

Živjeti održivo, svaki dan.

U fokusu:
**Mijenjamo
kako i što
jedemo**

LDC Križ
odraz je naše
klimatske strategije

**Natalija Šoša,
Ekos Cakes:**
“Važno nam je
da poslujemo
odgovorno
prema planetu”

**Magazin o
održivosti
2024.**

Lidl Hrvatska



Isplati se.

Sadržaj

3

Uvodna riječ
predsjednika
Uprave

4

Održivost u svim
aspektima naših
utjecaja na okoliš i
društvo



8

LDC Križ odraz je
naše klimatske
strategije



11

Mijenjamo kako
i što jedemo



U fokusu

17

Pravilnim
kretanjem
do zdravlja



18

Lidl YOU: gdje
održivost postaje
zajednička
odgovornost

24

Pametno korištenje
resursa i kružna
rješenja



21

Ekos Cakes: Važno
nam je da poslušemo
odgovorno prema
planetu

Natalija Šola

YOU
empowered by
#teamlidl





Uvodna riječ predsjednika Uprave **Gradimo poslovanje na stupovima odgovornosti**

Mislim da se nitko neće iznenaditi kad kažem da je Lidlova strategija u svom temelju jednostavna: pružiti visokokvalitetne proizvode po najboljoj vrijednosti na hrvatskom tržištu. Međutim, jednako je važno i kako to postićemo. U tome se oslanjamo na vrijednost koju stvaraju domaći proizvođači, na uslugu koju svakodnevno kupcima pružaju naši zaposlenici, ali i na rastuće zahtjeve kupaca u pogledu održivih proizvoda i odgovornog poslovanja.

S 20 godina prisutnosti u Hrvatskoj, Lidl je jedan od najvećih maloprodajnih lanaca koji svaki tjedan uslužuje više od 1,2 milijuna kupaca u više od stotinu trgovina. Ipak, naša snaga stavlja u poziciju lidera ne samo po stvorenoj vrijednosti; ona od nas zahtijeva odgovornost da predviđamo i upravljamo svim učincima svog poslovanja na okoliš i ljude. Za nas to znači odgovorno djelovanje, vođenje primjerom, nastojanje da smanjimo negativne i uvećamo pozitivne utjecaje na okoliš i zajednice uz istovremenu suradnju sa svim našim dionicima.

Iz godine u godinu naš utjecaj i napredak rastu. Gradimo poslovanje na našim ključnim stupovima odgovornosti, pratimo utjecaj i potičemo odgovorni napredak u skladu s obvezama koje smo si postavili te kratkoročnim i dugoročnim ciljevima.

Na stranicama koje slijede bavimo se bitnim temama naše održivosti i napretkom koji smo ostvarili u njihovoj realizaciji kroz 2024. godinu. Vjerujem da će vam neke od ovih priča već biti poznate, ali i da ćete otkriti još mnogo toga o tome kako u Lidlu svakodnevno brinemo o dobrobiti svih nas i našeg planeta.



**“Vjerujemo da je
naša odgovornost
izgraditi uspješnu i
održivu budućnost,
ne samo za Lidl,
već i za sve one na
koje svojim radom
utječemo.”**

Boris Lozić,
predsjednik Uprave Lidla Hrvatska

Strategija društveno odgovornog poslovanja

Održivost u svim aspektima naših utjecaja na okoliš i društvo

Područja djelovanja naše strategije odgovornog poslovanja

Održavamo trajan otvoren dijalog s našim bitnim partnerima, zaposlenicima i kupcima kako bismo ih povelili na naš put prema održivosti.

Kroz šest područja djelovanja naše CSR strategije, svojim aktivnostima izravno doprinosimo rješavanju globalnih izazova i ispunjavanju ciljeva održivog razvoja odnosno programa Ujedinjenih naroda za bolju i održiviju budućnost do 2030. godine.



Zaštita klime

Naš glavni cilj je neto nulta stopa emisija stakleničkih plinova do 2050. godine - Net Zero znači da ćemo smanjiti svoje emisije stakleničkih plinova što je moguće bliže nuli i na taj način dati značajan doprinos zaštiti našeg planeta.

Što činimo:

Obnovljiva energija: kupujemo 100% certificirane energije iz obnovljivih izvora, a dodatno proširujemo vlastitu proizvodnju električne energije iz fotonaponskih sustava.

Održiva logistika: koristimo električni kamion i oslanjamo se na učinkovitu logistiku isporuke kako bismo dodatno smanjili svoje emisije CO₂.

Održiva gradnja: naše nove trgovine, skladišta i upravne lokacije grade se prema visokim okolišnim standardima.

Širimo asortiman biljnih proizvoda:

povećavamo prodaju proizvoda biljnog podrijetla za 20%, nudeći kupcima održiviju alternativu životinjskim proizvodima.

Suradnja s dobavljačima:

budući da je odgovornost za 98% emisija koje se odnose na proizvode u rukama naših dobavljača, usko surađujemo s njima i pomažemo onim najvećima, koji su odgovorni za 75% tih emisija, da postave klimatske ciljeve prema kriterijima Science Based Targets initiative.





Poštivanje
bioraznolikosti

Poštivanje bioraznolikosti

Potičemo zaštitu i održivost biološke raznolikosti. Osiguravamo da u našim lancima opskrbe nema krčenja šuma, prenamjena zemljišta i neodgovornog korištenja ovog prirodnog resursa kad je riječ o uzgoju sirovina poput soje, palminog ulja, kakaa, celuloze, govedine i kave.

Što činimo:

Očuvanje šuma: nabavljamo isključivo sirovine iz uzgoja bez krčenja šuma i prenamjene zemljišta.

Održivi proizvodi: certificiramo kritične sirovine u našim proizvodima, poput ribe, kave, kakaa, riže ili soje, kako bismo bili sigurni da dolaze iz proizvodnje koja uzima u obzir utjecaje na okoliš, kao i ljudska i radna prava.

Manje zaštitnih sredstava: voće i povrće u našoj ponudi sadržava tripot niže razine pesticida od zakonski dopuštenih količina.

Održive poljoprivredne prakse: svi naši dobavljači povrća, voća, cvijeća i bilja nose certifikate GlobalG.A.P. i GRASP.

Čuvamo izvore naše budućnosti: podupiremo akcije čišćenja vodotokova i speleoloških objekata od otpada te educiramo mlade u suradnji s inicijativom Čisto podzemlje i Hrvatskom gorskom službom spašavanja.



Očuvanje
resursa

Očuvanje resursa

Ambiciozni smo u očuvanju i odgovornom korištenju svih resursa, bilo da je riječ o sirovinama za prehrambene proizvode, o materijalima koji čine našu ambalažu ili otpadu koji nastaje u našim procesima.

Što činimo:

Fokus na plastiku: predano radimo na smanjenju potrošnje plastike u svom poslovanju te pronalaženje reciklabilnijih materijala za ambalažu naših proizvoda.

Hrana nije otpad: u suradnji s bankama hrane Crvenog križa te Caritasom brinemo o tome da se hrana ne baca.



