kako bismo prehranu budućnosti učinili još održivijom, moramo smanjiti otpad od hrane. Prema istraživanjima, trećina proizvedene hrane u svijetu nikada ne završi na tanjuru.³⁵ Stoga smo uveli niz mjera za smanjenje otpada od hrane (vidi str. 21).

³¹ Food and Agriculture Organization of the United Nations: GLEAM 2.0 Assessment of Greenhouse gas emissions and mitigation potential, 2017.

³² Statista: Distribution of land use for food production worldwide as of 2019, 2021.

³³ Our World in Data: Cutting down forests: what are the drivers of deforestation?, 2021.

³⁴ P.W. Gerbens-Leenes, M.M. Mekonnen, A.Y. Hoekstra: The water footprint of poultry, pork and beef: A comparative study in different countries and production systems, 2013.

³⁵ World Food Programme: 5 facts about food waste and hunger, 2020.

Razvoj održivog asortimana

S obzirom na promjenjive klimatske uvjete, povećan gubitak bioraznolikosti i s tim povezane posljedice na uvjete života i rada brojnih ljudi, kao trgovac hranom imamo odgovornost osigurati održiv razvoj i poslovanje unutar granica našeg planeta. S ovim izazovom suočavamo se stalnim usklađivanjem našeg širokog i visokokvalitetnog asortimana sa znanstveno utemeljenim kriterijima održivosti.

Konkretno, to će rezultirati stalnim procesom poboljšanja postojećih proizvoda i razvojem novih, održivijih alternativa. Zbog toga blisko surađujemo s provjerenim certifikacijskim sustavima, inicijativama i partnerima s područja znanosti, društva i politike. Lidl je, primjerice, prvi diskonter koji od 2006. godine pod vlastitom robnom markom prodaje proizvode iz poštene trgovine (Fairglobe).

Naši ciljevi za više održivosti u asortimanu

1. Certificiramo naše kritične sirovine u skladu s priznatim standardima i uključujemo se u inicijative i projekte. Svi naši ciljevi za sirovine dostupni su u Politici nabave za sirovine (<https://tvrtka.lidl.hr/drustveno-odgovorno-poslovanje/sluzbena-stajalista>).
2. Kontinuirano povećavamo ponudu organski uzgojenog voća i povrća te asortiman prehrambenih proizvoda i proizvoda za higijenu i čišćenje s priznatim ekološkim certifikatima EU organic, EU Ecolabel i NATrue.
3. Kontinuirano razvijamo i proširujemo naš asortiman lokalnih proizvoda. S tim ciljem razvili smo liniju domaćih proizvoda Okusi zavičaja, domaćih vina Winemakers of Croatia i svježeg mesa uzgojenog u Hrvatskoj s oznakom "Od hrvatskih farmera". Okusi zavičaja najpoznatija su robna marka Lidla Hrvatska, koja nudi isključivo domaće proizvode tradicionalnih receptura. Od 2023. odabrani proizvodi te linije postat će i klimatski neutralni, putem priznatih kompenzacijskih projekata zlatnog standarda.

Više biljnih izvora proteina

Našim kupcima želimo ponuditi velik izbor proizvoda za prehranu baziranu na lokalnim, sezonskim i namirnicama biljnog podrijetla, gdje god je moguće. Zbog toga kontinuirano širimo ponudu Lidlovih robnih marki u skladu s našom strategijom za proteine.

Naši ciljevi za više biljnih izvora proteina

1. Od poslovne godine 2023. transparentno ćemo komunicirati o udjelu proteina životinjskog podrijetla u odnosu na one biljnog podrijetla. Kako bismo to postigli, u našem Izvješću o održivosti objavljujvat ćemo udio životinjskih izvora proteina u odnosu na proteine biljnog podrijetla.
2. Strategija za proteine: Do 2025. povećat ćemo udio biljnih izvora proteina u našem asortimanu dodavanjem novih proizvoda koji podupiru biljnu prehranu. To uključuje mahunarke, orašaste plodove te veganske zamjene za mesne i mliječne proizvode.

Od 2020. Lidl Hrvatska svojim kupcima nudi veganske i vegetarijanske proizvode vlastite robne marke Vemondo u stalnom i akcijskom asortimanu. Nudeći proizvode potpuno biljnog podrijetla, ne želimo samo doprijeti do vegana i vegetarijanaca, već i stvoriti most za sve kupce koji razmišljaju o prelasku na biljnu prehranu.

