LIDL

Körforgás Magazin

A Lidl Magyarország kiadványa, készült a 2024-es gazdasági év adatai alapján.

Termékkínálat, ami trenddé formálja a tudatosságot

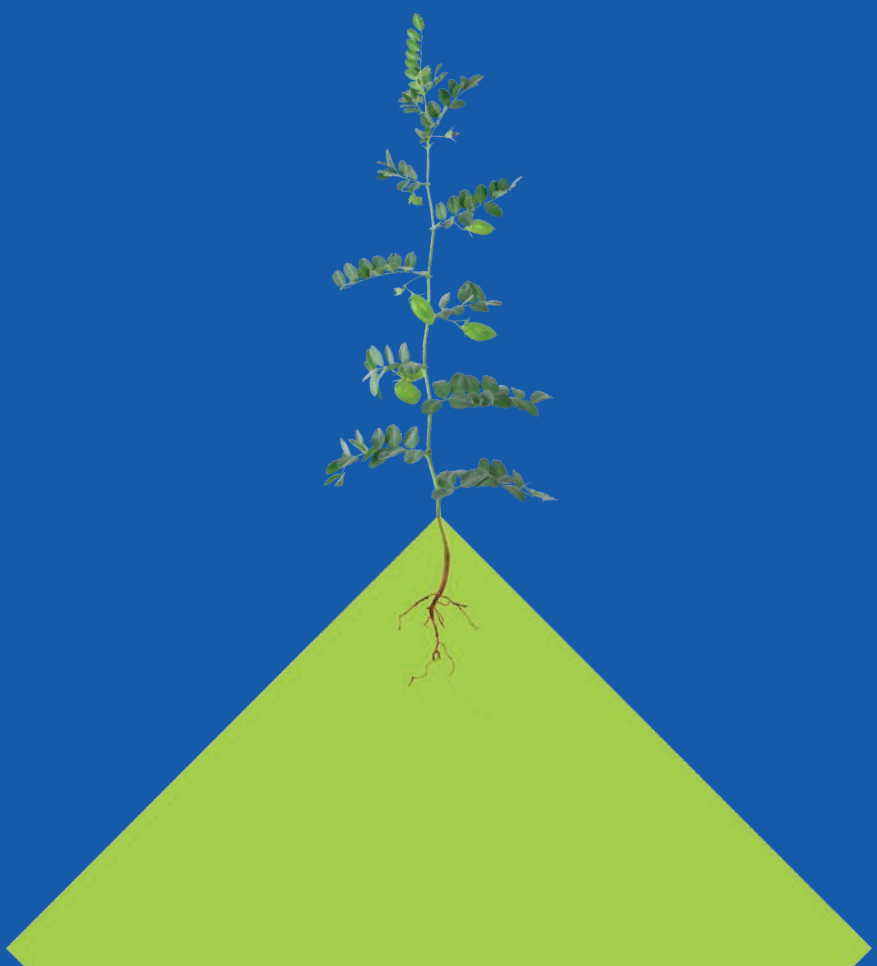
Élelmiszermentés, ami értéket teremt

A munkavállalói jóllét a cégek aranytartaléka

LIDL

Igazán megéri.

Már ma a holnapra gondolni igazán megéri.



Helló!

Gondoltad volna, hogy a világítási rendszerünknek, saját márkás zabtejünknek, sportruházatunknak, az üzletekben kapható Mentsük meg! csomagoknak, vagy az áruszállító kamionoknak is köze van mindahhoz, amit a fenntarthatóbb működésünkért teszünk? Mármint a miénkért és a Tiédért is.

Mit takar az egyre nagyobb fókuszt kapó fenntarthatóság kifejezés egy diszkontlánc életében? Miért érint ez Téged is a mindennapi döntéseid során, és hogyan igyekszik a Lidl segítséget nyújtani számodra is az életmódod fenntarthatóbbá tételéhez?

Erről szól a Körforgás Magazin.

Fontosnak tartjuk, hogy vásárlóinkat megismertessük a fenntarthatóság fogalmával, és azzal, hogy számunkra ez mit jelent. Céljaink és vásárlóink nincsenek meg egymás nélkül – fontos tehát, hogy megismerd a fenntarthatósági területeinket, és tudatosítsd, hogy vásárlásoddal Te magad is alakítod a vállalati döntéshozatalt és hozzájárulsz a természeti és társadalmi környezet állapotához.

A következő oldalakon egy izgalmas élményre invitálunk: olvasmányosan mutatjuk be, milyen gondolatisággal közelítjük meg a Lidlnél a környezet- és egészségtudatosságot és milyen konkrét intézkedéseket teszünk ezen a területen. Ezeknek egy része közvetlenül érint Téged – például üzleteink kialakítása, a polcokon található kínálat vagy termékeink csomagolása révén. A másik része pedig a háttérben zajlik – a vállalati élelmiszer-adományozás, a folyótisztítás vagy az alkalmazott áruszállító kamionflotta környezetkímélőbbé tétele csupán pár akció a sok közül.

A Lidl Körforgás Magazinnal egyszerre nyújtunk tágabb kontextust és célzott ismeretterjesztést, hiszen szándékunk, hogy ne csak egy szűk szakmai kör, hanem munkatársaink, családtagjaink és vásárlóink is értsék a fenntarthatóság lényegét. Célunk az is, hogy széles rétegeket elérve Téged is inspiráljunk a környezet- és egészségtudatos gondolkodásmódra.

Kellemes olvasást kívánunk!
Lidl Magyarország

TARTALOM

19 20 éve a Lidl csapatában – Nélkülük nem lenne ugyanaz

20 Magyar beszállítók termékei a hazai és európai polcokon

22 Élelmiszer-adománnyal a gyermekek gyógyulásáért

22 Telitálka – Támogatjuk a felelős állattartást

04 **FENNTARTHATÓSÁGI ALAPELVEINK**

05 Stratégiánk kulcsa: párbeszéd, edukáció, transzparencia

07 **EGÉSZSÉG ELŐMOZDÍTÁSA**
– cselekvési terület bevezető

08 Úton a fenntarthatóbb termékkínálat felé

09 Évről évre erősítjük a vegán kínálatot

10 Árparitás a Lidlnél: Ne legyen pénzkérdés a tudatos választás!

11 **BIODIVERZITÁS TISZTELETE**
– cselekvési terület bevezető

12 Élő agrárörökségünk megőrzése – együttműködés az ÖMKi-vel

14 Mitől jó a bió?

15 Hogyan vásárolj tudatosan? – A terméktanúsítványok nyomában

16 Minőségi paletta – saját márkás termékeink tanúsításai

17 **ETIKUS MŰKÖDÉS**
– cselekvési terület bevezető

18 Kollégából vállalati egészségnagykövet

23 **ERŐFORRÁSOK MEGŐRZÉSE – cselekvési terület bevezető**
24 Élelmiszermentéssel a pazarlás ellen
26 A jövő a körforgásé – Így teszünk együtt a tisztább bolygóért
27 Közösen a tiszta környezetért
27 Segítünk hasznosítani a használt sütőolajat
28 Új életet adunk a műanyag flakonoknak
28 Hogyan lehet érték a műanyaghulladék?