Poticanje
zdravlja

Poticanje zdravlja

Pomažemo našim kupcima i zaposlenicima da žive i rade zdravije. Potičemo osviještenu prehranu, zasnovanu na namirnicama biljnog podrijetla i cjelovitim žitaricama, te smanjujemo udjele šećera, soli i masnoća u našim proizvodima.

Što činimo:

Zdrava i uravnotežena prehrana za sve dobi i životne stilove: povećavamo ponudu biljnih prehrambenih proizvoda te cjelovitih žitarica u našem asortimanu; smanjujemo udjele šećera i soli u pićima, slasticama i grickalicama te suhomesnatim i pekarskim proizvodima.

Nutri-Score: na naše proizvode sukcesivno dodajemo informaciju o sastavu i nutritivnoj vrijednosti.

Odgovorno prema djeci: pazimo na odgovorno oglašavanje naših proizvoda najmlađima.

Potičemo osviještenu prehranu, zasnovanu na namirnicama biljnog podrijetla i cjelovitim žitaricama, te smanjujemo udjele šećera, soli i masnoća u našim proizvodima.



Pošteno
postupanje

Pošteno postupanje

Poboljšavamo uvjete života i rada osoba na koje utječe naše poslovanje, počevši od naših zaposlenika do naših dobavljača i zaposlenih u našim opskrbnim lancima. Kreiramo poželjna radna mjesta koja potiču profesionalni napredak te njeguju uključivost i poštovanje za sve. Potičemo lokalnu proizvodnju te joj otvaramo vrata novih tržišta.

Što činimo:

Dobro mjesto za rad: oblikujemo radno iskustvo naših zaposlenika podržavajući ih u njihovom razvoju i rastu, vodeći brigu o raznolikosti, uključivosti te ravnoteži poslovnog i privatnog života.

Okusi zavičaja: povećavamo udjel proizvoda domaćih proizvođača te im pružamo priliku da predstavljaju svoje proizvode u Hrvatskoj i Europi.



Klima i energetska učinkovitost

LDC Križ odraz je naše klimatske strategije

Svaki ugljični otisak je poput otiska prsta, specifičan za organizaciju. Kad govorimo o emisijama i našoj potrošnji energije, najznačajniji utjecaj imaju naše nekretnine – trgovine, skladišta i zgrade. Zato u gradnji i opremanju posebnu pažnju pridajemo značajkama energetske učinkovitosti, poput korištenja zelene energije, LED rasvjete ili zamjene rashladnih sredstava onim okolišno učinkovitijima.

Upravo je u 2024. godini realizirano veliko ulaganje, gradnja trećeg i najvećeg Lidlovog logističko-distributivnog centra u Križu, koja je pokazala što se sve može uzeti u obzir kako bi se smanjio ugljični otisak objekta u kojem su svakodnevne potrebe za energijom značajne.

LDC Križ u brojevima:

kapacitet

39.000

paleta

167.000 m²

površine

127 milijuna
eura ulaganja



„Skladište smo opremili energetske učinkovitim sustavima i najmodernijom tehnološkom opremom poput automatike za upravljanje temperaturom i rasvjetom u skladištu koja osigurava minimalnu potrošnju energije. Fotonaponski sustav na krovu centra proizvodi 487 MWh zelene električne energije godišnje što iznosi oko 9% ukupnih godišnjih potreba centra za električnom energijom. Kao izvor topline u cijelom se objektu koristi otpadna toplota iz rashladnog sustava čime se izbjegava dodatna potrošnja energije za grijanje. S više od 130 električnih viličara i dvije punionice za električna vozila, izbjegavamo sagorijevanje fosilnih goriva

u radu skladišta i smanjujemo naš ugljični otisak. Ovaj je objekt, kao i svi drugi naši objekti, nositelj certifikata prema normi ISO 50001, koji potvrđuje upravljanje prema načelima energetske učinkovitosti“, kaže **Igor Filipović**, voditelj sektora Nekretnina u Lidlu.

Vrijedi spomenuti da su 107 Lidlovih trgovina, dva logističko-distributivna centra i upravna zgrada nositelji certifikata EDGE (Excellence in Design for Greater Efficiencies) za energetske učinkovitost u gradnji. Svaki novi Lidlov objekt podvrgava se ovoj certifikaciji pa i LDC Križ uskoro očekuje ovaj certifikat.



Igor Filipović



Slijedeći svoju klimatsku strategiju, Lidl International u svim zemljama u kojima posluje već bilježi značajna smanjenja emisija stakleničkih plinova u vlastitom poslovanju od 52 posto u odnosu na 2019. godinu.

„Jedan od stupova naše klimatske strategije je korištenje energije iz obnovljivih izvora. Još od 2022. godine, kupujemo certificiranu energiju iz obnovljivih izvora*, a stalno proširujemo i proizvodnju vlastite električne energije. U 2024. godini u pogon su puštena dva nova fotonaponska sustava, a cilj je ugraditi ih na 35 posto zgrada u portfelju do 2030. godine“, nastavlja Igor.

*Uz izuzeće ugovora o kupnji na koje Lidl ne može utjecati, poput onih za pojedinačne zakupljene nekretnine s obavezujućom klauzulom o nabavi električne energije. Za više informacija posjetite www.gruenstrom.schwarz.

Emisije opsega 1 i 2

2030.
70% manje
u operativnim emisijama¹

Emisije opsega 3

do 2026.
Ciljevi za dobavljače
Dobavljači koji su odgovorni za 75% emisija postavljaju klimatski cilj prema kriterijima SBTi-ja do kraja 2026.

2034.
42,4% manje
emisija u poljoprivredi i šumarstvu do 2034?
35% manje
emisija u području energije i industrije do 2034?

Ugljične emisije

do 2050.
Vizija Net-Zero**
Obaveza smanjenja emisija stakleničkih plinova na net-zero duž cijelog našeg lanca vrijednosti.

Klimatska strategija

¹ Smanjenje u usporedbi s baznom godinom 2019.
² Smanjenje emisija opsega 3 FLAG + E&I u usporedbi s baznom godinom 2022.
^{**} Smanjenje emisija stakleničkih plinova za najmanje 90% do 2050. Preostale emisije su neutralizirane s ciljem postizanja net-zero.



Aktivnosti i mjere usmjerene na energetske učinkovitost u Lidlu ne staju na energiji iz obnovljivih izvora. Samo u 2024. godini prilagođavali smo sustave grijanja u pojedinim trgovinama, ugrađivali energetske učinkovitiju opremu i rasvjetu te prilagođavali temperaturu u rashladnim sustavima kako bismo smanjili potrošnju energije, istovremeno zadovoljavajući stroge uvjete čuvanja proizvoda. Svim tim mjerama ostvarili smo uštedu energije od 66.500 kWh u trgovinama te 157.000 kWh u skladištima tijekom 2024.

