

Nabavna politika

Zaveza za ozaveščeno prehranjevanje

Lidl Slovenija • Različica 22.01.2024



USTVARIMO
BOLJŠI SVET



Vsebina

Naša odgovornost za ozaveščeno prehranjevanje	2	Naš pristop	25
Ozadje teme ozaveščenega prehranjevanja	4	Preizkušena kakovost – nenehno testiranje izdelkov lastnih blagovnih znamk	25
<hr/>		Naše prizadevanje za zmanjševanje vsebnosti neželenih snovi v živilih	26
Naša odgovornost za ozaveščeno prehranjevanje	7	Zmanjšanje uporabe pesticidov	26
<hr/>		Glosar	28
Spodbujanje uravnoteženega prehranjevanja	9	<hr/>	
Naš pristop	9	Viri in povezave	30
Večji delež polnozrnatih žit za več vlaknin	12	<hr/>	
Več zdravih maščob in olj	13	Viri fotografij	36
Manj sladkorja, manj soli	15		
Manj aditivov – enostaven seznam sestavin	17		
Spodbujanje trajnostnega prehranjevanja	19		
Naš pristop	19		
Razvijanje bolj trajnostnega nabora izdelkov	20		
Več rastlinskih virov beljakovin	21		
Zavržena hrana	22		
Jasno označevanje, transparentnost in ozaveščanje kupcev	23		
Naš pristop	23		
Oznaka za trajnostne izdelke	23		
Sistem Nutri-Score: v hipu do živil z ugodnejšo hranilno vrednostjo	23		
Označevanje načina reje	24		
Zagotavljanje varne hrane	25		

Naša **odgovornost** za ozaveščeno prehranjevanje



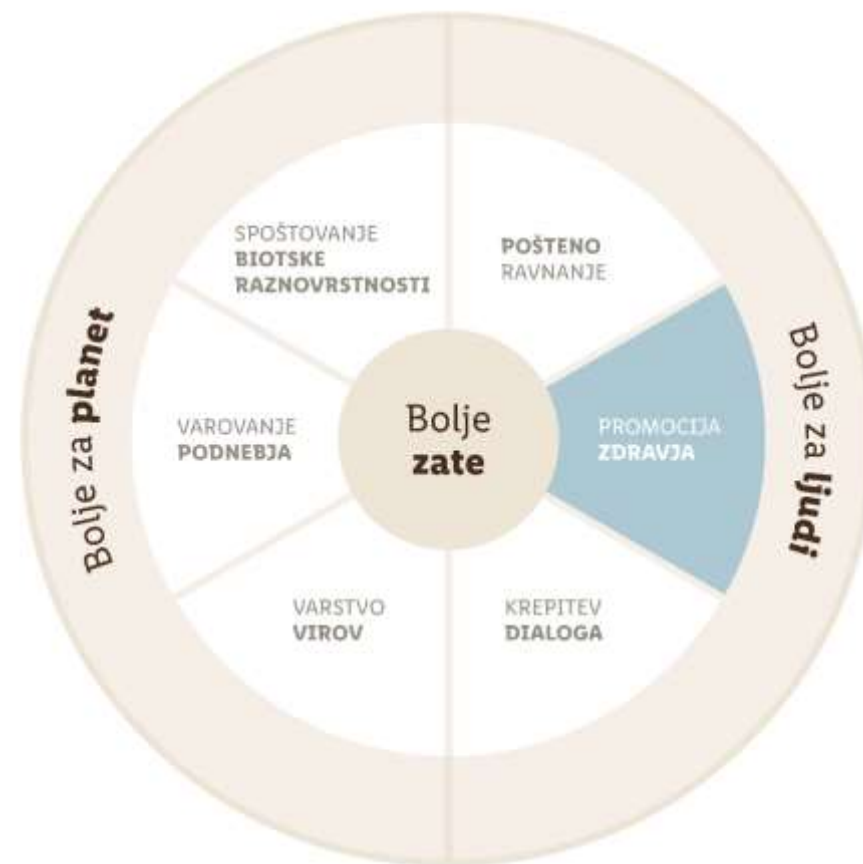
Naša trajnostna strategija

Trajnost je eden od glavnih strateških ciljev Skupine Lidl, pomemben za uspeh v prihodnosti. Kadar s svojim delovanjem vplivamo na ljudi ali okolje, zato za svoja dejanja prevzemamo odgovornost. S skrbnim ravnanjem vsak dan znova izpolnjujemo zavezo kakovosti, s čimer podjetje varno in zanesljivo vodimo v prihodnost.

Na teh temeljih smo razvili trajnostno strategijo, ki določa pot do uresničitve zaveze o skrbnem ravnanju, hkrati pa prikazuje Lidlovo razumevanje odgovornosti do okolja, družbe in kupcev. Strategijo v praksi uresničujemo prek šestih področij delovanja in sprejemamo ukrepe, s katerimi »varujemo podnebje«, »varujemo vire«, »spoštujemo biotsko raznovrstnost«, »ravnamo pošteno«, »promoviramo zdravje« in »krepimo dialog«.

Ustvarimo boljši svet: odgovornost za ozaveščeno prehranjevanje

Kot trgovec z živili na drobno s 64 poslovalnicami v Sloveniji dnevno oskrbujemo veliko število strank in tako s številnimi izdelki sooblikujemo njihovo prehrano. Zavedamo se, da ima proizvodnja hrane v celotni verigi njenega pridobivanja tudi negativne učinke na okolje in družbo, zato si prizadevamo te učinke v največji možni meri zmanjšati, ob tem pa želimo svojim kupcem ponujati širok nabor izdelkov za bolj uravnotežen in trajnosten življenjski slog. Ne samo, da je ozaveščeno prehranjevanje ena izmed pomembnih fokusnih tem na našem področju delovanja »Promocija zdravja«, temveč ima pozitivne učinke tudi na številnih drugih področjih.



Ozadje teme ozaveščenega prehranjevanja



Planetarna zdrava prehrana (Planetary Health Diet)

Leta 2017 je Lidl kot prvi trgovec za prodajo živil na drobno objavil celostno strategijo za zmanjšanje vsebnosti sladkorja in soli v živilih. Poleg tega smo si zastavili tudi konkretne cilje glede ostankov nezaželenih snovi, onesnaževal in aditivov v izdelkih lastnih blagovnih znamk.

Skoraj šest let pozneje je področje prehrane še bolj v ospredju. Poleg zdravja posameznika je danes pomembno vprašanje tudi, kako do leta 2050 zagotoviti, da bomo lahko čim bolj trajnostno in v okviru ekoloških omejitev nahranili 10 milijard ljudi, kolikor jih bo takrat živel na planetu.