Trenutačno u stalnoj ponudi imamo 17 proizvoda pod robnom markom Vemondo. Nastavit ćemo širiti naš veganski i vegetarijanski asortiman te razvijati ove proizvode u pogledu okusa, izgleda, teksture, nutritivnih vrijednosti i održivosti.

Smanjenje otpada od hrane

Procjenjuje se da se svake godine u svijetu stvara oko 1,3 milijarde tona otpada od hrane.³⁶ U Hrvatskoj se godišnje proizvede oko 71 kg otpada od hrane po stanovniku. Oko 76% otpada nastane u kućanstvima, 14% u primarnoj proizvodnji uključujući OPG-ove, 5% u ugostiteljstvu, 3% u preradi i 2% maloprodaji i ostaloj distribuciji hrane.³⁷ Gubitci izravno utječu na korištenje resursa (tla, vode, bioraznolikosti) i emisije stakleničkih plinova. Smanjenje otpada od hrane stoga odmah pozitivno utječe na klimu, upotrebu zemljišta i korištenje resursa.

Naš cilj za manje otpada od hrane

Na putu prema „Nula otpada“ obvezali smo se do 2030. otpad od hrane smanjiti za 50%.

Kako bismo to postigli, oslanjamo se na sustav raspodjele utemeljen na potrebama, učinkovite lance opskrbe s kratkim transportnim rutama, kontinuiranu usklađenost s lancima opskrbe hlađenim proizvodima, kontrolu svježine, praćenje zaliha, promotivne aktivnosti te edukaciju naših kupaca o smanjenju otpada od hrane. Na taj način minimiziramo količinu proizvoda kojima je istekao rok trajanja, kao i eventualni otpad.

Kako bismo izašli ususret našim kupcima i višim troškovima života, a ujedno i smanjili otpad od hrane, dnevno u trgovinama snižavamo cijene proizvoda pred istekom roka trajanja. To vrijedi za proizvode u nehlađenom i hlađenom asortimanu, svježe meso, trajne i svježe kolače te dnevne proizvode u asortimanu svježeg voća i povrća (npr. salate, blitva i sl.).

Dodatno, u suradnji s Hrvatskim Caritasom, već trinaestu godinu na tjednoj bazi doniramo proizvode socijalnim samoposlugama u Gospiću i zagrebačkim Gajnicama.

³⁶ J. Aulakh, A. Regmi: Post-harvest food losses estimation: development of consistent methodology, 2013.

³⁷ Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, Rezultati statističkog istraživanja o otpadu od hrane u Republici Hrvatskoj, 2022.

Promoviranje označavanja, transparentnosti i osnaživanja

Naš pristup

Transparentnim označavanjem naših proizvoda želimo naše kupce osnažiti za donošenje održivih odluka o kupnji. Naše robne marke stoga nose jasne informacije i priznate oznake. Osim toga, naši kupci informacije o održivosti naših proizvoda mogu pronaći u našim letcima, na našoj internetskoj stranici (<https://tvrтка.lidl.hr/drustveno-odgovorno-poslovanje>) i na drugim komunikacijskim kanalima.

Analize tržišta unutar EU pokazuju da pretjeran broj specifičnih oznaka za proizvode može dovesti do preopterećenja.³⁸ Stoga se oslanjamo na pojednostavljeno označavanje zdravstvenog utjecaja naših proizvoda te priznate certifikate održivosti kao što su Fairtrade ili Rainforest Alliance.

Za nutritivna svojstva koristimo Nutri-Score. Pokrenuli smo pilot-projekt za Eco-Score koji označava utjecaj na okoliš. Postupno ćemo povećavati i transparentnost o uvjetima uzgoja stoke uvođenjem oznake za dobrobit životinja.

Označavanje održivosti

Kako bismo našim kupcima pružili praktično i lako razumljivo označavanje održivosti proizvoda, ispitali smo petostupanjsku skalu Eco-Score i testirali je u odabranim trgovinama u nekoliko zemalja. Metoda izračuna za oznaku Eco-Score uključuje dvije komponente: učinak proizvoda na okoliš, utemeljen na „Ekološkom otisku proizvoda“ (Product Environmental Footprint, PEF) i dodatne kriterije održivosti (npr. pakiranje).