29 **KLÍMAVÉDELEM – cselekvési terület bevezető**
30 Nettó Zéró 2050-ig: megoldásaink a fenntarthatóbb működésért
31 Zöld úton a termelőtől a polcokig
32 Korszerűség és fenntarthatóság – Épül az eddigi legnagyobb logisztikai központunk
32 Zöldbe borultak az üzleteink

IMPRESSZUM

A Lidl Magyarország kiadványa, megjelenik a Professional Publishing Hungary Kiadó Kft. (PPH Media) gondozásában.
Lidl Magyarország Kereskedelmi Bt., 1037 Budapest, Rádl árok 6., T: +36-1-346-6000, csr@lidl.hu, www.lidl.hu
Fotók: Adobe Stock, Lidl Magyarország

FENNTARTHATÓSÁGI ALAPELVEINK

Szlavikovics Zita
Az igazgatóság elnöke
Lidl Magyarország

A Lidl Magyarország – a német alapítású Schwarz Csoport vállalatainak részeként – egyrészt globális, másrészt lokális fenntarthatósági célokat is követ. Milyen vezérelvek jellemzik a stratégiai gondolkodást?
Élelmiszer-kiskereskedőként felelősségünk van abban, hogy minél fenntarthatóbb élelmiszerrendszereket alakítsunk ki. Tudatosan építkezve rövid, közép és hosszú távú célokat tűzünk ki magunk elé, s tervezzük meg intézkedéseinket a klímavédelem, a biodiverzitás védelme, az erőforrások megőrzése, illetve az etikus működés és az egészség támogatása kapcsán. A nemzetközi célokkal összhangban, ugyanakkor a helyi környezeti-társadalmi adottságok, érintetti elvárások alapján számos saját programot valósítunk meg.

Hogyan ellenőrzik a célok teljesülését?
A stratégiai gondolkodás alapja a mérhetőség biztosítása. Ez nemcsak az intézkedéseink hatékonyságának nyomon követése miatt fontos, hanem a transzparens működés feltétele is. Karbonlábnyom-menedzsmentet alkalmazunk, kínálatunkat egyre bővülő fenntarthatósági szempontrendszer mellett vizsgáljuk és értékeljük, ami mutatja, hogy mely területen haladunk jól, és hol szükséges további fejlesztés a célok elérése érdekében. Piacvezetőként azon dolgozunk, hogy ezen a területen is élen járjunk.

A klímaváltozás hatására milyen lépéseket tesznek a fenntarthatóság előmozdítása érdekében?
A klímaváltozás egyre nagyobb hatással van az ellátásbiztonságra, ezért a klímavédelem mellett megkerülhetetlenné vált a megváltozott körülményekhez való alkalmazkodás. Nagy fókuszt helyezünk az édesvízvédelemre, ezt tükrözi saját vízpolitikánk is. A termékkínálatunk fenntarthatóbbá tételére irányuló törekvésünk az élelmiszerrendszerek átalakulását célozza. A sikeres megvalósításhoz az ellátási láncunk minden szereplőjére szükség van, a termelőtől a gyártón át a vásárlókig. Hiszünk abban, hogy mindannyiunknak fontos, hogy egy fenntarthatóbb jövőt építsünk, közösen.

Kollégáimmal azon dolgozunk, hogy minél több lépést tegyünk meg ezen az úton, együttműködésre hívva partnereinket, vásárlóinkat.

Energiahatékonysági intézkedéseink eredménye

1 655 171 kWh

energiát takarítottunk meg, és

217 tonna

kapcsolódó CO_2-kibocsátást előztünk meg 2024-ben.

Stratégiánk kulcsa:

párbeszéd, edukáció, transzparencia

Dr. Kaibinger Tamást, a Lidl vállalati kapcsolatokért felelős vezetőjét és Seregi Szabina CSR osztályvezetőt kérdeztük a Lidl fenntarthatósági stratégiájának hazai megvalósítási tapasztalatairól.

Dr. Kaibinger Tamás,
vállalati kapcsolatokért felelős vezető

Szlavikovics Zitától megtudhattuk, hogy fontos a partnerekkel, vásárlókkal való együttműködés a fenntarthatósági célok eléréséhez. Hogyan valósítják ezt meg a gyakorlatban?

K.T.: A nemzetközi stratégiánknak mindig is része volt a párbeszéd. A stratégiánk kialakításának egyik fontos lépése volt, hogy amíg ezt korábban önálló fókuszterületként kezeltük, az új struktúrában mind az öt fókuszterületünket átható szerepet kapott. Ez látszólag kis változtatás, de a valóságban nagy előrelépés. Ennek a megközelítésnek köszönhetően munkánk során is nagyobb hangsúlyt kapnak az együttműködések és a transzparens kétoldalú kommunikáció, ami kulcsfontosságú elem, bármilyen elköteleződésről is legyen szó.

Milyen főbb együttműködéseket emelne ki az utóbbi évekből?

K.T.: Büszkék vagyunk a nemzetközi és a hazai partnerkapcsolatainkra is. 2024-ben a Lidl hosszú távú nemzetközi partnerséget indított a WWF-fel, a világ egyik legnagyobb természetvédelmi szervezetével. A kezdeményezés részeként célokat tűztünk ki a felelős nyersanyagbeszerzés, az élelmiszer-pazarlás elleni küzdelem és a fenntartható üzleti gyakorlatok saját értékláncunkon túlmutató előmozdítása terén.

2025 februárjában a BCSDH tagjai lettünk (Magyarországi Üzleti Tanács a Fenntartható Fejlődésért – a fenntartható vállalatok vezetőinek közössége, Magyarországon 150 tagvállalatot számol – *a szerk.*), ez az együttműködés egy remek szakmai közösség és kitűnő terep a jógyakorlatok cseréjére. Külön öröm, hogy itt olyan modellváltásokon, üzleti megoldásokon dolgozhatunk közösen, amelyek valódi válaszokat adhatnak a hazai kihívásokra.

2024-ben
500
magyar beszállító
6000
terméke volt elérhető hazai üzleteinkben.

***Seregi Szabina**,*
CSR osztályvezető

Hogyan közelíti meg az említett hazai kihívásokat a vállalat?

S.SZ.: Az elkötelezettség és innovációra való nyitottság mellett az edukációnak kulcsszerepe van a célok elérésében. Támogatni kell a beszállítóinkat, motiválni a munkavállalóinkat és edukálni a vásárlóinkat, különösen a fiatal generációkat a fenntarthatóság előmozdítása érdekében.