Korak dalje u razvoju elektromobilnosti

Osim korištenja čiste energije za poslovanje, potičemo i širenje njenog korištenja u prijevozu. Već godinama ulažemo u elektromobilnost razvojem i stalnim širenjem mreže punionica električnih vozila uz naše trgovine, kao jedan od elemenata klimatske strategije. Uz punionicu u logističko-distributivnom centru Križ, punionice za električna vozila ugrađene su uz 38 Lidlovih trgovina i upravnu zgradu u Velikoj Gorici, a samo u 2024. postavljeno je sedam novih punionica za električna vozila za naše kupce.

I u transportu vlastitih proizvoda nastojimo napraviti korake u ovom smjeru: u 2024. nabavili smo prvi električni kamion, koji proizvode dostavlja iz logističko-distributivnog centra u Jastrebarskom u trgovine u Zagrebu, što predstavlja jedinstveno rješenje za osiguranje opskrbe trgovina bez negativnog utjecaja na okoliš.

Radeći na ostvarenju naše klimatske strategije, svjesni smo da je naša tržišna snaga ujedno naša odgovornost da brinemo o svom utjecaju na klimu, ali i da pružamo primjer i dajemo poticaj svim kompanijama u razmišljanju o tome kako poslovati dobro i odgovorno. Naši su standardi gradnje, održavanja, rada s namjerom zahtjevniji jer nam omogućuju upravo to.

Podrška duž lanca vrijednosti

Osam hrvatskih dobavljača sudjeluje u programu treninga za prilagodbu vlastitog poslovanja postizanju znanstveno utemeljenih ciljeva za smanjenje utjecaja na klimatske promjene prema Science Based Targets initiative.

Ovi treninzi osiguravaju dobavljačima dobro razumijevanje naših potreba u postizanju klimatskih ciljeva, razvijanje kompetencija za izračun i upravljanje vlastitim emisijama, učinkovitije poslovanje i uštede te povećanu konkurentnost i reputaciju odgovorne organizacije.



Punionice u 2024.

46.271 punjenja

681 MWh električne energije iskorišteno za vožnju



U fokusu

Mijenjamo kako i što jedemo

U trgovinama gdje se do jučer odvajalo voće i povrće za otpis, danas se pakira hrana za donaciju. Kupci s polica uzimaju biljne zamjene za meso i mlijeko, uz recepte koji ih potiču da skuhamo nešto novo, a dobro za njih i za planet. Dok svakodnevna kupovina na prvi pogled izgleda isto, odvija se tihi, ali odlučan zaokret.

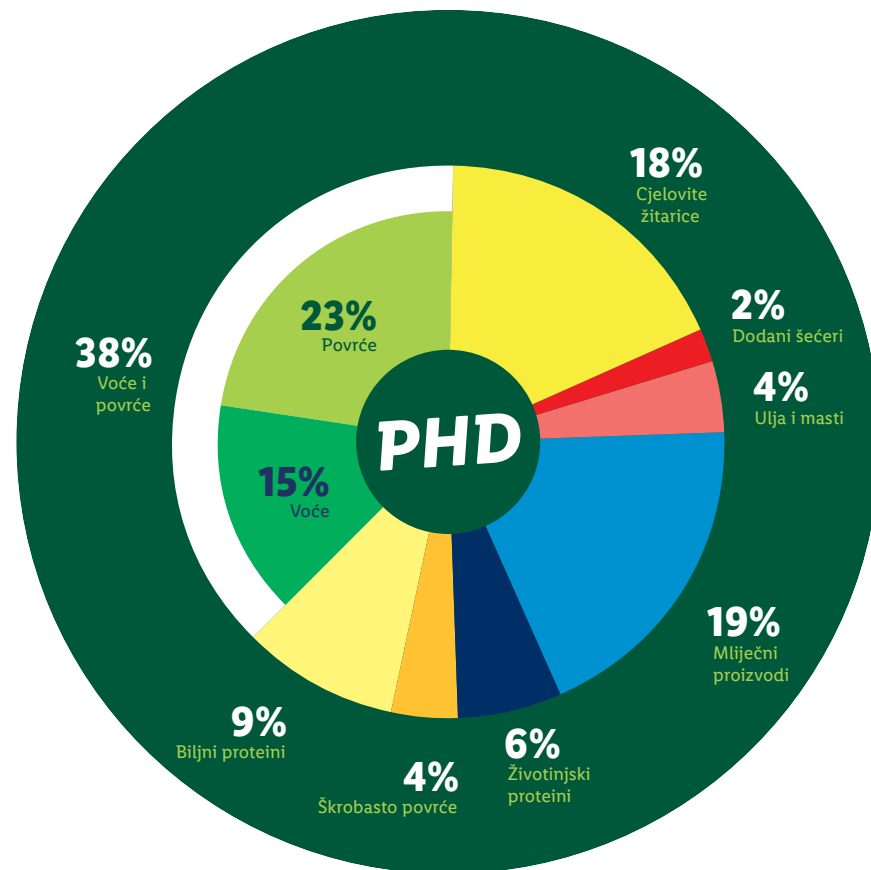
Trgovina prati nove navike i svijest kupaca, ali ih isto tako i oblikuje. U Lidlu znamo da je to i naša odgovornost.

Standardi održivosti na kojima poslujemo potiču nas na razmišljanje o tome što i kako jedemo kao društvo. U fokusu su stoga dva izazova našeg vremena: prehrana zdravija za ljude i održivija za planet s jedne te smanjenje bacanja hrane s druge strane. Kako to izgleda u praksi?



Prehrana budućnosti

Kada govorimo o osviještenoj prehrani, ne mislimo samo na ponudu proizvoda bez laktoze ili s manje šećera. Riječ je o promišljenom pristupu koji uzima u obzir utjecaj hrane na zdravlje ljudi, ali i na okoliš odnosno klimu. Inspiraciju crpimo iz koncepta tzv. planetarne zdrave prehrane (engl. Planetary Healthy Diet - PHD), globalnog znanstvenog okvira koji preporučuje prehranu bogatu biljnim proteinima, vlaknima i cjelovitim žitaricama, a s manje crvenog mesa i prerađene hrane.



Oznaka Nutri-Score na proizvodima Lidlovih robnih marki daje jednostavnu informaciju o hranjivosti proizvoda.



Do 2030. Lidl Hrvatska će:

Povećati prodaju proizvoda biljnog podrijetla za najmanje 20%

Osigurati da 20% izvora proteina u asortimanu budu biljni

Postići da barem 15% prodanih žitarica budu one cjelovitog zrna

Ovo nisu samo brojke. Na policama to znači više proizvoda poput biljnog jogurta, zamjena za meso na bazi proteina graška, cjelovitih rižinih pločica bez dodanog šećera ili grickalica koje doista mogu stajati iza riječi „zdravo“ jer imaju smanjen udjel soli ili šećera. Isto tako, to znači i više svježeg voća i povrća, naročito onog iz organskog uzgoja, te još šira ponuda mahunarki i orašastih plodova, kao cjelovitih namirnica s visokim udjelom bjelanjčevina.

Od 2015. godine u proizvodima naših robnih marki smanjen je udjel šećera za 33%, a soli za 22%.