Naš cilj za dosljedno označavanje održivosti

Želimo doprinijeti pravovremenoj uspostavi dosljednog označavanja održivosti na razini EU.



³⁸ European Commission: Impact Assessment Report, 2022.

Nutri-Score: Hranjive vrijednosti na prvi pogled



Nutri-Score je dobrovoljni sustav za dodatno označavanje hranjivih vrijednosti namirnice. Sustav je razvila Francuska agencija za javno zdravlje (Santé Publique France). Metoda izračuna kontinuirano se razvija na razini EU.

Kombinacija pet boja i slova počinje zelenim A i završava crvenim E te pokazuje hranjivu vrijednost namirnice. Veća je vjerojatnost da će, unutar određene grupe proizvoda, namirnica sa zelenim A doprinijeti zdravoj prehrani nego proizvod sa crvenim E. Općenito, Nutri-Score koristimo kao sveobuhvatni ključni pokazatelj s ciljem poboljšanja našeg prosječnog Nutri-Scorea. Nutri-Score poboljšavamo promjenom receptura proizvoda te razvojem asortimana sa zdravijim proizvodima biljnog podrijetla.

Nutri-Score smo već uveli u brojnim Lidlovim nacionalnim podružnicama unutar EU.

Naš cilj za označavanje hranjivosti

Lidl Hrvatska će postupno označavati proizvode vlastitih robnih marki skalom Nutri-Score.

Označavanje uvjeta uzgoja

Dobrobit i zaštita domaćih životinja važni su mnogim potrošačima. Kako bi naši kupci dobili jasne informacije, uvest ćemo označavanje uvjeta

uzgoja. To će biti stupnjeviti model za jednostavno prenošenje informacija o uvjetima uzgoja životinja izravno na pakiranju proizvoda.

Naš cilj za označavanje uvjeta uzgoja

Postupno ćemo uvesti oznaku uvjeta uzgoja svježe peradi i mesa te mlijeka na pakiranja proizvoda naših robnih marki.

Jamstvo sigurnosti hrane

Naš pristup

Sigurnost hrane temelj je naše strategije osviještene prehrane i zbog toga naše najznačajnije strateško područje. Lidlovo osiguranje kvalitete počinje izborom naših dobavljača.

Opće je pravilo da naši dobavljači imaju certifikat IFS (International Featured Standard) ili BRC (British Retail Consortium). S njima partnerski i blisko surađujemo kako bismo osigurali i poboljšali procese prerade i proizvodnje.

Provjerena kvaliteta – Lidlove robne marke temeljito se testiraju

Kako bismo zajamčili sigurnost, zakonsku sukladnost i kvalitetu prehrambenih proizvoda vlastitih robnih marki, neovisni akreditirani instituti provode redovite nenajavljene kontrole na licu mjesta i sustavna ispitivanja svih proizvoda vlastite robne marke. Osim kemijskih, mikrobioloških, fizikalnih i senzorskih parametara, provjeravaju se i deklaracije proizvoda. Tijekom stručnih degustacija, senzorsku kvalitetu proizvoda također provjeravaju i Lidlovi nabavljači te djelatnici Odjela osiguranja kvalitete. Osiguranje kvalitete upotpunjeno je redovitim degustacijama naših kupaca, koji nam pokazuju kako oni ocjenjuju proizvode. Poštujemo sljedeće načelo: što je namirnica osjetljivija i zahtijeva veću pažnju tijekom proizvodnje, transporta i prodaje, to je učestalije testiramo.

Standarde našeg osiguranja kvalitete također provjeravaju vanjski neovisni instituti. To znači da naše osiguranje kvalitete, među ostalim, zadovoljava kriterije ISO 9001:2015., što je tijekom godišnjeg

certifikacijskog audita potvrdio nacionalni ured SGS Adriatica, dio SGS grupacije.