Rendszeres képzést tartunk a beszerző kollégáinknak és egy meghatározott beszállítói körnek is a fenntartható beszerzéssel kapcsolatos céljainkról. A *YOU* nemzetközi programunk keretében pedig minden munkavállalónk számára online tananyagot biztosítunk, amely megismerteti fenntarthatósági stratégiánkat, és azt, hogy miért fontos a közös megvalósítás.

Az általános iskolások számára évek óta szervezünk edukációs versenyeket, melyekhez országszerte csatlakoznak diákok. Social media követőink is mindig nyitottak a tudatosságnövelő tartalmainkra, nyereményjátékainkra, legyen szó szelektív hulladékgyűjtésről, élelmiszerfeleslegcsökkentésről vagy egészségtudatos táplálkozásról. Fontos számunkra, hogy gyakorlati segítséget, tippeket adjunk a vásárlóinknak, hogyan lehetnek tudatosabbak a mindennapokban.

Milyen szerepet játszik a transzparencia a vállalat működésében és a fenntarthatósági célok megvalósításában?

K.T.: Számunkra a transzparencia kiemelt fontossággal bír. Lényeges, hogy amit csinálunk, azt ne csak mi követhessük nyomon, hanem minden érintetti csoportunk. Átláthatóság szempontjából etikus vállalatként a Lidl Magyarország eredményeiről nyilvános fenntarthatósági jelentéseiben, ezúttal pedig magazin formában számol be. Ennek alapja egy komplex riporting rendszer, melyben nemzetközi és hazai mutatószámok mentén mérjük fenntarthatósági teljesítményünket. Folyamatosan figyeljük a változó környezetet, a vásárlók, partnerek visszajelzéseit, amiket be is építünk stratégiánkba, ezáltal fejlesztve azt.

Mit jelent ez a gyakorlatban?

S.SZ.: Például az élelmiszermentési programunk esetében nyomon követjük az adományozott élelmiszer súlyát, a támogatott szervezet pedig azt, hogy hány rászorulót tudunk segíteni adományunkkal. Folyamatos a kommunikáció a partnerszervezeteinkkel annak érdekében, hogy minél hatékonyabb legyen a napi szintű élelmiszermentés, illetve közösen gondolkodunk további megoldásokon, ami szélesíteni tudja az élelmiszermentési gyakorlataink körét.

„SzelektálOK” tudatos hulladékválogatási versenyünkre országszerte több mint

1700

kitöltés érkezett, közel

600

általános iskolából.

EGÉSZSÉG ELŐMOZDÍTÁSA

A Lidlnél azért dolgozunk, hogy az egészségtudatos táplálkozás és a bolygó védelme kéz a kézben járjon.

Milyen lépéseket teszünk?

A Lidl csatlakozott a Planetary Health Diet (PHD) bolygóbarát egészséges étrendjéhez, és célja, hogy választékát 2050-ig még inkább ehhez az étrendhez igazítsa. Ez egy döntő lépés az élelmiszerrendszerek átalakításában annak érdekében, hogy az egyre növekvő világnépesség egészséges módon táplálkozhasson anélkül, hogy a bolygónkat túlterhelnénk.

A Lidl nemzetközi célja, hogy 2030-ig 20%-kal növelje az értékesített növényi alapú élelmiszerek arányát. A termékkínálatában szereplő valamennyi élelmiszer-kategóriát átláthatóvá teszi, és ehhez a WWF módszertanát alkalmazza. A Lidl Magyarországnál azon dolgozunk, hogy 2030-ig 15%-ra növeljük a növényi eredetű fehérjeforrások arányát teljes kínálatunkban az állati eredetű fehérjeforrásokhoz viszonyítva 2022-höz képest, és 15%-ra növeljük a teljes kiőrlésű gabonafélék arányát a teljes gabona-termékkínálatban 2023-hoz képest, illetve minden releváns termékkategóriában legalább egy teljes kiőrlésű gabonafélét kínáljunk majd.

Büszkék vagyunk rá, hogy 2023-ban 10,5% volt a növényi eredetű fehérjeforrások aránya, ezt 2024-ben 11,4%-ra, közel 1%-kal tudtuk növelni.

Kiemelt célunk, hogy 2025-ig a saját márkás termékkínálatban a hozzáadott só és cukor értékesítési mennyiséggel súlyozott átlagát 20%-kal csökkentsük a 2015-ös szinthez képest.

Olvass tovább!

Rovatunkban Szabó Adrival, a Lidl dietetikusával beszélgettünk, emellett beszámolunk a Veganuár™ 2025 kezdeményezésről, és hogy miként szorgalmazzuk a vega és vegán termékpaletta folyamatos bővítését.

„A környezetrombolásról szóló rossz hírek között időről időre teret kapnak a jó példák is: méhlegelők és a beporzó rovarok védelme, talajkímélő mezőgazdasági gyakorlatok, vízmegőrzés, fenntartható életmód. A saját egészségünk és a bolygónk egészsége szempontjából is az egyik legfontosabb témakör a táplálkozás. Kalandra hívunk a bolygóbarát étrendek világába – de ne feledjük, hogy a természet nemcsak táplál, hanem a mozgás, a pihenés és a lelki feltöltődés tere is.”

— ***Sipos Katalin,*** *igazgató, WWF Magyarország*

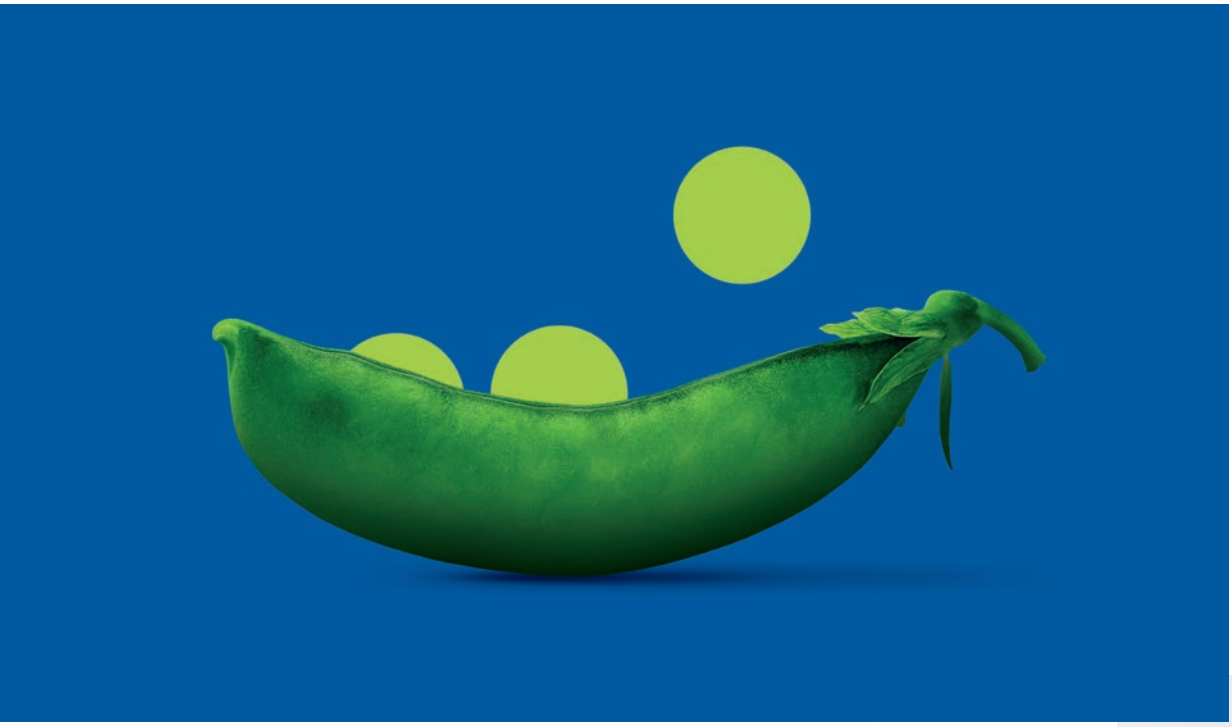
A növényi eredetű fehérjeforrások aránya:

2023-ban
10,5%

2024-ben
11,4%

A cél 2030-ig
15%

Úton a fenntarthatóbb termékkínálat felé



Szabó Adri, a Lidl dietetikusa mesél a fenntarthatóbb és egészségtudatosabb táplálkozásról.

Miért fontos, mi a szerepe a növényi fehérjének a táplálkozásban?
Növényi fehérjeforrások elsősorban: száraz hüvelyesek (lencse, bab, csicseri, szójabab), gabonák és olajos magvak. Ezek – amellett, hogy tartalmazzák a szervezet működéséhez szükséges fehérjeépítő aminosavakat – kiváló forrásai a rostoknak, telítetlen zsírsavaknak és nagyon gazdagok mikrotápanyagokban, ezért az egészségmegőrzésben kulcsszerepet játszanak.

Mi az előnye a teljes kiőrlésű gabonának?
A teljes gabonák és álgabonák (búza, köles, hajdina, zab, rozs, árpa, rizs, kukorica, amaránt, quinoa) nem csupán egyszerű szénhidrátokat tartalmaznak, hanem a rostok egyik legjobb forrásai, és jelentősebb mennyiségű fehérjét tartalmaznak. Finomított társaiknál gazdagabbak vitaminokban, ásványi anyagokban, antioxidánsban és gyulladáscsökkentő hatással bíró

telítetlen zsírsavakban, valamint kedvezőbben hatnak a vércukor-emelkedésre is.

A fenntartható táplálkozás szempontjából miért jó a bió?
A biogazdálkodásban nem lehet talajt kizsigerelő módon, monokultúrásan termelni. Ez a megközelítés jobb tápanyaggazdagságot nyújthat a növénynek és így az embernek is.

Vásárlóként mire figyeljünk biotermékek választásakor?
Nem minden bió, ami zöld! Keresd a minősített bio- (= öko) termékeket, pl. Biokontroll Hungária Nonprofit Kft. (HU-ÖKO-01), Bio Garancia Kft. (HU-ÖKO-02), EU Organic (zöld alapon fehér csillagokból kirakott levél), Bio-Siegel, DEMETER (biodinamikus) stb. Így valóban értékes termékeket tudsz az asztalra tenni.

TUDATOSAN A BOLYGÓNK JÖVŐJÉÉRT!

A Planetery Health Diet (PHD) az EAT Lancet Bizottság kutatócsoportja által megalkotott bolygóbarát egészséges étrend, melynek alapját a teljes értékű gabonák, zöldségek, gyümölcsök, olajos magvak és hüvelyesek adják, de a mértékletes állati eredetű nyersanyag, halfogyasztás is megengedett. A kutatók azzal a céllal alkották meg, hogy a 2050-re jósolt 10 milliárd fős világnépesség elérése esetén is egészségesen és fenntartó módon tudjunk táplálkozni anélkül, hogy bolygónkat túlterhelnénk.

Évről évre erősítjük a vegán kínálatot

A Lidl Magyarország a Veganuár™ 2025 kiemelt élelmiszerlánc-partnere lett. Az egy hónapos kihívás egybevág céljainkkal: az egészségtudatos és fenntartható táplálkozás ösztönzésével.

Folyamatosan azon dolgozunk, hogy bővítsük a saját márkás vegán termékeink kínálatát, és törekszünk arra, hogy hasonló áron kínáljuk azokat, mint az állati eredetű termékeket. Míg 2022-ben 46 db, 2023-ban 50 db, 2024-ben már 73 db Vemondo terméket kínáltunk vásárlóinknak állandó és akciós választékunkban.

A Vemondo vegetáriánius és vegán paletta olyan növényi alapanyagú alternatíva, amellyel vásárlóinknak nem kell kompromisszumot kötniük, legyen szó ár-érték arányról vagy ízélményről. Büszkék vagyunk arra is, hogy Vemondo Barista zabitalunk 2024-ben elnyerte az Év Saját Márkás Terméke díjat.*

2022: 46 db
2023: 50 db
2024: 73 db
Vemondo termék**

A nemzetközi Veganuary kihívás magyarországi változata a vegán étrend legalább egy hónapig tartó kipróbálására buzdít. Az egyre népszerűbb kezdeményezés 2020-ban jött létre – 2025-ben már 44 535 résztvevőt regisztráltak.

** Egy minden évben, több kategóriában indított, nem reprezentatív, szakmai zsűri által, előre meghatározott szempontrendszer alapján történő elismerés. Tovább információ: evsajatmarkastermeke.storeinsider.hu*
*** Darabszámok esetében az adatok éves szinten, üzleti évet átfogóan értendők.*

Árparitás a Lidlnél:

Ne legyen pénzkérdés a tudatos választás!

Hiszünk abban, hogy a fenntartható és egészséges étkezés mindenkinek elérhető kell, hogy legyen – ezért dolgozunk mi is nap mint nap a Lidlnél.

2024 januárjától úttörő lépésként elindítottuk a Vemondo márkanév alá tartozó vegán élelmiszereink árának csökkentését, hogy azokat hasonló áron kínáljuk, mint állati eredetű megfelelőjüket. Arra törekszünk, hogy vásárlóink az ízlésük és értékrendjük szerint választhassanak anélkül, hogy az ár döntene.

A tudatos vásárlói döntéshez azonban érdemes az élelmiszerek tápértékét is figyelembe venni. Célunk, hogy a termékek csomagolásán lévő tápértéktáblázatban feltüntessük a rosttartalmat, illetve elindítottuk bizonyos saját márkás termékeink Nutri-Score címkével való jelölését is.