Digitalna verzija biljne kuharice preuzeta je više od **42.000** puta

„Najprodavaniji proizvodi su Bio tofu, Bio napitak od badema i Bio napitak od zobi te namaz od povrća“, naglašava **Ana Vuković Obadić**, Lidlova voditeljica odjela Programi i standardi u sektoru Kvalitete i održivosti. „Prodaja Vemondo proizvoda nam raste iz godine u godinu i vidljiv je sve veći interes kupaca, a mi stalno nastojimo optimizirati asortiman u skladu s tržišnim i prodajnim trendovima, ali i željama naših kupaca“.

39 pojedinačnih proizvoda trenutno je dostupno pod brendom Vemondo



Ana Vuković Obadić



Uz to što već godinama razvijamo vlastitu marku Vemondo, brend biljnih proizvoda na bazi povrća i bjelanjčevina iz graška, pšenice i soje, organiziramo i edukativne kampanje. Jedna od njih je digitalna kuharica nastala u suradnji s Prijateljima životinja, „Biraj biljno, jedi fino“, s biljnim receptima koji su podjednako ukusni koliko i održivi.



Luka Oman

„Mnogi su ljudi, potaknuti sadržajem kuharice, počeli razmišljati o tome kako svojim prehranbenim izborima mogu doprinijeti ublažavanju klimatskih promjena. Ova kuharica ne nudi samo recepte, već i važne informacije o utjecaju

prehrane na okoliš, uključujući konkretne usporedbe emisija CO₂ za biljna i životinjska jela. Takav pristup pomaže osvijestiti koliko je biljna prehrana povezana s klimatskom krizom i koliko naš tanjur, odnosno biranje biljnih namirnica, može postati alat pozitivne promjene. Uzgoj biljne hrane, naime, koristi daleko manje tla i resursa u odnosu na stočarsku industriju, što znači da biljni izbori pomažu i u borbi protiv gladi u svijetu, krčenja šuma i izumiranja vrsta“, ističe **Luka Oman**, predsjednik udruge Prijatelji životinja.

Znanje o koristima biljne prehrane nije jedini projekt ovakvog tipa, jer smo se okrenuli partnerstvima s udrugama i platformama usmjerenim na različite populacije i njihove prehranbene potrebe. Primjerice, u suradnji s udrugom CeliVita provodimo projekte usmjerene na poboljšanje dostupnosti i označavanja bezglutenskih proizvoda. Ovom suradnjom Lidl kontinuirano proširuje svoj asortiman proizvoda pogodnih za osobe s celijakijom, uz jasno označene

deklaracije i pristupačne cijene, te dodatno informira kupce posebnim lecima i online sadržajima.

Neprestanim širenjem asortimana osvijestene prehrane omogućujemo raznovrsnu ponudu proizvoda za različite životne stilove. Tako imamo i bogatu ponudu bezglutenskih proizvoda, a zahvaljujući suradnji s udrugom CeliVita, dio tog asortimana uvršten je u Registar bezglutenskih proizvoda koji oboljelima od celijakije olakšava snalaženje prilikom kupnje bezglutenskih namirnica.



Amalija Jurjević Delišimunović

„O važnosti Registra najbolje svjedoče brojke. U razdoblju naše suradnje s Lidlom, Registar je koristilo 50.000 aktivnih korisnika koji su ga ukupno otvorili 280.000 puta. Osim toga, naša je suradnja usmjerena na podizanje svijesti o celijakiji i bezglutenskoj prehrani te

stvaranju inkluzivnog društva za osobe na medicinski uvjetovanoj bezglutenskoj prehrani.

Lidl nas je tako podržao u organizaciji prve javnozdravstvene akcije „Ni u trgovinama“ održane u svibnju 2024., a suradnja se nastavlja i dalje“, kaže **Amalija Jurjević Delišimunović**, predsjednica udruge CeliVita.

A zato što se zdrave navike razvijaju od malih nogu, u okviru edukativnog programa „Abeceda zdravog odrastanja“, surađujemo s edukacijskom platformom Mliječni Zub kako bismo djeci i roditeljima približili važnost uravnotežene prehrane od najranije dobi. „Ovaj edukativno-razvojni projekt smo u prošloj pedagoškoj godini proveli u 115 odgojnih skupina

dječjih vrtića širom Hrvatske te je u njemu sudjelovalo 2.500 djece, koja su učila o osnovama zdrave prehrane te usvojila nove, zdravije prehrambene navike, uz suradnju s roditeljima i lokalnom zajednicom“, ističe **Daniela Kos**, predsjednica udruge Mliječni Zub.



Daniela Kos

„Pozitivne informacije iz vrtića i velik broj zaista kvalitetnih projektnih radova djece u suradnji s odgojiteljima opravdali su zajednički cilj suradnje – osvještavanje djece, roditelja i stručnjaka o važnosti ove teme od malih nogu. Stoga nas posebno veseli nastavak suradnje s Lidlom i u novoj pedagoškoj godini, kada će nam zajednički fokus biti na temi održive prehrane i očuvanju okoliša“, zaključuje Kos.

No to nije jedini projekt odgovornosti koji smo pokrenuli s dobrobiti djece na umu: prilagođavamo ambalažu svojih proizvoda na način da ih uskladimo sa smjernicama Svjetske zdravstvene organizacije te našim internim smjernicama o zdravoj prehrani, uklanjajući elemente privlačne djeci kako bismo onemogućili oglašavanje nezdravih namirnica mlađima od 14 godina.



Mame su nam uvijek govorile „jedi da se ne baci“, a upravo u Hrvatskoj se godišnje baci više od 280.000 tona hrane ili čak nevjerojatnih 71 kilogram hrane po stanovniku¹. Trgovina tu može igrati jednu od ključnih uloga i zato u Lidlu razvijamo suradnju s udrugama i humanitarnim organizacijama kako bismo umanjili količinu bačene hrane, ali i pomogli onima kojima ona nije jednostavno dostupna.

U travnju 2024., pokrenuli smo suradnju s Crvenim križem Zagreb, prvim koji je u Hrvatskoj osnovao banku hrane, središnje mjesto za organizirano i dugotrajno prihvaćanje, skladištenje i distribuciju hrane između donatora i posrednika. Suradnja je u listopadu iste godine proširena i na Crveni križ Osijek, a danas surađujemo sa svim bankama hrane u Hrvatskoj. Uz banke hrane Crvenog križa u Zagrebu i Osijeku, tu su banke u Čakovcu, Karlovcu, Koprivnici, Požegi i Virovitici te Banka hrane udruge Duga iz Vukovara. U Lidlu na ovom projektu surađujemo i s Caritasom Zagrebačke nadbiskupije i Caritasom Sisačke

¹Izvor: MINGOR, 2021.