Kako smanjujemo neželjene tvari u namirnicama

U dogovoru s našim dobavljačima, za mnoge neželjene tvari već smo postavili interne granične vrijednosti, prije nego što su one bile dogovorene na razini EU. To je slučaj, na primjer, s akrilamidom, 3-monokloropropandiolom, aromatskim ugljikovodicima mineralnog ulja, pirolizidinskim i tropan alkaloidima te transmasnim kiselinama. Naime, ne provjeravamo samo usklađenost s propisima o sigurnosti hrane, već vodimo računa i o novim saznanjima iz istraživanja, analiza ostataka i časopisa za potrošačke degustacije. Također smo u stalnom kontaktu sa stručnjacima u institutima za analiziranje. Ove specifikacije prenosimo našim dobavljačima u obliku osiguranih standarda kvalitete te dosljedno pratimo usklađenost.

Naš cilj za neželjene tvari u namirnicama

Smanjivanje kontaminata i ostataka znatno ispod zakonskih zahtjeva. Uz to, nastavljamo primjenjivati postojeće ciljeve.

Smanjivanje količine pesticida

Pesticidi se upotrebljavaju za zaštitu biljaka ili biljnih proizvoda od bolesti kao što su gljivične infekcije ili nametnici. Međutim, s time su povezani rizici za bioraznolikost i ljudsko zdravlje. Zbog toga europska strategija „Od polja do stola“, kao i „Strategija bioraznolikosti do 2030.“, zahtijevaju 50-postotno smanjenje upotrebe kemijskih pesticida. U Lidlu već dugo imamo ciljeve za redukciju pesticida koji daleko nadmašuju postojeće europske propise.

Naši ciljevi za smanjenje pesticida

1. Prodaja hrane bez ostataka koliko god je to moguće.
2. Dopušteno zadržavanje aktivnih sredstava do jedne trećine zakonski dopuštenih maksimalnih razina.
3. Ukupni postotni iznos svih ostataka pesticida može iznositi najviše 80% zakonski dopuštene razine.
4. Ukupno se na prehrambenim proizvodima mogu otkriti najviše četiri ostatka aktivnih sredstava.



PREGLED CILJEVA ZA OSVIJEŠTENU PREHRANU

POZADINA:

Hrana trenutačno troši 55% planetarnih bioloških kapaciteta - više od polovice zemaljske kugle.¹ Osim na okoliš, hrana uvelike utječe i na naše zdravlje. Trećina prijevremenih smrti u Europi i Sjevernoj Americi mogla bi se spriječiti zdravom prehranom.²

IZAZOV:

ODRŽIVA I ZDRAVA PREHRANA

Planetarna zdrava prehrana znanstvena je podloga za globalnu promjenu prehrane.³ Kad bi svi slijedili pretežito biljnu prehranu, oko 10 milijardi ljudi moglo bi se zdravo hraniti do 2050. bez preopterećivanja planeta.

CILJ:

Naš je cilj **do 2025. našim kupcima ponuditi najbolji asortiman za osviješten i održiv način života**. Pritom je temelj sigurnost hrane. Postavljenjem ciljeva za zdravu i održivu prehranu, želimo podržati promjenu prehrambenih sustava.

¹ <https://www.overshootday.org/newsroom/press-release-july-2022-german/>

² <https://globalnutritionreport.org/reports/2021-global-nutrition-report/health-and-environmental-impacts-of-diets-worldwide/>

³ https://eatforum.org/content/uploads/2019/07/EAT-Lancet_Commission_Summary_Report.pdf

SIGURNOST HRANE



SMANJIVANJE NEŽELJENIH TVARI

U tijeku Smanjivanje kontaminata i ostataka znatno ispod zakonskih zahtjeva.

SMANJIVANJE KOLIČINE PESTICIDA

U tijeku Prodaja hrane bez ostataka koliko god je to moguće

Dopušteno zadržavanje aktivnih sredstava do jedne trećine zakonski dopuštenih maksimalnih razina

Ukupni postotni iznos svih ostataka može iznositi najviše 80% zakonski dopuštene razine

Ukupno se mogu otkriti najviše četiri ostatka aktivnih sredstava

ZDRAVA PREHRANA



MARKETING USMJEREN DJECI

Odmah Promoviramo oglašavanje zdrave i održive prehrane za djecu

Od 2023. Bez oglašavanja nezdravih proizvoda vlastite robne marke usmjerenog djeci

Do kraja 2025. Dječji dizajn na pakiranjima naših robnih marki samo ako ispunjavaju kriterije WHO-a za zdravu hranu
Iznimke: Božić, Uskrs, Halloween