ISMERED A NUTRI-SCORE JELÖLÉST?

Az ötfokozatú, A-tól E-ig terjedő színes betűskála segítségével a vásárlók egyszerűen és gyorsan megismerhetik az adott termék tápérték-besorolását. Sötétzöld „A” besorolást a legmagasabb tápértékű termékek kapnak, míg piros „E” jelölést a legalacsonyabb tápértékű élelmiszerek, így az utóbbi fogyasztása csak ritkábban és kisebb mennyiségben ajánlott.

BIODIVERZITÁS TISZTELETE

A természet sokszínűsége, vagyis a biodiverzitás bolygónk egészséges működésének alapja – a gazdag élővilág a mezőgazdaság jövőjét is meghatározza. A Lidlnél elkötelezetten dolgozunk azon, hogy ellátási láncunkban védjük és támogassuk a biológiai sokféleséget.

Milyen lépéseket teszünk?

Célunk, hogy a kritikus nyersanyagok (pl. kakaó, kávé, tea, pálmaolaj) beszerzését folyamatosan fenntarthatóbbá alakítsuk. Ennek érdekében átfogó stratégiát és konkrét intézkedéseket vezettünk be. Fontos lépés volt a GLOBALG.A.P. Add-On BioDiversity szabvány létrehozásában való közreműködés, és nemzetközi szinten elsőként való alkalmazása Európában, amely a hagyományos gyümölcs- és zöldségtermesztésben minimumkövetelményeket határoz meg a biológiai sokféleség védelmére.

A biodiverzitás megőrzéséhez hozzátartozik a peszticidcsökkentési programunk, amely szigorúbb határértékeket támaszt a vonatkozó jogszabályi előírásokhoz képest, hogy csökkentsük a szermaradékokat és kíméljük az ökoszisztémákat. Zöldség-gyümölcs beszállítóinktól elvárjuk a GLOBAL G.A.P. szabványt*, hogy garantáljuk, hogy a polcokra kerülő áruk tanúsítottan fenntartható forrásból származnak.

Olvass tovább!

Tudtad, hogy a Lidl vásárlójaként te magad is hozzájárulhatsz a magyar tájfajta növények megőrzéséhez? Erről is beszélgettünk a következő interjúban dr. Drexler Dórával, az Ökológiai Mezőgazdasági Kutatóintézet ügyvezetőjével. Rovatunkban Pecznyik Bélával, bio zöldség-gyümölcs beszállítónkkal is beszélgettünk az organikus gazdálkodásról és a biotermékekről. Továbbá egy kisokossal segítünk eligazodni a terméktanúsítványok szerteágazó világában.

** A GLOBALG.A.P. Add-On BioDiversity a GLOBALG.A.P. jó mezőgazdasági gyakorlatokra vonatkozó szabvány kiegészítő modulja.*

Célunk, hogy kritikusnak minősített alapanyagaink tanúsítottan fenntartható forrásból származzanak. Büszkék vagyunk saját márkás termékeink alapanyagainak terén elért eredményeinkre.

Állandó saját márkás biokínálatunk* dinamikusan bővül:

2022-ben
82 db

2023-ban
100 db

2024-ben
130 db,
ebből: 39 db bio zöldség-gyümölcs

** Darabszámok esetében az adatok éves szinten, üzleti évet átfogóan értendők.*

Dr. Drexler Dóra,
az Ökológiai Mezőgazdasági Kutatóintézet ügyvezetője

EU-S BIOMINŐSÍTÉS:

Szigorú ökológiai szabályoknak megfelelő termékeket takar, melyeket független tanúsító szervezetek ellenőriztek. A logó garantálja, hogy a termék min. 95%-ban ökológiai összetevőkből áll, és az előállítási folyamatok során nem használtak tiltott vegyszereket vagy génmódosított anyagot.

Élő agrár-örökségünk megőrzése

– együttműködés az ÖMKi-vel

A sokszínű zöldség-gyümölcs kínálathoz változatos fajtákra van szükség, a tájfajták megőrzését pedig kicsiben is el lehet kezdeni. A Lidl Magyarország a fenntartható mezőgazdaság támogatása érdekében hosszú távú együttműködést folytat az Ökológiai Mezőgazdasági Kutatóintézettel (ÖMKi). Dr. Drexler Dórával, az intézet ügyvezetőjével fenntartható mezőgazdaságról és biotermékekről beszélgettünk.

Mit nevezünk fenntartható mezőgazdaságnak?
Leginkább úgy szokták meghatározni, hogy úgy éljünk a rendelkezésre álló természeti erőforrásokkal, hogy a jövő generációnak a lehetőségeit se szűkítsük be. A nem fenntartható mezőgazdaság viszont ennél többet használ el, például rontja a talaj és a víz minőségét, és lecsökkenti az élővilág változatosságát, azaz a biodiverzitást. Az egyetlen fenntartható mezőgazdasági minőségrendszer az ökológiai gazdálkodás, vagyis a biotermelés.

Milyen feltételeknek kell teljesülniük a biominősítéshez?
Biogazdálkodásban nem használunk szintetikus növényvédő szereket – rovarölőt, gombaölőt, gyomirtót –, azaz mesterségesen előállított vegyszereket, továbbá műtrágyát sem. Helyettük természetes hatóanyagokat és szerves tápanyag-utánpótlást alkalmazunk. Továbbá a bió teljesen génmódosítás- (GMO-) mentes, beleértve az állati takarmányt is. Bioállattartásban hormonokat sem lehet használni, illetve az antibiotikumkezelés is csak akkor engedélyezett, ha megbetegszik a jószág. Az állatok természetes igényeit pedig az ökológiai tartásban ki kell elégíteni (pl. kijárási lehetőség a szabad levegőre).

ÖMKi

Az ÖMKi az egyetlen hazai kutatóintézet, amely ökológiai gazdálkodásra specializálódott, és amelynek kutatásai a gazdák aktív részvételével zajlanak. Kiemelt területük a szántóföldi növénytermesztés, a kertészet, az állattenyésztés és a szőlészet. A kutatómunka mellett szaktanácsadással, agrárgazdasági, piaci és fogyasztói felmérésekkel, valamint digitális agrármegoldásokkal is foglalkoznak.

> *A Lidlben kapható tájfajta paradicsompalánták azért is különlegesek, mert nem hibrid, hanem szabadelvirágzású fajták.*

Egyre többször halljuk, hogy meg kell őriznünk a természet biodiverzitását. Mit jelent ez a mezőgazdaság szempontjából?

A biodiverzitás kevésbé látványos, de annál fontosabb oldala pont a talpunk alatt van: a talaj ugyanis tele van élettel, ami egy komplett ökoszisztémát alkot. A különféle kórokozók sokszor azért tudnak előretörni, mert nagyon egysíkúvá tesszük a talaj összetételét, és vegyszerekkel felborítjuk a termőföld mikrobiomjának egyensúlyát.