Vpliv pridobivanja hrane na naše okolje postaja vse večji in vse bolj očiten. Danes za pridobivanje hrane porabimo 55 % biološke zmogljivosti planeta, torej več kot polovico svetovne biološke zmogljivosti.¹ Leta 1970 je bil dan ekološkega dolga (to je dan, ko človeštvo porabi toliko virov, kot jih Zemlja lahko zagotovi v letu dni) še 31. december, do leta 2022 pa se je premaknil že na 28. julij. Poleg okoljskih posledic pa hrana močno vpliva tudi na naše zdravje. Tretjino prezgodnjih smrti v Evropi in Severni Ameriki denimo bi lahko preprečili z zdravo in uravnoteženo prehrano.² Kljub vse večji ozaveščenosti pa se

prehranjevalne navade v Evropi in ZDA niso občutno spremenile. Okoli 65 % prebivalcev je še vedno čezmerno prehranjenih ali debelih.³

Posledica je vse večja razširjenost s prehrano povezanih bolezni, kot so sladkorna bolezen, arterioskleroza, debelost, bolezni srca in ožilja ter kapi.

Kar dve tretjini potrošnikov v EU se želita prehranjevati bolj zdravo, uravnoteženo in trajnostno.⁴ Predlagani ukrepi EU, kot so strategija »Od vil do vilic«, osnutek zakonodaje o dobavnih verigah brez krčenja gozdov ter davki na CO₂, plastiko, sladkor in sol, pa že kažejo politično voljo za bolj ozaveščeno in trajnostno prehranjevanje.

¹ Earth Overshoot Day: Earth Overshoot Day 2022: Ecuadors Umweltminister ruft zum Handeln auf: »Nutzen wir unsere ökologische Stärke, um unsere Zukunft zu gestalten«, 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.

Kaj je trajnostna in uravnotežena prehrana?

Komisija EAT Lancet je leta 2019 objavila model tako imenovane planetarne zdrave prehrane (Planetary Health Diet), s čimer je zagotovila znanstveno podlago za globalno spremembo prehranjevanja.⁵ Omenjeni model je bil zasnovan pod vodstvom profesorja Johana Rockströma, skupaj ga je razvilo 37 strokovnjakov iz 16 držav s področij prehrane, zdravja, trajnosti, kmetijstva, politike. Ugotovili so, da če bi vsi ljudje upoštevali smernice pretežno rastlinske in uravnotežene prehrane, bi se leta 2050 lahko uravnoteženo in trajnostno prehranjevalo približno 10 milijard ljudi, ne da bi presegli zmogljivosti planeta.

Prehrana prihodnosti bo verjetno pretežno rastlinska, kljub temu pa ne izključuje deleža živalskih proizvodov. Čeprav je planetarna zdrava prehrana danes še vedno le teoretični model, pa je to prva pobuda, ki ponuja celosten in konkreten prehranski okvir znotraj ekoloških omejitev Zemlje. Ta znanstveno utemeljena spoznanja so temeljna podlaga za cilje, ki si jih je Lidl zastavil v sklopu ozaveščenega prehranjevanja.



* Izračun vrednosti se nanaša na priporočeno dnevno količino energijskega vnosa (2500 kcal)
Vir: Summary Report der EAT-Lancet-Kommission

⁵ EAT Lancet Commission: Food, Planet, Health, 2021.

Naša **odgovornost** **za ozaveščeno** **prehranjevanje**



Naša odgovornost za ozaveščeno prehranjevanje

Vprašanja ozaveščenega prehranjevanja segajo na vsa naša strateška področja in povezujejo teme, kot so varnost živil, uravnotežena in trajnostna prehrana ter transparentno delovanje in ozaveščenost strank.

Varnost živil je temelj naše strategije za ozaveščeno prehranjevanje in je zato prvi pogoj za izvajanje opredeljenih strateških stebrov.

Prvi steber, uravnotežena prehrana, se osredotoča predvsem na izboljšanje prehranskega profila izdelkov.

Steber trajnostna prehrana ima za cilj ekološko in socialno pravično prehrano znotraj zmogljivosti planeta, ki podpira tudi večjo dobrobit živali.

Zadnji steber pa je transparentnost delovanja in ozaveščenost kupcev, ki sta ključnega pomena za bolj trajnostno in ozaveščeno nakupovanje.

Tako nenehno spodbujamo nadaljnji razvoj ponudbe varnih, bolj trajnostnih, zdravih in cenovno dostopnih izdelkov pod lastno blagovno znamko.



Spodbujanje uravnoveženega prehranjevanja

Naš pristop

Potrošniki se vse močneje zavedajo pomena bolj uravnoveženega in trajnostnega prehranjevanja. V raziskavi, ki je potekala po vsej EU, je več kot 70 % vprašanih zdravo prehrano postavilo na prvo mesto pri trajnostnem načinu življenja.⁶ V sklopu uravnovežene prehrane sta v ospredju uživanje sadja, zelenjave oziroma vlaknin ter zmanjšanje količine zaužite soli, sladkorja in nasičenih maščobnih kislin. Z okoli 2200 izdelki lastnih blagovnih znamk v redni ponudbi kupcem zagotavljamo širok izbor živil za bolj uravnovežen življenjski slog. Ob tem pa svoj nabor izdelkov nenehno razvijamo v skladu z najnovejšimi znanstvenimi smernicami.

Taki si prizadevamo zmanjševati količino zaužitega sladkorja, soli, nasičenih maščob, vsebnost arom, konzervansov in barvil ter zniževati energijsko vrednost. Obenem bomo v Lidlu postopoma povečevali delež polnozrnatih sestavin v izdelkih in dopolnjevali ponudbo polnozrnatih izdelkov lastnih blagovnih znamk ter povečevali delež rastlinskih virov beljakovin.

Naša prioriteta so otroci, saj se prehranjevalni vzorci oblikujejo že zgodaj v otroštvu. Tako v skladu s priporočili Svetovne zdravstvene organizacije (SZO) od januarja 2023 otrokom ne bomo oglaševali živil s preveliko vsebnostjo nasičenih maščob, sladkorja ali soli.

Naši strokovnjaki za prehrano nenehno preverjajo ponudbo lastnih blagovnih znamk. Skupaj z dobavitelji izboljšujemo recepture v skladu z zahtevami, ki upoštevajo vse vidike fiziologije prehrane. Veliko pozornosti namenjamo tudi energijski vrednosti živil. Izogniti se želimo zmanjševanju vsebnosti sladkorja na račun povečanja vsebnosti maščob, kar bi privedlo do enake ali celo višje energijske vrednosti živila. V ta namen smo razvili prehranske profile, ki temeljijo na priporočilih SZO in v nekaterih primerih na strožjih nacionalnih predpisih (za več informacij glejte str. 11 »Priporočila SZO«).

V ospredju vseskozi ostajajo želje in potrebe kupcev. Naše neomajno merilo je okus.

Pri razvoju izdelkov zato upoštevamo tudi povratne informacije kupcev in tako, v sodelovanju z dobavitelji, prilagajamo ponudbo in recepturo.

⁶ European Commission: Making our food fit for the future – Citizen's expectations, 2020.

Oglaševanje, namenjeno otrokom, samo za zdravo hrano

V zadnjih 20 letih število šolarjev s prekomerno telesno težo v EU narašča.⁷ Otroci in mladostniki, ki uporabljajo medije, si v Nemčiji vsak dan ogledajo vsaj 15 oglasnih mest ali reklam za nezdravo hrano. Od tega je 92 % oglasov za hitro prehrano, prigrizke in sladkarije.⁸ V nasprotju z odraslimi otroci ne dvomijo o resničnosti oglasnih sporočil, kar povečuje željo po oglaševanem izdelku.