CJELOVITE ŽITARICE I VLAKNA

Do kraja 2023. Analiza asortimana radi proširenja ponude proizvoda od cjelovitih žitarica

Do 2025. Postupno povećanje udjela cjelovitih žitarica u proizvodima naših robnih marki

Postizanje transparentnosti dodavanjem informacija o udjelu vlakana na proizvodima naših robnih marki

ZDRAVE MASNOĆE I ULJA

U tijeku Povećanje udjela visokokvalitetnih i održivih biljnih ulja u proizvodima naših robnih marki, po mogućnosti iz regionalnih izvora

MANJE ŠEĆERA I SOLI

Do kraja poslovne god. 2025. Smanjivanje prodajnog ponderiranog prosječnog udjela dodanog šećera i soli u asortimanu vlastite robne marke za 20%

ADITIVI

U tijeku Upotreba prirodnih sastojaka umjesto aditiva

Redukcija bojila, prestanak korištenja azo boja, kinolin žute i zelene S boje

Umjerena upotreba aroma, uključujući veganske alternative

Bez općeg dodavanja vitamina i minerala

Smanjenje i izbjegavanje dodavanja konzervansa, uzimajući u obzir sigurnost hrane

ODRŽIVA PREHRANA



BILJNI IZVORI PROTEINA

Od poslovne godine 2023. Strategija za proteine: U Izvješću o održivosti transparentno ćemo komunicirati o udjelu životinjskih izvora proteina u odnosu na proteine biljnog podrijetla u našem asortimanu

Do 2025. Povećanje udjela biljnih izvora proteina u našem asortimanu

RAZVOJ ODRŽIVOG ASORTIMANA

U tijeku Ciljevi za sirovine objavljeni u Politici nabave za sirovine

Promoviranje lokalnih i sezonskih proizvoda (linije Okusi zavičaja, Okusi svoj zavičaj, Winemakers of Croatia i Meso hrvatskih farmera)

U tijeku Kontinuirano povećanje ponude organskih proizvoda

SMANJENJE OTPADA OD HRANE

Do 2030. Smanjenje otpada od hrane za 50%

TRANSPARENTNOST I KOMPETENCIJA



OZNAKE ODRŽIVOSTI

U tijeku Uspostavljanje dosljednog sustava održivosti na razini EU

NUTRI-SCORE

U tijeku Postupno označavanje proizvoda vlastitih robnih marki skalom Nutri-Score

UVJETI UZGOJA

U tijeku Uvođenje sustava označavanja uvjeta uzgoja svježe peradi i mesa te mlijeka vlastitih robnih marki

Pojmovnik



Pojmovnik

| | |
|---------------------------------|---|
| Energetska gustoća | Energetski sadržaj namirnice na 100 grama. Može se mjeriti u kilokalorijama (kcal) ili kilodžulima (kJ). Namirnice bogate vodom i dijetetskim vlaknima, poput većine voća i povrća, pretežno imaju nisku energetska gustoću. S druge strane, proizvodi koji sadrže mnogo šećera, masti ili škroba imaju visoku energetska gustoću. ³⁹ |
| Glukozno-fruktozni sirup | Šećerni sirup proizveden od škrobnih biljaka poput, primjerice, kukuruza, krumpira ili pšenice. U glukozno-fruktoznom sirupu udio fruktoze (voćnog šećera) je od 5 do 50 posto. Taj je sirup veće slatkoće, ali se također često koristi za poboljšavanje topljivosti ili teksture. Prekomjerni unos fruktoze može povećati rizik od pretilosti, dijabetesa, metaboličkih poremećaja i kardiovaskularnih bolesti. ⁴⁰ |
| Nutri-Score | Kako bi potrošači mogli donijeti informirane odluke o potrošnji, postoje različite oznake za hranjive vrijednosti namirnica. U to se ubraja i Nutri-Score. Ovaj sustav koristi obilježja u obliku semafora – od zelenog slova A do crvenog slova E – čime se ukazuje na hranjivu vrijednost proizvoda. ⁴¹ |

³⁹ Savezno ministarstvo za prehranu i poljoprivredu: Prehrambeni kompas, 2019.