A széles zöldség- és gabonapaletta ellenére beszűkült a faj- és fajtaválaszték az elmúlt időszakban – a biodiverzitást tudatosan őrizni kellene. A tájfajta paradicsom például azért különleges, mert nagyon széles skálán mozog a külalakja, az ízvilága, a színe és az állaga. Ezzel együtt természetesen a gasztronómiai felhasználás lehetősége is. Sőt van köztük több olyan tétel, amely jól tud alkalmazkodni a környezeti viszontagságokhoz, mert genetikailag sokkal színesebb és változatosabb, mint a modern nemesítés hibridjei.

Miről szól a Lidl Magyarországgal közös „tájfajta palánta”-projekt?

Hét évvel ezelőtt indult az együttműködésünk, melynek keretében bioparadicsom-palántákat biztosítunk a Lidlnek. Számunkra azért fontos ez a kezdeményezés, mert így a vásárlók hozzájuthatnak a hazai tájfajta paradicsomok sokszínűségéhez, egyúttal pedig meg is őrizhetik élő agrárörökségünket. A Lidlben kapható tájfajta paradicsompalánták azért is különlegesek, mert nem hibrid, hanem szabadelvirágzású fajták: lehet belőlük magot fogni, és saját magunk újravethetjük, vagy újra palántát nevelhetünk belőlük.

Milyen jövője van itthon a fenntartható mezőgazdaságnak, és ebben milyen partner tud lenni a Lidl Magyarország?

Nagy jövője van itthon a biogazdálkodásnak. Látszik, hogy a biotermék értékesítésében a diszkontláncok viszik a prímet, és a legnagyobb növekedés is itt látható. Bízunk benne, hogy ez tovább folytatódik, mert most még ugyan csak kb. 1%-át teszi ki a hazai biotermék-fogyasztás az összes élelmiszer-vásárlásnak, de az értékesítés évről évre folyamatosan növekszik, az elmúlt két évben (2023, 2024) összesen 36%-kal nőtt a biotermékek kiskereskedelmi forgalma Magyarországon.

Mitől jó a bió?

Az ökogazda válaszol

Pecznyik Béla a New Generation Organic Kft. vezetőjeként Páhiban, a Kiskunsági Nemzeti Park szomszédságában működtet teljes egészében ökológiai gazdaságot.

Milyen pozitív hatásokkal bír a biogazdálkodás környezetvédelmi szempontból?

Az egyik legfontosabb, hogy nincsen szintetikusvegyszer-használat. Nincsen semmilyen környezetterhelés: kiiktatjuk a felszívódó gomba- és rovarölő szerek, de legfőképpen a gyomirtó szerek használatát. Nem használunk szervetlen eredetű nitrogén műtrágyát, így a tápanyagok esetleges kimosódása során nem kerül nitrogén a talajvízbe sem. Mivel szerves trágyát és komposztot használunk, a talajminőségünket is folyamatosan javítjuk.

Fogyasztói oldalról milyen pozitív hatásait élvezhetjük a biogazdálkodásnak?

Vegyszerek híján a bioterméknek kémiai hatóanyagtartalom-mentesek. A Lidl folyamatosan vizsgálja is a termékeket, amelyek csak akkor kerülhetnek a polcra, ha ez teljesül, ami alacsonyabb nitráttartalmat is eredményez. Mivel nincsen bennük adalékanyag, ezért különböző adalékanyag-érzékenységek esetén is fogyaszthatók.

A bolygóbarát étrend (Planetary Health Diet) nagy hangsúlyt fektet a növényi alapú fehérjeforrásokra és a húsfogyasztás mérséklésére. Mennyire nyitottak erre a magyar vásárlók?

Úgy érzékelem, hogy növekszik a tudatos fogyasztók száma, ezáltal a növényi összetevők aránya is az étrendben. Az élelmiszeriparnak az iparosodása és az adalékanyag-használata olyan mértékű, hogy manapság már sok „konvencionális” termékfogyasztó is rákényszerül, hogy adalékmentes táplálékot fogyasszon.

Melyek azok a gazdaságából származó magyar bioterméknek, amelyeket könnyen be tudunk szerezni a Lidl üzleteiben?

A szántóföldi vetésforgóban termesztett bio zöldségek – sárgarépa, petrezselyem, spárga, sütőtök, kápia paprika, hagymafélék és burgonya – mellett tavaly óta már hazai biogyümölcsöket, almát, körtét, szilvát is szállítunk szezonális jelleggel a Lidl áruházakba.

Hogyan vásárolj tudatosan?

– A terméktanúsítványok nyomában

A mai márka- és árudömpingben a vásárlás már egyre inkább szól arról is, mennyire gondosan válogatjuk ki a kosarunkba kerülő termékeket. A tudatos opciók mögött azonban gyakran bonyolult jelölések, logók és minősítések állnak. A Lidlnél egyik fő célkitűzésünk, hogy vásárlóink magabiztosan tudjanak eligazodni a csomagolásokon található jelölések kavalkádjában.

Célunk, hogy saját márkás termékeink egyre nagyobb arányban rendelkezzenek nemzetközileg elismert fenntarthatósági tanúsítvánnyal. Fontos számunkra, hogy a kritikus alapanyagok (pl. kávé, kakaó, pálmaolaj, cellulóz) megbízható, tanúsítottan fenntartható forrásból származzanak.

Kiemelten fontos számunkra az erdőirtás elleni küzdelem. Azon dolgozunk, hogy ellátási láncainkban minimalizáljuk az ökoszisztémák átalakításának és kizsákmányolásának kockázatát. Mostanra számos termékünk rendelkezik a bió mellett például FSC, Rainforest Alliance vagy RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) tanúsítványokkal, amelyek garantálják többek között a trópusi erdők védelmét és a pálmaolaj-termelés környezeti hatásainak mérséklését.

Amikor vásárlónkként például biozöldséget, Fairtrade csokoládét vagy Rainforest Alliance-tanúsított kávét választasz, többet teszel annál, mint hogy egy kedvelt terméket vásárolsz. Minden ilyen döntés egy apró, de fontos lépés egy fenntarthatóbb és élhetőbb világ felé. Hiszünk abban, hogy a fenntarthatóság nem luxus, hanem mindenki számára elérhető választás. Épp ezért azon dolgozunk, hogy termékkínálatunk is ezt tükrözze.

MI MIT JELENT? – TANÚSÍTVÁNY-KISOKOS

RSPO TANÚSÍTVÁNY:
Az RSPO tanúsítvány szavatolja, hogy a pálma(mag)olaj előállításához nem kerülnek újabb erdőterületek kivágásra, valamint, hogy biztosítják az ültetvényen dolgozó munkások és a környező lakosság alapvető jogait.