Ker nepravilna prehrana v otroštvu povečuje tveganje za s prehrano povezane bolezni v odrasli dobi, je oglaševanje zdrave hrane in opustitev oglaševanja nezdrave hrane otrokom do 14. leta starosti ključnega pomena za zdravje.⁹

Poleg nevladnih organizacij in organizacij za varstvo potrošnikov v EU tudi krovna Evropska potrošniška organizacija (BEUC) poziva k prepovedi oglaševanja nezdrave prehrane, namenjenega otrokom.^{10, 11}

⁷ World Health Organization: Digital food environments, 2021.

⁸ Universität Hamburg: Kindermarketing für ungesunde Lebensmittel in Internet und TV, 2021.

⁹ Verbraucherzentrale Bundesverband: Lebensmittel mit Kinderoptik und deren Werbung, 2021.

¹⁰ The European Consumer Organisation: Food marketing to children needs rules with teeth, 2021.

¹¹ Foodwatch: Pressemitteilung Marktcheck, 2015.

Zato smo si zastavili naslednje cilje:

Naši cilji pri oglaševanju otrokom

1. Spodbujanje oglaševanja bolj zdrave in uravnotežene prehrane otrok.
2. Od leta 2023 otrokom ne bomo oglaševali nezdrave otroške hrane lastnih blagovnih znamk.
To zajema promocijske dejavnosti na televiziji, radiu, v družbenih medijih in na letakih.
3. Do konca leta 2025 bomo živila z otroškimi elementi¹² na embalaži lastnih blagovnih znamk prodajali le, če bodo ustrezala merilom Svetovne zdravstvene organizacije (SZO) za zdravo¹³ hrano.
Pri tem bomo postopoma spreminjali videz embalaže. Izjema: promocijski artikli za božič, veliko noč in noč čarovnic.

Pri odločanju o tem, ali je izdelek za otroke zdrav ali nezdrav, uporabljamo merila SZO.

¹² Izdelki, oblikovani za otroke, so vsa živila, katerih embalaža vsebuje elemente, ki nagovarjajo otroke do vključno 14. leta starosti ali nakazujejo, da so še posebej primerni za otroke.

¹³ Vsa živila, ki izpolnjujejo prehranske zahteve (na primer vsebnost soli, sladkorja, nasičenih maščob) iz prehranskega profila SZO, veljajo za zdrava živila.

Vsa živila, ki izpolnjujejo prehranske zahteve iz prehranskega profila SZO, veljajo za zdrava in se lahko oglašujejo v okolju, kjer so navzoči otroci. Božič, velika noč in noč čarovnic so posebni dnevi v otrokovem življenju in velikokrat odstopajo od vsakodnevnega prehranjevalnega vedenja. Zato smo se odločili, da ob teh praznikih naredimo izjemo. Čokoladni Božiček ali velikonočni zajček sta primer kulturnega simbola, ki ju otrokom ne želimo vzeti.

Priporočila Svetovne zdravstvene organizacije

Svetovna zdravstvena organizacija (SZO) je posebej za prehrano otrok razvrstila živila na zdrava in nezdrava. V prehranskem profilu so živila razdeljena v 17 kategorij, opredeljene pa so tudi mejne vrednosti. Če so v posameznem izdelku te vrednosti presežene, pomeni, da izdelka ne smemo oglaševati otrokom.

Merila za ocenjevanje so: skupna vsebnost maščob in sladkorja, nasičenih maščob, dodanega sladkorja in sladil, soli ter energijska vrednost živila.

Razvrstitev živil za otroke v skladu s prehranskim profilom SZO



Večji delež polnozrnatih žit za več vlaknin

S polnozrnatimi žiti bogata prehrana ima ključno vlogo za zdrav in uravnotežen življenjski slog in je najpomembnejša sestavina za zdravo staranje v povprečnem evropskem vzorcu prehranjevanja.¹⁴



Polnozrnati izdelki vsebujejo več prehranskih vlaknin, fitohranil in mineralov (cink, železo, magnezij) kot živila iz bele moke, saj se ohranijo zunanje plasti zrnja. Prehranske vlaknine so za ljudi neprebavljive, vendar so hranilo za naše črevesne bakterije. Črevesne bakterije fermentirajo vlaknine, kar izboljša zdravje črevesja.

To zmanjšuje zdravstvena tveganja za sladkorno bolezen ter bolezni srca in ožilja ter pozitivno vpliva na dolžino življenjske dobe.¹⁵

¹⁴ 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 cilji za več prehranskih vlaknin

1. Do konca leta 2023 bomo analizirali, kateremu naboru izdelkov lahko dodamo polnozrnatne alternative.
2. Do leta 2025 bomo postopoma povečali delež polnozrnatih izdelkov lastnih blagovnih znamk.
3. Do leta 2025 bomo postopoma zagotavljali večjo preglednost, in sicer z navajanjem vsebnosti vlaknin v izdelkih v tabeli hranilnih vrednosti.

¹⁵ 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.

Več zdravih maščob in olj

Zaradi stalnega povečevanja porabe živalskih proizvodov v preteklosti se je v EU povečal tudi delež nasičenih maščobnih kislin v prehrani.¹⁶ Njihovo prekomerno uživanje pa povečuje tveganje za bolezni srca in ožilja, ki so najpogostejši vzrok smrti v Evropi in Severni Ameriki.^{2, 17} Nasprotno so nenasičene maščobne kisline, kot so omega-3, večinoma rastlinskega izvora in preprečujejo bolezni srca in ožilja.¹⁸ Zastavili smo si cilj, da bomo nenehno izboljševali kakovost maščob in olj v izdelkih lastnih blagovnih znamk. To bomo dosegli z uporabo nenasičenih maščobnih kislin in zmanjšanjem količine nasičenih. Pozorni smo tudi na bolj trajnostne vire maščob in olj. Če izdelek zaradi svoje teksture ali drugih fizikalnih lastnosti zahteva trdno maščobo, damo prednost rastlinskim maščobam. Uporabimo lahko hidrogenirane rastlinske maščobe, vendar le, če so popolnoma hidrogenirane. Delno hidrogenirane rastlinske maščobe lahko vsebujejo škodljive transmaščobne kisline, zato jih ne uporabljamo.¹⁹

Naš cilj za nenasičene maščobne kisline in bolj trajnostna olja

Izboljšujemo kakovost maščob in olj v izdelkih lastnih blagovnih znamk z vidika prehranske fiziologije in trajnosti. Zato pri vseh izdelkih lastnih blagovnih znamk preverjamo, ali je mogoče uporabiti visokokakovostno rastlinsko olje. Prednost ima v Evropi pridelano rastlinsko olje. Tako bomo do leta 2025 nenehno povečevali delež nenasičenih maščobnih kislin v izdelkih Lidlovih lastnih blagovnih znamk.

¹⁶ European Environment Agency: Consumption of meat, dairy, fish and seafood, 2017.

¹⁷ Eurostat – Statistics Explained: Causes of death statistics, 2022.