Donacije bankama hrane

Crveni križ Zagreb
(travanj-prosinac 2024.):

64.468^{*} kg

Crveni križ Osijek
(listopad-prosinac 2024.):

5.845^{} kg**

**svježeg voća i povrća te
pekarskih proizvoda**

biskupije te gradskim društvima Crvenog križa u Daruvaru, Krapini, Slatini, Županji i Varaždinu. Kako izgleda ta suradnja? Svježe pekarske proizvode bez punjenja te svježe voće i povrće koje na kraju radnog dana više nije prikladno za prodaju u odabranim Lidl trgovinama, ali i dalje je sigurno za konzumaciju, svakim radnim danom od utorka do petka doniramo partnerima, koji zatim proizvode izravno ili uz pomoć posrednika dijele socijalno ugroženim građanima.



Ivica Golubić

Do rujna 2025. godine, suradnja s bankama hrane Crvenog križa i Caritasom, proširena je na dodatne Lidl trgovine diljem Hrvatske, njih ukupno 40, što čini skoro trećinu svih trgovina u Hrvatskoj, s namjerom da ove donacije proširimo na sve naše trgovine.

Ravnatelj Gradskog društva Crvenog križa Zagreb **Ivica Golubić** naglašava važnost ove suradnje. „Zahvaljujući redovitim donacijama, povećali smo broj dnevnih donacija i osigurali stabilniju opskrbu hranom, što nam omogućuje pružanje kvalitetnijih i raznovrsnijih paketa pomoći našim korisnicima, socijalno ugroženim građanima i obiteljima na rubu

^{*}Izvor: Gradsko društvo Crvenog križa Zagreb

^{**}Izvor: Gradsko društvo Crvenog križa Osijek

siromaštva, kojima ova pomoć često znači sigurniji obrok i osjećaj da nisu zaboravljeni. Na ovaj način, broj donacija porastao je za približno 50%, što nam je omogućilo da pratimo rastuće potrebe korisnika i istovremeno poboljšamo sadržaj paketa pomoći, čineći ih bogatijima i nutritivno kvalitetnijima.“

Tu su i Caritasove socijalne samoposluge, u sklopu suradnje koja traje više od 15 godina. „Plodnu suradnju Caritasa Zagrebačke nadbiskupije i Lidl Hrvatska početkom svibnja 2025. godine proširili smo na donacije voća, povrća i odabranih pekarskih proizvoda za potrebe korisnika Caritasove Socijalne samoposluge, korisnika na smještaju u Caritasovim domovima i korisnika župnih Caritasa. Zahvaljujući Lidlovim redovitim tjednim donacijama, ali i godišnjim nacionalnim akcijama u kojima se prikupljaju hrana i higijenski proizvodi za korisnike mreže nad/biskupijskih Caritasa, osiguravamo osnovne prehrambene i higijenske



Jelena Lončar

potrebe velikom broju obitelji i pojedinaca koji bi bez karitativnih organizacija bili prepušteni sami sebi“, kaže časna sestra **Jelena Lončar**, ravnateljica Caritasa Zagrebačke nadbiskupije.

Uz donacije, u pozadini je i razvoj alata koji pomažu zaposlenicima da preciznije prate rokove trajanja i stanje zaliha – kako bi što više hrane ostalo korisno, a što manje postalo otpad. „Naš pristup je lokalno usmjeren, ali globalno inspiriran. Učimo iz najboljih primjera svojih kolega iz Europe i svijeta pa je „Spasi me i uštedi“ naš koncept snižavanja cijene proizvodima pred istek roka trajanja, dobro poznat našim kupcima po prepoznatljivim narančastim naljepnicama.

Kupcima omogućujemo da po 25% nižoj cijeni kupe npr. proizvode svježeg mesa, hlađenog asortimana koji je blizu isteka roka trajanja“, kaže **Ana Kos**, senior konzultant u odjelu Operativnog upravljanja prodajom.



Ana Kos

Kako smanjiti otpad od hrane u vlastitom domu?

Podijelite s drugima

Planirajte što ćete jesti i kupujte u skladu s tim – većina bačene hrane dolazi od pretjerane kupnje.

Iskoristite višak namirnica za jela koja možete zamrznuti ili podijeliti s drugima.

Kupite namirnice pred istekom roka trajanja – one su i dalje sigurne za konzumaciju.



U vremenu kada prehrambene odluke imaju težinu i za naše zdravlje i za budućnost planeta, odlučujemo preuzeti odgovornost. Promjene navika ponekad mogu biti male, ali moćne – kao kupac, možemo birati biljni namaz umjesto maslaca i znati da time sudjelujemo u globalnom pomaku. Možda se velika

promjena ne dogodi preko noći, no kad vidimo da se proizvodi koji su jučer bili „višak“ danas nalaze na stolu obitelji kojoj je to potrebno ili da djeca uče o tome koje su namirnice bolje za njihove trbuščiće, jasno je da se nešto ipak mijenja. Obrok po obrok.

Zdravlje na radnom mjestu

Nije važna samo prehrana: pravilnim kretanjem do zdravlja

Problemi s mišićima, zglobovima i kostima nisu samo problem starijih, dapače, da to ne bi postali važno je osvijestiti da često pogađaju one koji najveći dio radnog dana provode na nogama ili u ponavljajućim pokretima.

Zato smo još 2014. godine u suradnji s Kineziološkim fakultetom Sveučilišta u Zagrebu pokrenuli projekt usmjeren na očuvanje zdravlja na radu s fokusom na kretanje, odnosno izvođenje pokreta koji se ponavljaju u radu u trgovinama i skladištima. U međuvremenu je zahvaljujući upravo ovom projektu kineziologija rada zaživjela kao područje akademskog izučavanja.

Program pod nazivom „Pravilnim kretanjem do zdravlja“ krenuo je tada u logističko-distributivnom centru u Perušiću, gdje su zaposlenici pod vodstvom **izv. prof. dr. sc. Josipa Nakić** učili kako pravilno podizati teret, držati tijelo i izvoditi pokrete tijekom svakodnevnih zadataka. Cilj? Ne samo naučiti pravilne tehnike, nego ih automatizirati kako bi postale dio svakodnevnog života, i na poslu i kod kuće.



Josipa Nakić

Dva ključna cilja projekta:

1. Naučiti ispravne načine držanja tijela tijekom rada.
2. Automatizirati pravilne pokrete kako bi postali dio svakodnevice – i na poslu i kod kuće.



S vremenom je projekt prerastao svoje početke. Nova faza, „Pravilnim kretanjem do zdravlja – trgovine“, donijela je još bogatiji paket edukacije: uz priručnike i plakate, zaposlenici su dobili i video materijale, dostupne QR kodom. Na taj način, vizualni prikazi pravilnog kretanja sada su uvijek pri ruci, u jednom skeniranju.



Goran Špagnut

„Ovaj projekt nije samo povremena inicijativa, već dio Lidlove dugoročne strategije za promicanje zdravlja i dobrobiti zaposlenika. Ulaganjem u prevenciju, edukaciju i zdrave navike, želimo stvoriti sigurno, poticajno i dugoročno održivo radno okruženje. Ako možemo spriječiti bolna stanja i olakšati svakodnevni rad, to je dobitak za sve“, kaže **Goran Špagnut**, voditelj odjela Sigurnost poslovanja.