FAIRTRADE:
Biztosítja, hogy a termelők tisztességes árat kapjanak a munkájukért, és biztonságos körülmények között dolgozhassanak. A vásárló ezzel méltányos kereskedelmet és közösségi fejlődést támogat. Az emberi jogok mellett fontos szempont a környezetvédelem, a felelős vízgazdálkodás és a biodiverzitás védelme is.

RAINFOREST ALLIANCE:
Az egyik legkedvesebb jelölés, a zöld béka logó. Az ilyen termékek előállítása során védik az (eső)erdőket és az élővilágot, miközben méltányos megélhetést biztosítanak a gazdáknak.

MSC (Marine Stewardship Council) és **ASC** (Aquaculture Stewardship Council):
A felelős halászat jelölése. Az MSC-logós termékek olyan vizekből származnak, ahol óvják a halpopulációkat és a tengeri ökoszisztémát. Ezzel szemben az ASC a felelősségteljes haltenyésztést igazolja: a vízminőség védelme, az állatjóllét és a környezet megóvása egyaránt alapfeltétel.

FSC (Forest Stewardship Council):
Ez a tanúsítás a fa- és papíralapú termékeknél garantálja, hogy az erdőgazdálkodás felelős módon, újratelepítéssel és a természetes élővilág megóvásával történik.

Minőségi paletta

– saját márkás termékeink tanúsításai*

RAINFOREST ALLIANCE
2024:
335 db
állandó termékünk rendelkezett Rainforest Alliance tanúsítással.

MSC & ASC & EGYÉB**
Állandó halkínálatunk
2023:
42%-a

2024:
61%-a
származott tanúsítottan fenntartható forrásból.

** Darabszámok és arányszámok esetében az adatok éves szinten, üzleti évet átfogóan értendők.*
*** GLOBAL.G.A.P., BAP 4 star, Bio, Fishery Improvement Project (FIP), FAD free.*

BIÓ (ORGANIC) MINŐSÍTÉSŰ ÁLLANDÓ TERMÉKEINK

2022:
82 db //
ebből zöldség-gyümölcs 32 db

2023:
100 db //
ebből zöldség-gyümölcs 42 db

2024:
130 db //
ebből zöldség-gyümölcs 39 db

TANÚSÍTOTTAN FENNTARTHATÓ FORRÁSBÓL SZÁRMAZOTT ÁLLANDÓ:

- **Teáink (fekete, zöld, rooibos) 100 %-a**
- **Kávétermékeink 97 %-a**
- **Kakaótermékeink 82 %-a**
- **Pálmaolajat tartalmazó élelmiszereink 77 %-a**
- **Papír- és cellulóz tartalmú termékeink, csomagolásaink 75 %-a 2024-ben.**

ETIKUS MŰKÖDÉS

Az etikus működés a Lidl esetében egy olyan program, amely a vállalat teljes működését áthatja. A Lidlnél hisszük, hogy munkatársaink jólléte és a kölcsönös bizalmon alapuló beszállítói kapcsolatok meghatározzák sikereinket. Az emberi jogok tiszteletben tartása mellett fontosnak tekintjük azt is, hogy érzékenyítsük és edukáljuk kollégáinkat, legyen szó a társadalmi felelősségvállalás, egészségmegőrzés vagy a környezetvédelem fontosságáról.

Milyen lépéseket teszünk?

Célunk munkavállalóink egészségének támogatása preventív célú szolgáltatások biztosításával. A **Lidl Egészségprogram** keretében éves szinten magas értékű, komplex juttatási csomagunk részeként számos lehetőséget kínálunk munkatársainknak:

- „Számíthatsz Ránk!" program: pénzügyi, jogi és pszichológiai tanácsadó program,
- Bizalmi személy szerepkör: belső, bizalmas támogatás a Bizalmi személy által,
- magánegészségügyi ellátás (szűrések, diagnosztika, gyógytorna, fogászat, ügyelet, sebészeti ellátás),
- családtagokra is kiterjeszthető biztosítás,
- sporteseményeken való részvétel támogatása,
- ingyenes gyümölcs és magnéziumdúsított szűrt víz a konyhákban,
- közösségépítő programok vállalati egészségnagyköveteinkkel,
- évente egy Egészségnap biztosítása, amikor kollégáink prevenciós vizsgálatokon vehetnek részt.

A prevenció kulcsfontosságú az egészségünk szempontjából. Büszkék vagyunk rá, hogy több mint 13 000 vizsgálaton vettek részt kollégáink 2024-ben.*

A 2013 óta futó komplex „Lidl a magyar beszállítókért" programunknak köszönhetően 2024-ben 28 ország Lidl áruházaiba exportáltak beszállítóink.

Olvass tovább!

Ebben a rovatban mesélünk a megvalósult projektjeinkről: a magyar termelőket segítő Beszállítói Akadémiánkról, a hazai termékekre irányuló exporttámogató tevékenységünkről és a Hazánk Kincsei saját márkás termékcsaládról. Egyik egészségnagykövet kollégánkkal beszélgetünk saját élményeiről, az egészségtudatosság-növelő vállalati programunk gyakorlati megvalósulásáról. Hírt adunk a Heim Pál Gyermekkórházért Alapítvánnyal tartó hosszú távú partnerségünkről, valamint a Telitálka kisállatmenhely-támogató akciónkról is.

** A szerződéses partnerünk statisztikai visszajelzése alapján.*

Büszkék vagyunk rá, hogy több mint

13 000

vizsgálaton vettek részt kollégáink 2024-ben.

Kollégából vállalati egészség-nagykövet

Taligásné Rákosi Márta Genovéva
csoportvezető, beszerzési osztály, vállalati egészségnagykövet a központi irodaházban

Mikor és milyen elhatározásból lettél a Lidl egészségnagykövete?
Egy éve vagyok nagykövet. A felettesem jelezte, hogy az életvitelem és a gondolkodásmódom alapján képviselője lehetnék a programnak, és ő is jelölt engem. Örömmel vállaltam ezt a feladatot.

Hogy működik a program?
Osztályok vagy csapatok számára kijelölnek egy kollégát, hogy az adott egészségprogramjához tartozó feladatokat összefogja és koordinálja, miközben támogatást nyújt a munkatársaknak, hogy egészségtudatosabbak legyenek.

Mivel jár a mindennapokban az egészségnagykövetői szerep?
Részt vettünk egy számunkra kidolgozott tréningen, ahol szakértők adtak iránymutatást az egészségmegőrzés témájában, beszélgettünk a funkcionális táplálkozási alapok, a mozgás, a testi egészség és a tudatos energiamenedzsment fontosságáról.

A feladatokat illetően kaptunk ötleteket és tippeket korábbi nagykövetek prezentációiból. Ezután viszont mindenki maga döntheti el, hogy mit szervez, így a lehetőségeire és a kollégái igényeire szabhatja tevékenységét.