¹⁸ MD Dr PH Dariush Mozaffarian: Dietary fat, 2022.

¹⁹ World Health Organization: Nutrition – Trans fat, 2018.

Kaj je palmovo olje in kako z njim ravna Lidl?

Oljna palma, iz katere se pridobiva palmovo olje, je zelo donosna v primerjavi z drugimi rastlinskimi olji, saj zasede precej manjšo obdelovalno površino. Poleg tega zaradi njegove konsistence palmovega olja v večini primerov ni treba strjevati, kot to velja za druga rastlinska olja. Zaradi teh lastnosti je palmovo olje najbolj razširjeno rastlinsko olje na svetu. Težava pa je, ker se oljna palma goji na zelo občutljivih tropskih območjih.²⁰

Skupini Lidl je pomembno odgovorno ravnanje za zaščito deževnega gozda, biotske raznovrstnosti in koristi lokalnega prebivalstva. Vse palmovo olje v Lidlovih izdelkih lastnih blagovnih znamk ima zato od 1. marca 2023 trajnostni certifikat. V ta namen tesno sodelujemo s priznanimi mednarodnimi organizacijami, kot so Okrogla miza za trajnostno palmovo olje (RSPO), Fairtrade, Bio, Rainforest Alliance.

Več informacij o naši [Zavezi za trajnostno nabavo palmovega olja](#) si preberite po kliku na povezavo.

Površina, potrebna za proizvodnjo ene tone olja



²⁰ WWF: Auf der Ölspur: Berechnungen zu einer palmölfreieren Welt, 2016.

Manj sladkorja, manj soli

Povprečen Evropejec na leto zaužije približno 37 kilogramov sladkorja²¹ – SZO navaja, da bi bilo zdravo največ 9 kilogramov.²² Prav tako SZO navaja, da bi bilo zdravo zaužiti največ 1,8 kilograma²³ soli na leto – te povprečen Evropejec zaužije približno 3,5 kilograma.²⁴ Prekomerno uživanje sladkorja povzroča prekomerno težo in povečuje tveganja za sladkorno bolezen, medtem ko prekomerno uživanje soli povečuje tveganja za nastanek srčno-žilnih bolezni, kot je možganska kap.²⁵

Naš cilj za manj sladkorja in soli

Zavezali smo se, da bomo za 20 % zmanjšali povprečno vsebnost dodanega sladkorja in soli v izdelkih lastnih blagovnih znamk glede na izhodiščno leto 2015.

V Lidlu Slovenija zavezo izpolnjujemo že od leta 2019, več o izdelkih z zmanjšano vsebnostjo sladkorja in soli pa preverite [tukaj](#).

Ni ves sladkor enak

²¹ Organisation for Economic Co-operation Development: Agricultural Outlook 2021-2030, 2022.

²² World Health Organization: WHO calls on countries to reduce sugars intake among adults and children, 2015.

²³ World Health Organization: Salt Intake, 2022.

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

Izoglukoza v živilih smo povezovali z debelostjo in boleznimi zamaščenosti jeter. Nove prehranske presoje kažejo, da ta domneva ni potrjena in da izoglukoza nima drugačnega vpliva na zdravje ljudi kot druge vrste sladkorja.²⁶

Brez nadomestkov sladkorja s sladili

S postopnim zmanjšanjem vsebnosti sladkorja želimo svojim kupcem postopoma približati manj sladek okus izdelkov lastnih blagovnih znamk. Pri tem sladkorja ne nadomeščamo s sladili, saj živila, ki vsebujejo sladila, zaradi svoje močne sladkosti prispevajo k utrjevanju navade uživanja sladkega. To bi še dodatno spodbudilo nepravilno prehrano, bogato s sladkorjem, in zmanjšalo uživanje bolj zdravih in uravnoveženih živil, kot sta sadje in zelenjava. V svojih izdelkih zmanjšujemo tudi vsebnost fruktoze v obliki čiste fruktoze in fruktozno-glukoznega sirupa, saj naj bi bil velik vnos fruktoze dejavnik tveganja za razvoj debelosti in bolezni zamaščenosti jeter.²⁷

Poleg izdelkov, sladkanih s sladkorjem, ponujamo tudi nadomestne izdelke, ki imajo zmanjšano vsebnost sladkorja, in izdelke brez sladkorja, ki vsebujejo sladila. Z živili z zmanjšano vsebnostjo ali brez

²⁵ World Health Organization: Diabetes, 2022.

²⁶ Max Rubner-Institut: Ernährungsphysiologische Bewertung und Auswirkungen des Isoglukosekonsums auf die menschliche Gesundheit, o.J.

²⁷ 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.

sladkorja nagovarjamo kupce, ki želijo uživati živila z nizko energijsko vrednostjo in se hkrati ne bi radi odpovedali okusu sladkega.

Naš cilj za vrste sladkorja

Fruktozno-glukozno sirup in čisto fruktozo bomo uporabili le takrat, ko je to tehnološko potrebno, vendar ne za sladkanje.

Manj aditivov – enostaven seznam sestavin

Aditivi so snovi, ki se dodajajo živilom iz tehnoloških razlogov. Konzervansi, na primer v klobasah, preprečujejo mikrobní kvar.

Znanstveni dokazi in zveze za zaščito potrošnikov na splošno odsvetujejo uživanje visoko predelanih živil, ki vsebujejo določene aditive, zlasti otrokom.²⁸ Poleg tega so številni potrošniki kritični do aditivov.²⁹ Zato si nenehno prizadevamo za zmanjšanje vsebnosti aditivov v Lidlovih izdelkih lastne blagovne znamke.

Barvila

V izdelkih lastnih blagovnih znamk se bomo še naprej v največji možni meri izogibali barvilom. Kjer opustitev uporabe barvil zaradi tehnološkega postopka ni mogoča, poskušamo barvila nadomeščati z naravnimi barvili, kot sta rdeča pesa ali kurkuma. Kolikor je le mogoče, se izogibamo azobarvilom.

Arome

Hrana, ki je preveč aromatizirana, lahko zlasti pri otrocih negativno vpliva na zaznavanje običajnega okusa živil. Zato se zavzemamo za zmerno uporabo arom. Ko živilom dodajamo arome, se najraje odločamo za izvlečke ali naravne arome, ki izhajajo iz istoimenskih živil.

²⁸ Leonie Elizabeth, Priscila Machado, Marit Zinöcker, Phillip Baker, Mark Lawrence: Ultra-Processed Foods and Health Outcomes: A Narrative Review, 2020.

Arome v veganskih nadomestnih izdelkih

Veganski nadomestki, ki imajo okus po piščancu, veljajo za poseben primer uporabe arom. Umetne arome uporabimo v primerih, ko zaradi naravne arome živilo ne bi bilo več vegansko.