⁴⁰ Udruga žitne, mlinske i škrobne industrije (VGMS): Glukozno-fruktozni sirup, bez godine

⁴¹ Savezno ministarstvo za prehranu i poljoprivredu: Nutri Score, bez godine

Izvori & poveznice



Izvori i poveznice

Asa Stenmarck, Carl Magnus Jensen, Tom Quedsted/Research Gate:
Estimates of European food waste levels, 2016.

https://www.researchgate.net/figure/Split-of-EU-28-food-waste-in-2012-by-sector-includes-food-and-inedible-parts-associated_fig1_301216380

(Verzija: 06.10.2022.)

Savezno ministarstvo za prehranu i poljoprivredu (Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, BMEL):

Kompas za prehranu (Kompass Ernährung), bez godine

<https://www.bmel.de/DE/service/publikationen/kompass-ernaehrung/kompass-ernaehrung.html>

(Verzija: 06.10.2022.)

Savezno ministarstvo za prehranu i poljoprivredu (Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, BMEL):

Nutri-Score, bez godine

https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/lebensmittel-kennzeichnung/freiwillige-angaben-und-label/nutri-score/nutri-score_node.html

(Verzija: 20.04.2022.)

Nacionalni program “Živjeti zdravo”
O projektu, 2022.

<https://zivjetizdravo.eu/>

(Verzija: 15.11.2022.)

Dr. med. Peter von Philipsborn/Savezna unija organizacija i udruga potrošača (Verbraucherzentrale Bundesverband):

Namirnice primamljivog izgleda za djecu i njihovo oglašavanje (Lebensmittel mit Kinderoptik und deren Bewerbung), 2021.

https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/2021/02/16/vzbv_philipsborn_bericht_kinder_marketing_2021-02.pdf

(Verzija: 06.10.2022.)

Global Footprint Network:

Earth Overshoot Day 2022: Ministar za zaštitu okoliša Ekvadora poziva na djelovanje: “Iskoristimo našu ekološku snagu kako bismo oblikovali našu budućnost”, 2022.

<https://www.overshootday.org/newsroom/press-release-july-2022-german/>

(Verzija: 06.10.2022.)

EAT Lancet Commission:

Food, Planet, Health, 2021.

https://eatforum.org/content/uploads/2019/07/EAT-Lancet_Commission_Summary_Report.pdf

(Verzija: 06.10.2022.)

Emma Calvert/The European Consumer Organisation:

Food marketing to children needs rules with teeth, 2021

https://www.beuc.eu/sites/default/files/publications/beuc-x-2021-084_food_marketing_to_children_needs_rules_with_teeth.pdf

(Verzija: 06.10.2022.)

Europska uprava za sigurnost hrane (Europäische Behörde für Lebensmittelsicherheit):

Posebno izdanje Eurobarometra 354: Rizici povezani s hranom (Eurobarometer Spezial 354: Lebensmittelrisiken), 2010.

[Eurobarometer Summary DE \(europa.eu\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=CELEX%3A52022SC0085)

(Verzija: 06.10.2022.)

European Commission:

Impact Assessment Report, 2022.

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX%3A52022SC0085>

(Verzija: 06.10.2022.)

European Commission:
Making our food fit for the future – Citizen expectations, 2020.

<https://europa.eu/eurobarometer/api/deliverable/download/file?deliverableId=73867>
(Verzija: 06.10.2022.)

European Environment Agency:
Consumption of meat, dairy, fish and seafood, 2017.

<https://www.eea.europa.eu/data-and-maps/indicators/13.2-development-in-consumption-of/assessment-1>
(Verzija: 06.10.2022.)

Eurostat – Statistics Explained:
Causes of death statistics, 2022.

[Causes of death statistics - Statistics Explained \(europa.eu\)](https://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&code=sdg-3-6.2)
(Verzija: 06.10.2022.)

Food and Agriculture Organization of the United Nations:
GLEAM 3.0 Assessment of greenhouse gas emissions and mitigation potential, 2017.

<https://www.fao.org/gleam/results/en/>
(Verzija: 06.10.2022.)

Foodwatch – čuvari hrane (die Essensretter):
Priopćenje za medije – provjera tržišta: Animirani likovi gotovo isključivo reklamiraju brzu hranu – „Pčelica Maja“ i „Wickie“ mame djecu da jedu nezdravo (Pressemitteilung – Marktcheck: Comic-Figuren werben fast ausschließlich für Junkfood – „Biene Maja“ und „Wickie“ verleiten Kinder zu ungesunder Ernährung), 2015.

