**Лидл България представя на пазара продукти с по-малко добавена сол и захар**

*Целта на компанията е до 2025 г. да намали с 20% средното съдържание на сол и захар в избрани продукти*

**17 май 2022 г., София** Лидл България представи избрани продукти от собствени марки с по-малко добавена сол и захар спрямо първоначалната им рецепта. Компанията от няколко години работи върху подобрение и оптимизиране на състава на своите продукти в изпълнение на [политиката си за рационално хранене](https://corporate.lidl.bg/otgovornost/politika-za-racionalno-hranene). Една от целите в нея е до 2025 г. да намали с 20% средното претеглено съдържание на добавената сол и захар в редица продукти собствена марка.

По отношение на намаляването на захарта във фокуса на веригата попадат храни, които се консумират с удоволствие и са любими на децата като зърнени закуски, плодови кисели млека и млечни напитки, сладка, десерти, сладоледи, сладкиши и пасти, бонбони и шоколади, кетчуп и готови ястия. При намаляването на солта Lidl насочва вниманието си основно към редовно консумираните храни, които имат принос за голяма част от дневния прием на сол като хляб и хлебни изделия, месни заготовки и колбаси, сирена и млечни продукти, готови ястия и пици, сосове, соленки, снаксове и чипсове.

Стратегията на Lidl за намаляване на добавената сол и захар, описана в Политиката за рационално хранене на компанията, е в отговор на международните препоръки, отразени и в доклад на проф. Людмила Б. Иванова на тема [„Солта и захарта – дебнеща опасност за нашето здраве“](https://www.lidl.bg/content/download/104668/file/Salt_sugar_3%20May2022_Final.%20docx.pdf?inLanguage=bg-BG&version=1). Промяната на рецептите в посока намаляване на добавената сол и захар е в полза на опазване на здравето на потребителите и е в съответствие с целите и изискванията на СЗО.

Част от продуктите с по-малко добавена захар спрямо първоначалната им рецепта, които клиентите вече могат да открият в магазините на Lidl, са любимият шоколадов пудинг Milbona, кетчуп Kania Junior, нектар от праскова Solevita, както и йогурт с плодове Pilos. По-малко добавена сол спрямо първоначалния им състав, пък има в нежния сметанов крем за мазане Pilos, кайма смес, избрани видове хляб и някои колбаси собствена марка, а едромляната лютеница Freshona, е не само с по-малко сол, но и с по-малко добавена захар.

Компанията работи усилено не само върху намаляването на солта и захарта в желанието си да допринесе за едно по-балансирано хранене, но и в посока запазване на вкусовите качества на продуктите, така че клиентите да не усетят разлика, докато им се наслаждават. Плановете на веригата са да продължи активно да подобрява рецептите на своите продукти и още тази година да разшири асортимента си от предложения с по-малко добавена сол и захар. За улеснение, всички подобрения са обозначени в брошурата и сайта на веригата, така че клиентите да могат да видят стойността на намалението в проценти.

Повече информация вижте на: [По-малко сол и захар - www.lidl.bg](https://www.lidl.bg/solizahar)

***За Лидл България***

*Lidl е най-голямата верига магазини за хранителни стоки в Европа, част e от немската Schwarz Group и присъства в 31 държави. В България Lidl стартира своята дейност през 2010 г. Днес компанията има 111 магазина в 50 града и над 3700 служители. Предимствата на специфичния бизнес модел, широката гама продукти с оптимално съотношение качество-цена и въвеждането на редица иновативни практики и модели наложиха Lidl в България като смарт дискаунтър, предлагащ високо качество на добра цена, и компания, която подхожда честно, отговорно, с мисъл и грижа за своите клиенти, служители, партньори, както и за околната среда.*