Vitaminacija in mineralizacija

Z uravnoteženo prehrano zaužijemo zadostne količine večine vitaminov in mineralov. Dodatna potreba po posameznih vitaminih in mineralih praviloma obstaja samo pri nekaterih skupinah ljudi (denimo nosečnice, kadilci ali ljudje z določenimi boleznimi). Pri vseh preostalih ima lahko prekomerno uživanje vitaminiziranih in mineraliziranih živil v nekaterih primerih negativne učinke na zdravje. Zato vitamine in minerale dodajamo le izbranim izdelkom, kot so multivitaminski napitki (vitamini), športni napitki, nadomestki mesa (vitamin B12), rastlinski nadomestki mleka (kalcij), margarina in jodirana kuhinjska sol.

Konzervansi

Naš cilj je zmanjšati uporabo konzervansov ali se jim, če je to mogoče, v celoti izogniti. Pri tem upoštevamo tudi možne učinke na obstojnost in varnost živil, ki nikakor ne sme biti ogrožena.

²⁹ Europäische Behörde für Lebensmittelsicherheit: Eurobarometer Spezial 354: Lebensmittelrisiken, 2010.

Naši cilji za manjšo vsebnost aditivov

1. Prednost dajemo naravnim sestavinam pred živilskimi aditivi.
2. Manjša uporaba barvil in opustitev uporabe azobarvil, kinolinske rumene in zelene S-barve, kjer je to mogoče.
3. Zmerna uporaba arom – tudi v veganskih nadomestkih.
4. Brez splošne obsežne vitaminizacije in mineralizacije.
5. Zmanjšanje uporabe konzervansov ali njihova popolna opustitev razen v primerih, ko to negativno vpliva na varnost živil.

Spodbujanje trajnostnega prehranjevanja

Naš pristop

Glede na načela planetarne zdrave prehrane (Planetary Health Diet) bo morala trajnostna prehrana prihodnosti temeljiti pretežno na rastlinski prehrani, z zmernim uživanjem mesa in mlečnih izdelkov. Trenutna proizvodnja živil živalskega izvora povzroča približno:

- 20 % svetovnih emisij toplogrednih plinov,³⁰
- 80 % svetovne kmetijske rabe zemljišč,³¹
- 40 % svetovnega izsekavanja pragozdov,³²
- 30 % svetovne porabe pitne vode.³³

Naš cilj je povečati delež beljakovin iz rastlinskih virov ter hkrati zmanjšati negativne okoljske in družbene vplive v dobavnih verigah surovin. Da bi olajšali izbiro živil za bolj trajnostno prehranjevanje, bomo ponujali več sezonskih in lokalnih izdelkov, po možnosti tudi ekoloških, ter še naprej razvijali ponudbo veganskih in vegetarijanskih živil.

V živilskem sektorju se zavzemamo za trajnostno pridelavo sadja in zelenjave, soje, palmovega olja, kave, čaja, kakava, riža, oreškov, mesa ter rib in školjk. Več informacij najdete v naših posameznih [nabavnih politikah](#).

Da bi pri hrani v prihodnosti ravnali še bolj trajnostno, moramo zmanjšati tudi količino zavržene hrane. Študije so pokazale, da tretjina vse na svetu proizvedene hrane nikoli ne pride na krožnik.³⁴ Zato smo se zavezali, da bomo s številnimi ukrepi še naprej zmanjševali količino zavržene hrane (glejte stran 22).

³⁰ Food and Agriculture Organization of the United Nations: GLEAM 2.0 Assessment of Greenhouse gas emissions and mitigation potential, 2017.

³¹ Statista: Distribution of land use for food production worldwide as of 2019, 2021.

³² Our World in Data: Cutting down forests: what are the drivers of deforestation?, 2021.

³³ 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.

³⁴ World Food Programme: 5 facts about food waste and hunger, 2020.

Razvijanje bolj trajnostnega nabora izdelkov

Zaradi podnebnih sprememb, vse večje izgube biotske raznovrstnosti ter s tem povezanih posledic za življenjske in delovne razmere ljudi smo tudi kot trgovsko podjetje odgovorni, da je naše delovanje v skladu z omejitvami planeta. Ta izziv rešujemo tako, da svojo bogato in kakovostno ponudbo izdelkov nenehno usklajujemo z znanstveno utemeljenimi trajnostnimi merili. Konkretno to pomeni nenehno izboljševanje obstoječih izdelkov in razvoj novih, bolj trajnostnih alternativ. Zato tesno sodelujemo s priznanimi certifikacijskimi sistemi, pobudami in partnerji iz znanosti, politike in civilne družbe.

Naši cilji za večjo trajnost v naboru izdelkov lastnih znamk

1. Ključne surovine za svoje izdelke certificiramo v skladu s priznanimi standardi ter sodelujemo v trajnostnih pobudah in projektih. Vse naše cilje s področja pridobivanja surovin si lahko ogledate v [Nabavni politiki za surovine](#).
2. Izvajanje projekta [Lidlova Lojtr'ca domačih](#) za spodbujanje slovenskega malega gospodarstva, butičnih podjetnikov in lokalnih pridelovalcev.

Več rastlinskih virov beljakovin

Svojim kupcem želimo ponuditi širok nabor izdelkov za čim bolj lokalno, sezonsko in rastlinsko prehrano. V ta namen nenehno širimo ponudbo lastnih blagovnih znamk v skladu s svojo strategijo za beljakovine.

Naši cilji za več rastlinskih virov beljakovin

1. Od poslovnega leta 2023 dalje bomo zagotovili preglednost glede deleža živalskih virov beljakovin v primerjavi z rastlinskimi. V naslednjem trajnostnem poročilu bomo tako razkrili delež živalskih virov beljakovin v primerjavi z rastlinskimi.
2. Strategija za beljakovine: do leta 2025 bomo delež rastlinskih virov beljakovin v svoji ponudbi povečali z dodajanjem novih izdelkov, ki podpirajo rastlinsko prehrano. Sem sodijo stročnice, oreški in veganski nadomestki za meso in mlečne izdelke.

Lidl Slovenija že leta ponuja veganske in vegetarijanske izdelke pod lastno blagovno znamko Vemondo. Z nekaterimi izdelki, ki so izključno rastlinskega izvora, pa ne želimo nagovarjati le veganov in vegetarijancev, temveč prek njih za vse kupce vzpostaviti most k rastlinski prehrani.

Naša veganska in vegetarijanska ponudba trenutno vključuje več kot 150 izdelkov. To ponudbo bomo nenehno širili ter izboljševali izdelke po okusu, videzu, teksturi, prehranski fiziologiji in trajnosti.

Zavržena hrana

Vsako leto nastane približno 1,3 milijarde ton odpadne hrane.³⁵ V evropskih državah približno 55 % zavržene hrane nastane v gospodinjstvih, 29 % pa med proizvodnjo, skladiščenjem in nadaljnjo predelavo. Približno 9 % letnih izgub hrane je v gostinstvu, približno 7 % pa v trgovini na debelo.³⁶ Izgube prinašajo neposredne vplive na porabo virov (tla, voda, biotska raznovrstnost) in emisije toplogrednih plinov. Zmanjšanje količine zavržene hrane zato samodejno pozitivno vpliva na podnebje, rabo tal in učinkovito rabo virov.

Naši cilji za zmanjšanje količine zavržene hrane

Na poti do zmanjšanja količin zavržene hrane na nič se je skupina Schwarz zavezala, da bo do leta 2030 za 50 % zmanjšala količino zavržene hrane in organskih odpadkov.