<https://www.foodwatch.org/de/pressemitteilungen/2015/pressemitteilung-marktcheck-comic-figuren-werben-fast-ausschliesslich-fuer-junkfood-biene-maja-und-wickie-verleiten-kinder-zu-ungesunder-ernaehrung/>
(Verzija: 06.10.2022.)

Geng Zong, Alisa Gao, Frank B. Hu, Qi Sun:
Whole Grain Intake and Mortality From All Causes, Cardiovascular Disease, and Cancer: A Meta-Analysis of Prospective Cohort Studies, 2016.

<https://www.ahajournals.org/doi/full/10.1161/CIRCULATIONAHA.115.021101>
(Verzija: 06.10.2022.)

George A Bray, Samara Joy Nielsen, Barry M Popkin/The American Journal of Clinical Nutrition:
Consumption of high-fructose corn syrup in beverages may play a role in the epidemic of obesity, 2022.

<https://www.efsa.europa.eu/en/topics/topic/food-additive-re-evaluations>
(Verzija: 06.10.2022.)

Global Nutrition Report:
What we eat matters: Health and environmental impacts of diets worldwide, 2021.

<https://globalnutritionreport.org/reports/2021-global-nutrition-report/health-and-environmental-impacts-of-diets-worldwide/>
(Verzija: 06.10.2022.)

Hannah Ritchie/Our World in Data:
Cutting down forests: what are the drivers of deforestation?, 2021.

<https://ourworldindata.org/what-are-drivers-deforestation>
(Verzija: 06.10.2022.)

J. Aulakh, A. Regmi:
Post-harvest food losses estimation: development of consistent methodology, 2013.

(Verzija: 06.10.2022.)

Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja:

Rezultati statističkog istraživanja o otpadu od hrane u Republici Hrvatskoj, 2022.

[Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja Republike Hrvatske - Predstavljani rezultati statističkog istraživanja o otpadu od hrane u Republici Hrvatskoj \(gov.hr\)](#)

(Verzija: 04.01.2022.)

James J DiNicolantonio, Ashwin M Subramonian, James H O`Keefe:

Added fructose as a principal driver of non-alcoholic fatty liver disease: a public health crisis, 2017.

[Added fructose as a principal driver of non-alcoholic fatty liver disease: a public health crisis | Open Heart \(bmi.com\)](#)

(Verzija: 06.10.2022.)

Leonie Elizabeth, Priscila Machado, Marit Zinöcker, Phillip Baker, Mark Lawrence:

Ultra-Processed Foods and Health Outcomes: A Narrative Review, 2020.

[Ultra-Processed Foods and Health Outcomes: A Narrative Review - PMC \(nih.gov\)](#)

(Verzija: 06.10.2022.)

Loreen Kloss, Julia Meyer, Lutz Graeve, Walter Vetter:

Sodium intake and its reduction by food reformulation in the European Union – A review, 2015.

[\(PDF\) Sodium intake and its reduction by food reformulation in the European Union – A review \(researchgate.net\)](#)

(Verzija: 06.10.2022.)

Institut Max Rubner:

Nutritivno-fiziološka procjena i učinci konzumiranja izoglukoze na zdravlje ljudi (Ernährungsphysiologische Bewertung und Auswirkungen des Isoglukosekonsums auf die menschliche Gesundheit), bez godine

[Isoglukose Ernährungsphysiologische Bewertung.pdf \(bund.de\)](#)

(Verzija: 06.10.2022.)

MD Dr PH Dariush Mozaffarian:

Dietary fat, 2022.

<https://www.uptodate.com/contents/dietary-fat>

(Verzija: 06.10.2022.)

Organisation for Economic Co-operation Development:

Agricultural Outlook 2021-2030, 2022.

https://www.oecd-ilibrary.org/agriculture-and-food/sugar-projections-consumption-per-capita_4ad4cf3a-en

(Verzija: 06.10.2022.)

PD Dr. Tobias Effertz/Sveučilište u Hamburgu:

Oglašavanje nezdravih proizvoda namijenjeno djeci na internetu i televiziji (Kindermarketing für ungesunde Lebensmittel in Internet und TV), 2021.

<https://www.bwl.uni-hamburg.de/irdw/dokumente/kindermarketing2021effertzunihh.pdf>

(Verzija: 06.10.2022.)