Planovi idu i dalje; projekt se osvježava, materijali se prevode na engleski jezik kako bi bili dostupni i kolegama iz drugih zemalja, a novozaposleni dobivaju fizičku brošuru već u start paketu. Svi zaposlenici u trgovinama i skladištima materijale mogu pogledati i preko za njih osiguranih terminala za pristup online sadržajima, čime se osigurava da znanje o pravilnom kretanju ostane uvijek prisutno i lako dostupno.

Održivost i zaposlenici

Lidl YOU: gdje održivost postaje zajednička odgovornost



Posljedice ljudskih intervencija na planet sve su uočljivije. Istovremeno su društvene teme poput poštivanja ljudskih prava sve više u fokusu društva, politike i gospodarstva, s jasnim obvezama za poduzeća. Održivo poslovanje je stoga bilo i jest jedan od glavnih Lidlovih strateških ciljeva za uspješnu budućnost.

I tu u fokus dolaze naši ljudi, kao ključni pokretači ostvarenja naših ciljeva. Inicijativa za održivost YOU namijenjena je svim zaposlenicima Lidla u Hrvatskoj i u drugim zemljama u kojima Lidl posluje, s ciljem poticanja zaposlenika na održivo djelovanje. Inicijativa daje pregled Lidlovog angažmana za održivost, ali nije samo jednosmjerna – ona nastoji inspirirati svakog pojedinca na angažman, doprinos i razvoj novih ideja.

Usmjeren našom strategijom održivosti, ovaj program pruža mnogobrojne prilike za informiranje, edukaciju, ali i aktivaciju. Razumijevanje mjera kojima štitimo klimu, poštujemo bioraznolikost, čuvamo resurse, postupamo pošteno i promičemo zdravlje osigurava preuzimanje odgovornosti i poticanje aktivnosti dobrih za planet i ljude.

Od prvog dana u Lidlu

Zato što želimo da cijeli naš tim bude spreman za održivo djelovanje, ali i razmjenu znanja, iskustava i ideja, inicijativa YOU obuhvaća niz programa i aktivnosti u kojima zaposlenici sudjeluju.

„Već od prvog dana, kao dio Dana dobrodošlice, svi naši novi kolege neovisno o radnom mjestu upoznaju se s našim načelima i ciljevima održivosti. Osim strukturiranih prezentacija koje ističu važnost odgovornog poslovanja u Lidlu, na raspolaganju im je i edukativni video Welcome@Lidl, koji detaljno prikazuje inicijative, ciljeve i konkretne aktivnosti koje provodimo u području zaštite okoliša, društvene odgovornosti i korporativnog upravljanja.

Na ovaj način održivost nije samo strateška smjernica, već i sastavni dio korporativne kulture koju negujemo od prvog dana zaposlenja“, objašnjava **Vedran Podkrajšek**, senior konzultant u odjelu Razvoja zaposlenika.



Vedran Podkrajšek

Potičemo:

Širenje razumijevanja važnih pitanja održivosti

Aktivno sudjelovanje u održivim praksama na poslu i kod kuće

Predlaganje zelenih ideja i rješenja

Programi
pokrenuti u
2024.

Strategija i područja djelovanja u internim komunikacijskim kanalima: serija članaka, video materijala i infografika na Intranetu i u aplikaciji za zaposlenike We Are Lidl.

Zdravi obrok za početak poslovne godine: poklon paket s ciljem poticanja zaposlenika na zdravije prehrabene navike i održive prakse kad je riječ o obrocima na poslu.

E-learning Održivost u Lidlu: različiti moduli i sadržaji online treninga dostupni su svim zaposlenicima Lidla, a obvezni za zaposlenike u administraciji i voditelje trgovina. Gotovo 400.000 zaposlenika iz cijele međunarodne Lidlove grupe na ovaj način ima priliku učiti o našim mjerama održivosti.

Kroz cijeli ciklus rada

Razgovorom i učenjem u prvim danima rada u Lidlu ne završava ovaj proces; štoviše, pitanja održivosti uključena su u cijeli ciklus rada zaposlenika (Employee Life Cycle) i jedan su od temelja oblikovanja radnog iskustva. Cijelim nizom aktivnosti nastoji se potaknuti angažman zaposlenika i ojačati kultura održivosti te povezati osobni razvoj i rad te doprinos ostvarenju ciljeva održivosti kompanije.



Korak dalje: razvijamo zajednicu održivosti

Želimo izgraditi snažnu zajednicu zaposlenika i menadžera koji sebe vide kao ambasadore održivosti u cijelom našem timu. Zadatak takve zajednice bit će preuzeti leadersku ulogu u oblikovanju boljeg sutra, poticati osjećaj pripadnosti i nadvladati silosno razmišljanje, a njene koristi bit će dijeljenje znanja, kreiranje ideja i konkretnih inicijativa za ostvarivanje ciljeva naše strategije održivosti.

Stoga stvaramo mrežu održivosti koja okuplja naše stručnjake, ali i entuzijaste za održivost koji već doprinose svojim stručnim znanjem u svojim područjima odgovornosti ili koji žele igrati snažniju ulogu u budućnosti. Zajednici će biti dostupni najrazličitiji sadržaji, formati i prilike za osnaživanje, učenje i angažman.

Primjerice, u pripremi je CSR akademija, platforma znanja koja uključuje dublji uvid u strategiju i područja djelovanja, specifične projekte, e-učenje i najbolje prakse.

Među njima tražimo i ambasadore održivosti, one koji su osnaženi ne samo za promicanje Lidlovih ciljeva održivosti u svojim područjima odgovornosti, već i za suradnju s dionicima kao što su partneri, dobavljači i kupci, i želimo da svaka naša trgovina u budućnosti ima svog ambasadora.

Smjernica i priručnik o jednakom postupanju i nenasilju u radnom okruženju

Međusobno poštovanje, jednake mogućnosti i otvorenost definiraju naš #teamlidl i time želimo stvoriti uspješno i ugodno radno okruženje za sve naše zaposlenike. Lidl je član raznih inicijativa koje promiču raznolikost, kao i rodnu ravnopravnost na radnom mjestu.

Potičemo komunikaciju, školujemo i osvježujemo zaposlenike kako bismo spriječili nejednako postupanje i nasilje te stvorili pošteno i otvoreno poslovno okruženje temeljeno na povjerenju. Potpisnici smo Povelje o raznolikosti i UN-ovih načela osnaživanja žena. Izjavu o misiji Zajedno u Lidlu smo u 2024. proširili Smjernicom o jednakom postupanju i nenasilju u radnom okruženju kao i priručnikom s konkretnim primjerima i pojašnjenjima ponašanja koja se ne toleriraju.

Zaposlenicima su na raspolaganju interni kanali za prijavu incidenata, mogućnost kontaktiranja vanjskog odvjetnika od povjerenja, Osobe za zaštitu dostojanstva zaposlenika i Povjerenika za zaposlenike koji pruža podršku i savjete. Na taj način želimo ukloniti postojeću i izbjeći buduću izravnu i neizravnu diskriminaciju te zaštititi zaposlenike od nasilja i neprijateljskog radnog okruženja.