Pri doseganju navedenega cilja se opiramo na sistem MRP (modul planiranja materialnih potreb), ki izhaja iz povpraševanja, učinkovite dobavne verige s kratkimi transportnimi potmi, hladne verige, preverjamo svežino, aktivno spremljamo zaloge, uporabljamo akcijske popuste in ozaveščamo kupce o zmanjševanju količin zavržene hrane.

V sklopu konceptov »**Druga priložnost**« (zabojčki manj lepega sadja in zelenjave) in »**Zadnja priložnost**« v poslovalnicah ponujamo blago po nižani ceni. Gre za izdelke, ki so tik pred iztekom roka uporabe, ali sadje in zelenjavo ter pekovske izdelke, ki so še vedno užitni, a rahlo poškodovani ali razbarvani.

Blago, ki je še užitno, vendar ni več primerno za prodajo, Lidl v skladu z veljavnimi predpisi donira dobrodelnim organizacijam, ki razdeljujejo hrano pomoči potrebnim. Pri tem Lidl Slovenija od leta 2017 sodeluje v projektu Donirana hrana, kamor je vključenih že več kot 50 % Lidlovih trgovin.

³⁵ J. Aulakh, A. Regmi: Post-harvest food losses estimation: development of consistent methodology, 2013.

³⁶ Eurostat: Food waste and food waste prevention – estimates, 2022.

Jasno označevanje, transparentnost in ozaveščanje kupcev

Naš pristop

S preglednim označevanjem izdelkov želimo strankam omogočiti, da se pri nakupu zavestno odločajo. Izdelki lastnih blagovnih znamk so zato opremljeni z jasnimi informacijami in priznanimi trajnostnimi certifikati. Svojim strankam omogočamo, da na letakih, spletni strani in prek drugih kanalov zlahka poiščejo informacije o naših trajnostnih izdelkih.

Nekatere raziskave, opravljene v EU, kažejo, da naraščajoče število oznak za posamezne izdelke lahko povzroči zmedo pri kupcih,³⁷ zato želimo označevanje prehranskega profila in trajnostnih izdelkov poenostaviti.

Za označevanje prehranskih lastnosti izdelkov uporabljamo Nutri-Score, za označevanje okoljskih vplivov pa preizkušamo oceno Eco-Score.

Za preglednost pogojev reje rejnih živali pa uvajamo označevanje načina reje.

Oznaka za trajnostne izdelke

Svojim kupcem želimo ponuditi praktično in enostavno razumljivo označevanje trajnosti na izdelkih. Zato smo preučili petstopenjsko označevanje izdelkov Eco-Score in ga preizkusili v izbranih podružnicah v več državah. Metodologija izračuna Eco-Score je sestavljena iz dveh delov: vpliva izdelka na okolje na podlagi okoljskega odtisa izdelka (PEF) in dodatnih trajnostnih meril (denimo embalaža).

Naš cilj za enotno označevanje trajnosti

Prispevati želimo k pravočasni vzpostavitvi enotnega trajnostnega označevanja na ravni EU.



³⁷ European Commission: Impact Assessment Report, 2022.

Sistem Nutri-Score: v hipu do živil z ugodnejšo hranilno vrednostjo



Nutri-Score je prostovoljni sistem za razširjeno označevanje hranilne vrednosti živil, ki ga je razvilo francosko ministrstvo za zdravje (Santé Publique France). Metodologija izračuna se na ravni EU nenehno razvija. Petstopenjska kombinacija barv in črk na lestvici Nutri-Score sega od zelenega A do rdečega E in potrošnikom poenostavlja izbor živil z ugodnejšim prehranskim profilom. Načeloma se Nutri-Score uporablja kot krovni kazalnik s ciljem, da izboljšamo Lidlov povprečni rezultat Nutri-Score. Izboljševanje spodbujamo tako s preoblikovanjem izdelka kot tudi z razvojem ponudbe, ki vključuje več zdravih živil rastlinskega izvora.

Nutri-Score je Lidl že uvedel v številnih državah EU.

Naš cilj za označevanje hranilne vrednosti

Postopno bomo uvajali označevanje Nutri-Score na izdelkih lastnih blagovnih znamk.

Označevanje načina reje

Dobrobit in zaščita rejnih živali sta pomembni za mnoge potrošnike. Da bi svojim kupcem zagotovili pregledne informacije o tem, bomo uvedli označevanje načina reje. Informacija o reji živali bo navedena neposredno na embalaži.

Naš cilj za označevanje načina reje

V prihodnje bomo uvedli označevanje načina reje na embalaži sveže perutnine in drugega mesa ter mleka.

Zagotavljanje varne hrane

Naš pristop

Varnost živil je temelj naše strategije za ozaveščeno prehranjevanje in zato naša najpomembnejša smernica. Posebno pozornost namenjamo skrbnemu izboru dobaviteljev in proizvajalcev, saj od njih zahtevamo mednarodno priznan standard International Featured Standard (IFS) ali globalno priznanim standardom (BRCGS). Z dobavitelji in proizvajalci tesno sodelujemo pri nenehnem izboljševanju pridelovalnih in proizvodnih postopkov ter zagotavljanju varnosti hrane.

Preizkušena kakovost – nenehno testiranje izdelkov lastnih blagovnih znamk

Z namenom zagotavljanja varnosti, pravne skladnosti in kakovosti izdelkov lastnih blagovnih znamk redno izvajamo nenapovedane ogledne proizvodnih obratov ter s pomočjo neodvisnih akreditiranih inštitutov sistematično testiramo vse izdelke lastnih blagovnih znamk. Poleg kemijskih, mikrobioloških, fizikalnih in vizualnih lastnosti izdelkov preverjamo tudi skladnost deklaracije. Vsi izdelki so senzorično ocenjeni, za kar skrbi oddelek za zagotavljanje kakovosti. Vse izdelke lastnih blagovnih znamk pa testirajo tudi naši kupci. S tem od potrošnikov dobimo pomembne informacije o zaznavanju kakovosti. Tukaj se držimo naslednjega načela: kolikor občutljivejši je izdelek in kolikor več previdnosti je potrebne pri proizvodnji, transportu in prodaji, toliko intenzivneje ga analiziramo. Standardi našega zagotavljanja kakovosti se preverjajo tudi eksterno, prek neodvisnih inštitutov in organizacij. Naš oddelek zagotavljanja kakovosti z vsemi

procesi in dejavnostmi med drugim izpolnjuje tudi zahteve standarda DIN ISO 9001:2015, ki nam ga podeljuje Bureau Veritas na podlagi letnih certifikacijskih presoj.

Naše prizadevanje za zmanjševanje vsebnosti neželenih snovi v živilih

V Lidlu smo skupaj z dobavitelji določili interne mejne vrednosti za številne nezaželene snovi v izdelkih, še preden so bile na ravni EU sprejete zakonske mejne vrednosti. To velja na primer za akrilamid, 3-monokloropropandiol, ogljikovodike iz mineralnih olj, pirolizidinske in tropanske alkaloidne ter transmaščobne kisline. Ne spremljamo le skladnosti s predpisi o živilih, temveč tudi nove ugotovitve raziskav, analize ostankov neželenih snovi in ugotovitve testov potrošniških revij (Zveza potrošnikov Slovenije). Sodelujemo tudi s strokovnjaki z neodvisnih inštitutov. Svojim dobaviteljem posredujemo zahteve v obliki priloge o zagotavljanju kakovosti in dosledno spremljamo skladnost.