Prof Christopher J L Murray/University of Washington:
Health effects of dietary risks in 195 countries, 1990-2017: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study, 2017.

[Health effects of dietary risks in 195 countries, 1990-2017: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2017 - PMC \(nih.gov\)](https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/35222222/)
(Verzija: 06.10.2022.)

P.W. Gerbens-Leenes, M.M. Mekonnen, A.Y. Hoekstra:
The water footprint of poultry, pork and beef: A comparative study in different countries and production systems, 2013.

https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212371713000024?_ga=2.8553269.1801499850.1659819119-2140775266.1659819118
(Verzija: 06.10.2022.)

Statista:
Distribution of land use for food production worldwide as of 2019, 2021.

<https://www.statista.com/statistics/1260751/global-land-footprint-of-food-production-by-type/>
(Verzija: 06.10.2022.)

Udruga žitne, mlinarske i škrobne industrije (Verband der Getreide-, Mühlen-, und Stärkewirtschaft (VGMS) e.V.):
Glukozno-fruktozni sirup (Glukose-Fruktose-Sirup), bez godine

<https://www.vgms.de/staerkeindustrie/lebensmittel/staerkebasierte-zucker/glukose-fruktose-sirup>
(Verzija: 06.10.2022.)

World Health Organization:
Diabetes, 2022.

[Diabetes \(who.int\)](https://www.who.int/diabetes)
(Verzija: 06.10.2022.)

World Food Programme:
5 facts about food waste and hunger, 2020.

<https://www.wfp.org/stories/5-facts-about-food-waste-and-hunger>
(Verzija: 06.10.2022.)

World Health Organization:
Digital food environments, 2021.

<https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/342072/WHO-EURO-2021-2755-42513-59052-eng.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
(Verzija: 06.10.2022.)

World Health Organization:
Nutrition: Trans fat, 2018.

<https://www.who.int/news-room/questions-and-answers/item/nutrition-trans-fat>
(Verzija: 06.10.2022.)

World Health Organization:
Salt Intake, 2022.

<https://www.who.int/data/gho/indicator-metadata-registry/imr-details/3082>
(Verzija: 06.10.2022.)

World Health Organization:

WHO calls on countries to reduce sugars intake among adults and children, 2015.

<https://www.who.int/news/item/04-03-2015-who-calls-on-countries-to-reduce-sugars-intake-among-adults-and-children#:~:text=A%20new%20WHO%20guideline%20recommends,would%20provide%20additional%20health%20benefits>

(Verzija: 06.10.2022.)

World Health Organization:

WHO Regional Office for Europe nutrient profile model, 2015.

https://www.euro.who.int/_data/assets/pdf_file/0005/270716/Nutrient-children_web-new.pdf

(Verzija: 06.10.2022.)

WWF:

Na tragu ulja: Proračuni za svijet bez palminog ulja (Auf der Ölspur: Berechnungen zu einer palmölfreieren Welt), 2016.

[WWF-Studie_Auf_der_Ölspur.pdf](#)

(Verzija: 06.10.2022.)

Izvori fotografija

Naslovna stranica

marilyn barbone, stock.adobe.com



Kontakt

Lidl Hrvatska
Ljudevita Posavskog 53
Velika Gorica

Dodatne reference za CSR

www.lidl.hr
[tvrtka.lidl.hr/drustveno-odgovorno-
poslovanje/](http://tvrtka.lidl.hr/drustveno-odgovorno-poslovanje/)

Obavijest o autorskom pravu

Sadržaj ovog dokumenta (tekstovi, grafički prikazi, fotografije, logotipi itd.) kao i sam dokument zaštićeni su autorskim pravom. Nije dopušteno prosjeđivanje, preinačavanje, objavljivanje, prevođenje niti kopiranje ovog dokumenta i/ili njegova sadržaja bez pisanog dopuštenja tvrtke Lidl Hrvatska.

Obavijest o ravnopravnosti spolova

Radi bolje čitljivosti, u ovoj publikaciji se za označavanje osoba i ključne riječi povezane s osobama koriste oblici u muškom rodu. Odgovarajući pojmovi načelno se ravnopravno odnose na sve rodove. Skraćeni oblik jezika koristi se samo iz redakcijskih razloga i nema nikakvu vrijednost.