Razgovor s direktoricom tvrtke Ekos Cakes, Natalijom Šošom:

Važno nam je da poslušemo odgovorno prema planetu



Natalija Šoša



Zato što samo najkvalitetniji proizvodi dopijevaju na naše police, jako nam je važna bliska suradnja s našim dobavljačima. Ponekad ipak ta suradnja preraste u takav partnerski odnos da dobre prakse nadilaze sam proizvod i postanu način poslovanja.

Od odabira certificiranih sirovina i ambalaže, do instaliranja vlastitih fotonaponskih sustava, varaždinska tvrtka Ekos Cakes čiji su kolači dobro poznati i traženi dio Lidlovog asortimana, radi na vlastitom održivom poslovanju. Direktorica **Natalija Šoša** rekla nam je više o tom partnerstvu.

Kako izgleda suradnja s Lidlom kada je riječ o razvoju proizvoda? Koliko je prostora za vašu kreativnost, a koliko je unaprijed zadano?

U suradnji Ekosa i Lidla inicijative nastaju obostrano. Kao proizvođač obilazimo poznate svjetske sajmove pri čemu nastojimo kontinuirano biti ispred vremena pa tako uvijek nudimo nešto novo i izazovno. Lidl također sudjeluje s vlastitim inicijativama, posebice određenih sezonskih proizvoda kako bi se koristile sirovine koje su trenutno dostupne i svježije.

Što sve jedan proizvod mora zadovoljiti da bi stigao na police Lidla?

Proizvodi na policama Lidla moraju ispunjavati vrlo visoke standarde kvalitete proizvodnje prema zahtjevima IFS higher level, ali i sirovinke standarde i specifikacije proizvoda koje zakonski čak još nisu nužne ili regulirane u Hrvatskoj. Lidlov interni pravilnik stroži je od određenih standarda propisanih u zakonskim okvirima EU, posebice kod analiza proizvoda.

Koliko je zahtjevno pratiti te standarde?

Poprilično, ali to donosi koristi. Naime, vrlo je izazovno ispuniti te zahtjeve, no rješenja nam daju prednost pred drugim proizvođačima pa tako i u izvozu. Ponekad i sami sebe iznenadimo time što je sve moguće postići, čak i kada se na prvu činilo neizvedivim.

Kakve proizvode traže kupci u pogledu receptura i održivosti? Ima li razlika među različitim tržištima u EU i izvan nje?

Kupci u Hrvatskoj traže tradicionalne recepture i tradicionalan način izrade, dakle ručni rad i korištenje visokokvalitetnih sastojaka pri čemu konačni proizvod daje razliku u odnosu na industrijsku proizvodnju. Svako tržište njeguje vlastite tradicije i na udaljenijim lokacijama svakako postoje značajnije razlike. Naša je prednost da smo vrlo prilagodljivi, no volimo istaknuti da su naši tradicionalni proizvodi prihvaćeni na 15 različitih tržišta Europske unije.

U kojem smjeru želite dalje razvijati proizvode kad je riječ o održivosti? Imate li viziju što bi mogla biti „sljedeća velika stvar” za Ekos Cakes?

Svakako želimo proaktivno nastaviti razvijati našu suradnju s Lidlom, što na domaćem tržištu, što izvan njega. U nadolazećem razdoblju, te kada to poboljšani standard Lijepe naše dopusti, voljeli bismo PET ambalažu zamijeniti papirnatom, što u proizvodnji i prodaji svježih kolača trenutno nije tržišna praksa.

Danas je održivost važnija nego ikad. Kako je vi provodite u praksi?

Koristimo certificirane sirovine, primjerice masnoće s RSPO SG certifikatom, kakao s Rainforest certifikatom za kakao, ali i jaja iz podnog uzgoja, nehidrogenirane biljne masti, radimo uz izuzeće sojinog lecitina u sirovinama. Nadalje, naša kartonska ambalaža posjeduje FSC certifikat, PET ambalaža sadrži 90 posto reciklata. Masu kartonske ambalaže smo promjenama u dizajnu smanjili za 50 posto. Na kraju, koristimo



solarne panele za proizvodnju vlastite električne energije a u komorama za zamrzavanje robe umjesto freona koristimo CO₂.

Važno nam je da poslušemo odgovorno prema planetu i pokušavamo u tome stalno napredovati.

Sirovine iz održivih izvora



Ostvarujemo ciljeve certifikacije naših kritičnih sirovina

Ostvareno ✓

100% kakaa

100% zelenog, crnog i rooibos čaja

100% ulja palminih koštica

100% celuloze u proizvodima i ambalaži

U tijeku →

94% kave (100% instant kave, cappuccina i kapsula kave)

52% voćnih i biljnih čajeva

100% jaja iz podnog uzgoja

64% ribe i ribljih proizvoda

Korak ispred regulative

Biti odgovoran ne znači samo uskladiti sve svoje poslovne prakse sa zakonom, nego nadići obveze i okvire koje on postavlja. Postavljanjem i realizacijom svoje strategije plastike te certifikacije sirovina, Lidl je već sada spreman za zadovoljavanje svih zahtjeva europske regulative poput Uredbe o zabrani krčenja šuma ili Uredbe o ambalaži i ambalažnom otpadu.



Srcem uvijek uz zavičaj



10 godina Okusa zavičaja



Stotinjak proizvoda preko 360 stalnih dobavljača koji uključuju svježe voće i povrće, mesne prerađevine, mliječne proizvode, smrznute proizvode, sokove, tjestenine i ukiseljeno povrće kupcima su dostupni pod brendom Okusi zavičaja već punih 10 godina.

Proizvodi su to hrvatskih proizvođača, što jamči ne samo poticanje domaće proizvodnje hrane, nego i kraće lance nabave koji podrazumijevaju bolje očuvanje svježine namirnica te manji utjecaj na okoliš od transporta.

Suradnja s Lidlom omogućila je mnogim proizvođačima da unaprijede proizvodne procese, zaposle nove radnike i prošire asortiman te plasiraju svoje proizvode i izvan Hrvatske.



Zajedno stvaramo održivije mogućnosti

Partnerstvo Lidla i WWF-a

„Zajedno stvaramo održivije mogućnosti“ moto je u 2024. godini pokrenutog partnerstva Lidla i WWF-a, koje uz Hrvatsku obuhvaća još 30 zemalja u kojima Lidl posluje. Partneri će do 2030. godine raditi na programima pozitivnog utjecaja na glavne okolišne izazove našeg doba: očuvanju biološke raznolikosti, klime i prirodnih resursa te razvoju novog, održivijeg asortimana proizvoda.