Naš cilj za zmanjšanje vsebnosti neželenih snovi v živilih

Interno določeno zmanjšanje vsebnosti onesnaževal in ostankov drugih škodljivih snovi je znatno strožje od zakonskih zahtev, zato še vedno veljajo postavljeni cilji.

Zmanjšanje uporabe pesticidov

Fitofarmacevtska sredstva se uporabljajo za zaščito rastlin ali rastlinskih proizvodov pred boleznimi, ki jih povzročajo denimo glive ali različni škodljivci. Vendar lahko njihova prekomerna uporaba ogroža biotsko raznovrstnost in zdravje ljudi. Zato evropski strategiji »Od vil do vilic« in »Biotska raznovrstnost do leta 2030« pozivata k 50-odstotnemu zmanjšanju uporabe pesticidov. V Lidlu že dolgo sledimo ciljem za zmanjšanje uporabe pesticidov, ki močno presegajo veljavne evropske predpise.

Naši cilji za zmanjšanje ostankov pesticidov

1. Ponudba živil brez ostankov pesticidov, kolikor je to mogoče.
2. Zmanjšanje ostankov aktivnih sestavin na največ eno tretjino zakonsko dovoljene mejne vrednosti.
3. Seštevek vseh ostankov aktivnih snovi ne sme presegati 80 % zakonsko določene najvišje ravni.
4. Zaznati se smejo največ štiri vrste ostankov aktivnih sestavin.



PREGLED CILJEV OZAVEŠČENE PREHRANE

OZADJE:

Vloga prehranskih sistemov v našem okolju postaja vse bolj jasna in prisotna. Danes za pridobivanje hrane porabimo več kot 55 % biološke zmogljivosti, torej več kot polovico svetovne biološke zmogljivosti.¹ Tako kot okolje ima tudi naša prehrana velik vpliv na naše zdravje. Tretjino prezgodnjih smrti v Evropi in Severni Ameriki bi lahko preprečili z zdravo in uravnoteženo prehrano.²

IZZIV:

TRAJNOSTNA IN URAVNOTEŽENA PREHRANA

Planetarna zdrava prehrana (Planetary Health Diet) je znanstvena osnova za svetovno spremembo prehranjevanja³. Če bi vsi ljudje upoštevali smernice rastlinske prehrane, bi se leta 2050 lahko bolj zdravo prehranjevalo približno 10 milijard ljudi, ne da bi s tem preobremenili planet.

CILJ:

Naš cilj do leta 2025 je našim kupcem zagotavljati najboljšo ponudbo za ozaveščen in trajnosten način življenja. Varnost živil je temelj naše strategije. Naš cilj je podpreti preoblikovanje prehranskih sistemov z bolj zdravimi in trajnostnimi prehranskimi cilji.

¹ <https://www.svenskoostday.org/www.com/press-releases-july-2022-german/>
² <https://globalnutritionreport.org/reports/2021-global-nutrition-report/health-and-environmental-impacts-of-diet-and-lifestyle/>
³ https://worldagrovet.org/content/uploads/2019/07/EAT-Lancet_Commission_Summary_Report.pdf

VARNOST ŽIVIL



ZMANJŠANJE NEZELENIH SNOVI

V teku Zmanjšanje onesnaževal in ostankov znatno pod zakonskimi zahtevami.

ZMANJŠANJE UPORABE PESTICIDOV

V teku Ponudba živil brez ostankov, kolikor je to mogoče. Zmanjšanje ostankov aktivnih sestavin na največ eno tretjino zakonsko dovoljene mejne vrednosti. Odstotek uporabe vseh ostankov aktivnih sestavin do največ 80 % zakonsko določene najvišje ravni. Največ štiri določljive vrste ostankov aktivnih sestavin na živilo.

URAVNOTEŽENA PREHRANA



TRŽENJE ZA OTROKE

Nemudoma Spodbujamo oglaševanje za bolj zdravo in trajnostno prehrano otrok.
Od 2023 leta Brez oglaševanja nezdravih živil lastnih blagovnih znamk otrokom.
Do konca leta 2025 Otroška zasnova embalaže izdelkov osredotočena na izdelke lastnih blagovnih znamk, ki izpolnjujejo merila SZO. Izjema: bažila, velika noč, noč čaravnice

POLNOZRNATA ŽITA IN VLAKNINE

Do konca leta 2023 Analiza izdelkov za razširitev ponudbe s polnozrnatimi alternativami.
Do leta 2025 Postopno povečevanje deleža polnozrnatih živil lastnih blagovnih znamk. Transparentnost vsebnosti vlaknin na deklaracijah lastnih blagovnih znamk.

ZDRAVE MAŠČOBE IN OLJA

V teku Povečanje deleža visokokakovostnih in trajnostnih rastlinskih olj v izdelkih lastnih blagovnih znamk, po možnosti iz regionalnih virov.

ZMANJŠANJE DELEŽA SLADKORJA IN SOLI

Do leta 2025 20-odstotno zmanjšanje povprečne vsebnosti dodanega sladkorja in soli v izdelkih lastnih blagovnih znamk.

DODATKI

V teku Uporaba naravnih sestavin namesto aditivov. Zmanjšanje količine barvil, prenehanje uporabe azobarvil, chloraln rumene in zelene barve 5. Znišana uporaba arom, tudi v veganskih nadomestkih. Brez splošne obsežne vitaminizacije in mineralizacije. Zmanjšanje in opustitev konzervansov ob upoštevanju varnosti živil.

TRAJNOSTNA PREHRANA



RASTLINSKI VIRI BELJAKOVIN

Od PL 2023 naprej Strategija za beljakovine: transparentnost v trajnostnem poročilu glede deleža beljakovin živalskega izvora v primerjavi z rastlinskimi viri beljakovin.
Do leta 2025 Povečanje deleža rastlinskih virov beljakovin v našem naboru izdelkov.

TRAJNOSTNI RAZVOJ NABORA IZDELKOV

V teku Cilji za surovine v skladu z nabavno politiko Lidla Slovenije. Spodbujanje regionalnih in sezonskih živilskih izdelkov.

ZMANJŠANJE KOLIČINE ZAVRŽENE HRANE

Do leta 2025 Zmanjšanje izgub hrane in organskih odpadkov v največji možni meri.

TRANSPARENTNOST IN OZAVEŠČENOST KUPCEV



OZNAKA ZA TRAJNOSTNOST

V teku Vzpostavitev splošnega in emotnega označevanja trajnosti v EU.

SISTEM NUTRI-SCORE

V teku Postopno označevanje Nutri-Score na naših izdelkih lastnih blagovnih znamkah.

NAČIN REJE

V teku Informacije o načinu reje sveže perutnine in mesa ter mleka na embalaži izdelka.

Glosar



Glosar

Energijska vrednost	Energijska vrednost živila na 100 gramov. Ta se lahko meri v kalorijah (kcal) ali kilojoulih (kJ). Živila z veliko vsebnostjo vode in vlaknin, kot je večina sadja in zelenjave, imajo običajno nižjo energijsko vrednost. Nasprotno pa imajo izdelki, ki vsebujejo veliko sladkorja, maščob ali škroba, visoko energijsko vrednost. ³⁸
Glukozno-fruktozni sirup	Sladkorni sirup, proizveden iz škrobnatih rastlin, kot so koruza, krompir ali pšenica. Vsebuje od 5 do 50 % fruktoze (sadnega sladkorja). Ima večjo sladilno moč, pogosto pa se uporablja tudi za boljšo topnost ali izboljšanje teksture. Prevelik vnos fruktoze lahko povzroči povečano tveganje za debelost, sladkorno bolezen, presnovne motnje ter bolezni srca in ožilja. ³⁹
Nutri-Score	Da bi potrošnikom omogočili informirano izbiro živil, so na voljo številne označbe hranilne vrednosti. Ena od njih je Nutri-Score. Ta s semaforjem od temno zelenega A do rdečega E prikazuje, kako ugoden prehranski profil ima izdelek. ⁴⁰

³⁸ BMEL: Kompass Ernährung, 2019.

³⁹ VGMS: Glukose-Fruktose-Sirup, o. J.

⁴⁰ BMEL: Nutri Score, o. J.

Viri in povezave



Viri in povezave

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL):

Kompass Ernährung, o. J.

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

(dostopano: 6. 10. 2022)

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL):

Nutri-Score, o. J.

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

(dostopano: 20. 4. 2022)

Dr. med. Peter von Philipsborn/Verbraucherzentrale Bundesverband:

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

(dostopano: 6. 10. 2022)

Global Footprint Network:

Earth Overshoot Day 2022: Ecuadors Umweltminister ruft zum Handeln auf: »Nutzen wir unsere ökologische Stärke, um unsere Zukunft zu gestalten«, 2022

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

(dostopano: 6. 10. 2022)

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

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

(dostopano: 6. 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

(dostopano: 6. 10. 2022)

Europäische Behörde für Lebensmittelsicherheit:

Eurobarometer Spezial 354: Lebensmittelrisiken, 2010

[Eurobarometer Summary DE \(europa.eu\)](https://ec.europa.eu/eurobarometer/eurobarometer-summary-de)

(dostopano: 6. 10. 2022)

European Commission:

Impact Assessment Report, 2022

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

(dostopano: 6. 10. 2022)

European Commission:

Making our food fit for the future – Citizen expectations, 2020

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

(dostopano: 6. 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>

(dostopano: 6. 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)

(dostopano: 6. 10. 2022)

Eurostat – Statistics Explained:

Food waste and food waste prevention – estimates, 2022

https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Food_waste_and_food_waste_prevention_-_estimates#Amounts_of_food_waste_at_EU_level

(dostopano: 27. 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/>

(dostopano: 6. 10. 2022)

Foodwatch – die Essensretter:

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/>

(dostopano: 6. 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>

(dostopano: 6. 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>

(dostopano: 6. 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/>

(dostopano: 6. 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>

(dostopano: 6. 10. 2022)

J. Aulakh, A. Regmi:

Post-harvest food losses estimation: development of consistent methodology, 2013

(dostopano: 6. 10. 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 \(bmj.com\)](https://www.bmj.com/content/375/n10377/e017111)

(dostopano: 6. 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 \(nih.gov\)](#)

(dostopano: 6. 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 \(researchgate.net\)](#)

(dostopano: 6. 10. 2022)

Max-Rubner-Institut:
**Ernährungsphysiologische Bewertung und Auswirkungen des
Isoglukosekonsums auf die menschliche Gesundheit, o.J.**

[Isoglukose_Ernährungsphysiologische_Bewertung.pdf \(bund.de\)](#) (dostopano: 6. 10. 2022)

MD Dr PH Dariush Mozaffarian:
Dietary fat, 2022

<https://www.uptodate.com/contents/dietary-fat> (dostopano: 6. 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](https://www.oecd-ilibrary.org/agriculture-and-food/sugar-projections-consumption-per-capita_4ad4cf3a-en) (dostopano: 6. 10. 2022)

PD Dr. Tobias Effertz/Universität Hamburg:
**Kindermarketing für ungesunde Lebensmittel in Internet und TV,
2021**

<https://www.bwl.uni-hamburg.de/irdw/dokumente/kindermarketing2021effertzunihh.pdf>
(dostopano: 6. 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 \(nih.gov\)](#) (dostopano: 6. 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=2.8553269.18014998
50.1659819119-2140775266.1659819118](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212371713000024?_ga=2.8553269.1801499850.1659819119-2140775266.1659819118) (dostopano: 6. 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/>
(dostopano: 6. 10. 2022)

Verband der Getreide-, Mühlen-, und Stärkewirtschaft (VGMS) e. V.:
Glukose-Fruktose-Sirup, o. J.

[https://www.vgms.de/staerkeindustrie/lebensmittel/staerkebasierte-zucker/glukose-fruktose-
sirup](https://www.vgms.de/staerkeindustrie/lebensmittel/staerkebasierte-zucker/glukose-fruktose-sirup) (dostopano: 6. 10. 2022)

World Health Organization:
Diabetes, 2022

[Diabetes \(who.int\)](#) (dostopano: 6. 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> (dostopano: 6. 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> (dostopano: 6. 10. 2022)

World Health Organization:
Nutrition: Trans fat, 2018

<https://www.who.int/news-room/questions-and-answers/item/nutrition-trans-fat> (dostopano: 6. 10. 2022)

World Health Organization:
Salt Intake, 2022

<https://www.who.int/data/gho/indicator-metadata-registry/imr-details/3082> (dostopano: 6. 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> (dostopano: 6. 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 (dostopano: 6. 10. 2022)

WWF:
Auf der Ölspur: Berechnungen zu einer palmölfreieren Welt, 2016

[WWF-Studie Auf der Ölspur.pdf](#) (dostopano: 6. 10. 2022)

Viri fotografij

Naslovnica

marilyn barbone, stock.adobe.com



Kontakt

Lidl Slovenija
Pod lipami 1
1218 Komenda

boljsisvet@lidl.si

Več informacij o korakih do družbene odgovornosti

www.lidl.si
www.boljsi-svet.si

Avtorske pravice

Vsebine tega dokumenta (vključno z besedili, grafikami, fotografijami, logotipi in podobno) in sam dokument so zaščiteni z avtorskimi pravicami. Posredovanje, spreminjanje, objava, prevod ali reprodukcija tega dokumenta in/ali njegovih vsebin so brez pisnega dovoljenja podjetja Lidl prepovedani.

Opomba o spolno nevtralnem jeziku

V tej publikaciji se zaradi berljivosti uporabljajo moške slovnične oblike, pri čemer se nevtravno in enakopravno nanašajo na osebe različnih spolov.

© Lidl Slovenija