Objedinjujemo naše snage za odgovornu nabavu sirovina, borimo se protiv rasipanja hrane i zalažemo se za održivo gospodarenje i izvan vlastitog lanca stvaranja vrijednosti. Zajednički razvijena strategija u ovim područjima osigurat će pouzdane pokazatelje uspješnosti za naš asortiman i sirovine koje su za njega najznačajnije – kritične sirovine poput kave, kakaa, govedine, soje ili celuloze, ali i mlijeko i jaja, voće i povrće, organske proizvode, pšenicu te korištenje zaštitnih sredstava pri uzgoju.



HRIO za ljudska prava

Svaki korak, od polja do trgovine, temelji se na povjerenju, etici i brizi za svakoga. Zaštita ljudskih prava u cijelom lancu vrijednosti podrazumijeva stalne analize potencijalnih rizika kršenja ljudskih prava te razvoj konkretnih mjera njihove zaštite.

Prepoznajući svoju odgovornost za osiguravanje radnopravnih standarda i dostojanstvenih uvjeta, potičemo poboljšanja, naročito u svojim lancima opskrbe.

Naše dobre prakse u zaštiti ljudskih prava u našem lancu vrijednosti nagrađene su Hrvatskim indeksom održivosti 2024., najdugovječnijom i najznačajnijom nagradom u području održivosti u Hrvatskoj.

Plastika i otpad

Pametno korištenje resursa i kružna rješenja

Strategija REset Plastic kompanija Schwarz Grupe je sveobuhvatan pristup upravljanju plastikom s ciljem smanjenja plastičnog otpada i zaštite okoliša. Uključuje mjere poput izbjegavanja plastike gdje god je moguće, pametnijeg dizajna ambalaže, recikliranja, ali i projekte čišćenja okoliša te inovacija i edukacija za podizanje svijesti i poticanje promjena.

Cilj od prosječno 25 posto reciklata u plastičnoj ambalaži ostvarit ćemo povećanjem obveznog minimalnog udjela recikliranog PET-a (70 posto), HDPE-a i LDPE-a (50 posto) u našim primarnim pakiranjima. To znači da će sve ambalaže PET-a morati sadržavati minimalno 70 posto recikliranog materijala, a one od HDPE-a i LDPE-a minimalno 50 posto.

Smanjena količina plastike za
37%
(cilj: 30%)

Povećan udio reciklata u plastičnoj ambalaži na
17%

**Ključni
uspjesi u
2024.**

67%
naših ambalaža
maksimalno je prikladno
za recikliranje

100%
ambalaže bez
crne plastike

Snalazite li se u kraticama?

Mali vodič kroz plastiku

PET
(polietilen tereftalat)
Oznaka: (broj 1)



Svojstva:

- Prozirna plastika
- Lagan, čvrst i otporan na udarce
- Dobar za zadržavanje plinova i tekućina

Primjena:

- Boce za vodu, sokove i gazirana pića
- Ambalaža za prehrambene proizvode

Reciklaža:

- Lako se reciklira
- Služi za tekstilna vlakna, nove boce, ambalažu



HDPE
(polietilen visoke gustoće)
Oznaka: (broj 2)



Svojstva:

- Neprozirna plastika
- Tvrd, čvrst, otporan na kemikalije

Primjena:

- Boce za mlijeko, deterdžente, sredstva za čišćenje
- Plastične vrećice za višekratnu upotrebu, cijevi

Reciklaža:

- Lako se reciklira
- Služi za nove boce, kante, cijevi



LDPE
(polietilen niske gustoće)
Oznaka: (broj 4)



Svojstva:

- Meka i savitljiva plastika
- Otporna na vlagu, ali nije jako čvrsta
- Neprozirna

Primjena:

- Tanke plastične vrećice (npr. za zamrzavanje, u supermarketima)
- Folije i omoti za hranu

Reciklaža:

- Teže se reciklira nego PET i HDPE
- Ipak, reciklaža je moguća i koristi se za vrećice za smeće, ploče, folije



Svaka plastična bočica vrijedi

Hrvatska je 2005. godine, među prvima u Europi, uvela sustav povratne naknade za ambalažu od pića i napitaka. Od tada, svijest o važnosti reciklaže među građanima raste – to pokazuje rast količina ambalaže koju prikupljamo u sustavu povratne naknade.



Količina prikupljene ambalaže u sustavu povratne naknade u komadima

KOM.	2023.	2024.
PET	102.096.215	103.133.325
Al / Fe	61.468.708	67.942.350
Staklo	16.088.640	16.235.753



Odlučite se za e-račun

Lidl Plus značajka „Ne želim printani račun“ omogućava vam da za svoju kupnju dobijete samo digitalni račun unutar Lidl Plus aplikacije, a fizički račun se ne printa. Sve što trebate učiniti je uključiti opciju unutar Lidl Plus kartice i sve vaše kupnje će biti bez tiskanog računa dok je opcija uključena. Digitalni račun je istovjetan fizičkom te služi kao jamstvo za kupljene proizvode.

Od uvođenja ove mogućnosti u rujnu 2024. 36% Lidl Plus kupaca uključilo je ovu opciju, a 30% svih Lidl Plus računa je isključivo digitalno.

Uzevši u obzir duljinu prosječnog računa, procjena kaže da bismo uštedenom duljinom papira mogli pokriti udaljenost između Zagreba i Splita.



Ambasadori Čistog podzemlja

Stvaraju se novi ambasadori Čistog podzemlja! Inicijativa Čisto podzemlje, uz našu podršku, nastavila je educirati osnovnoškolce o važnosti očuvanja okoliša.

U organizaciji speleologa održavaju se predavanja o očuvanju pitke vode i zaštiti krša u osnovnim školama diljem Hrvatske. Od početka projekta 'Ambasadori čistog podzemlja' pa sve do kraja 2024. godine, održana su predavanja u čak 242 škole za 11.150 djece i oko 700 učitelja. Osim poruka o važnosti očuvanja pitke vode i zaštite krša, djecu se želi potaknuti da budu ambasadori i čuvari prirode koji će u krugu svojih prijatelja te užu i šire obitelji utjecati na sprječavanje daljnjeg onečišćenja jama i špilja diljem Hrvatske.

Projekt Ambasadori Čistog podzemlja nastavak je postojećeg volonterskog projekta Čisto podzemlje koji Zagrebački speleološki savez provodi još od 2015. godine. Lidl Hrvatska i Čisto podzemlje više od pet godina surađuju na čišćenju jama, špilja i rijeka od otpada.

Održana predavanja u 242 škole



U 2024. posebno se istaknula akcija čišćenja rijeke Kupe u suradnji s inicijativom Čisto podzemlje i Klubom za podvodne aktivnosti Karlovac, u kojoj je uklonjeno je gotovo tri kubika otpada iz rijeke. Druga je ovo godina zaredom volonterskog čišćenja Kupe u sklopu globalnog projekta Schwarz grupe, River Cleanup Collective – Together for Cleaner Rivers.



Impressum

Izdavač: Lidl Hrvatska d.o.o.k.d.

Suradnici: Spring+shift

Dizajn i grafički prijelom: Real Grupa

Fotografije: Arhiva Lidl Hrvatska,
Lidl Stiftung & Co. KG, Adobe Stock





Isplati se.