Hogyan jutottál arra az elhatározásra, hogy futóklubot alapíts? Milyen rendszerben működik ez a kezdeményezés?
20 éve folyamatosan futok, viszont azt gondoltam, hogy lehet, van olyan, aki egyedül nehezebben veszi rá magát, sokkal szívesebben futna társaságban. Megszólítva éreztem magam a feladatra, hogy másoknak húzóerőt nyújtsak ehhez.

A futóklubba a központi irodaházban dolgozó kollégák csatlakozhatnak, a tagokkal heti rendszerességgel

VÁLLALATI EGÉSZSÉGNAGYKÖVET

A program keretében a teljes vállalatot lefedjük, tehát egészségnagykövetet a boltokban, a raktárakban és a központi irodaházban dolgozók számára is biztosítunk. A kezdeményezés sikerét jelzi, hogy összesen 242 egészségnagykövet kolléga segíti munkatársainkat az egészségtudatos életmód kialakításában.

találkozunk, egyelőre kis létszámban. Fontos, hogy mindenki megtalálja benne a helyét – mindig ahhoz igazodunk, aki épp a leglassabb.

Milyen visszajelzések érkeznek a kollégáktól?

Nekem az a valódi visszajelzés, hogyha valaki megtalálja egy adott mozgásformában az örömét – teljesen mindegy, hogy milyen sportágban. Az a lehetőség, hogy munkaidőn kívül helyben lehet akár pár percen belül edzeni (a központi irodaházban található edzőteremben – szerk.), és nem kell hozzá utazni, rengeteget számít. De épp szervezek túrát Ausztriába is. Mindez a munkánkra is jó hatással tud lenni, hiszen megismerjük egymást, átélünk megküzdést és kitartást, kölcsönösen segítséget is nyújtunk egymásnak. Ennek az élet más területein is sok hozzáadott értéke van.

Miért fontos szerinted, hogy egy vállalatnak sokszínű egészségmegőrző programkínálata legyen?

A sport sokkal többről szól, mint elnyerni azt a fizikumot, amellyel a tükörbe nézve elégedettek leszünk. Nem tudunk jól teljesíteni akkor, ha fizikailag nem vagyunk rendben. Nagyon jó, hogy a Lidl felismerte, hogy az a dolgozó kevésbé ég ki, aki egészséges fizikailag, hiszen kevesebbet van táppénzen, jobb a hangulata és a közérzete, vidámabb ember, és jobb körülötte lenni és vele együtt dolgozni. Szerintem a sport épp ezért nem egy választható hobbi, hanem az öngondoskodás alapvető esszenciája.

20 éve a Lidl csapatában

– Nélkülük nem lenne ugyanaz

Vannak, akik már két évtizede járulnak hozzá a Lidl Magyarország sikereihez.

Köszönjük a munkátokat, büszkék vagyunk, hogy a csapatunkhoz tartoztok!

Ráczné Vajai Dóra technikai beszerzési csapatkoordinátor

„A közvetlen felettesem és az ő felettese is mindig biztosít róla, hogy számítanak a munkámra, a közvetlen kollégáimtól is kapok visszajelzéseket. Ezek az érzések azok, amik a megbecsülést jelentik nekem. Elsődleges motivációm a csapatom, tehát miattuk jövök be minden nap.”

Szeghy Sándor, az IT-infrastruktúra vezetője

Az elektronikus ártáblától az önkiszolgáló kasszákig számos fejlesztés fűződik a nevéhez.

„Nekem bejött ez a Lidl-gondolkodásmód: vezetőként tetszenek azok az irányok, hogy mindenből – főleg IT-területen – az új dolgokat használjuk.”

Maczkó István, a szegedi Szabadkai úti üzlet vezetője

számára a Lidl igazi közösség: „Engem éltet ez az egész közeg (...) Sok csapatépítőn részt vettem, ezek a legjobb pillanatok, amikor a csapat együtt van, és végignéz az ember, hogy ezt nagyjából én hoztam össze.”

Magyar beszállítók

termékei a hazai és európai polcokon

A Lidl Magyarországnál kiemelten fontosak számunkra a hazai kulináris értékek; és hogy minél nagyobb arányban kínáljunk vásárlóinknak hazai árucikkeket. Ez a szemlélet nem csak a hazai termelők és a magyar gazdaság támogatásának szempontjából lényeges – a rövidebb szállítási útvonalak okán a fenntarthatóságot is támogatja, vásárlóként pedig mindig friss élelmiszerekhez juthatsz hozzá.

2013 óta fut a „Lidl a magyar beszállítókért" hosszú távú programunk, melynek részeként több, kifejezetten magyar termelőket célzó akció valósult meg partnereinkkel közösen vagy saját szervezésben. Mindez segít abban, hogy egyre több kiváló minőségű hazai áru juthasson magyar és külföldi boltjainkba.

Lidl Beszállítói Akadémia

Ahhoz, hogy vásárlóink mindig kiváló minőségű hazai árucikkhez jussanak, nem csak nekünk, beszállítóinknak is magas minőségi garanciáknak kell megfelelniük. Ez egy induló vállalkozás számára, de egy sok éve a piacon lévő termelő számára is kihívást jelenthet. Ezért hívtuk életre a Lidl Beszállítói Akadémia, majd a Lidl Beszállítói Akadémia Plusz rendezvénysorozatot. Előadásokkal, tanácsadással, online platformmal és nem utolsósorban egy átfogó Beszállítói kézikönyvvel segítjük akár az olyan piaci szereplőket is, akik még csak fontolgatják, hogy egy nagyvállalat beszállítói legyenek. Eseményeinkhez 2020 óta 673 magyar cég csatlakozott.

Termelőtől a tányérig

Helyi termelőkre fókuszáló beszállítói programunk nem csak gazdaságilag, fenntarthatósági szempontból is fontos. A helyi termelőktől vásárolt élelmiszer kevesebb utat tesz meg a polcokig, így a szállításhoz kapcsolódó káros környezeti hatás kisebb. Vásárlóként pedig mindig friss terményeket tehetsz a tányérra.

Mennyi a hazai a Lidl polcain?

Folyamatos törekvésünk, hogy minél több hazai áru kerülhessen a boltjainkba. Ennek eredményeként 2024-ben 500 magyar beszállító 6000 terméke volt elérhető üzleteinkben.

> *„Az is lehet, hogy valaki már meg tudja főzni az aznap leszedett gombát."*
>
> ***Ifj. Rácz József** gombatermesztő**

** Ifj. Rácz József, többgenerációs családi vállalkozásuk, a Korona Gombaipari Egyesülés kiváló termékeivel évek óta beszállító partnerünk.*

Vannak természetesen olyan, vásárlók által keresett termékek, amelyek nem szerezhetők be itthon, például mert nem teremnek meg – ilyen árucikk a banán vagy az ananász is. Ezekben az esetekben is arra törekszünk, hogy a termékek utaztatása minél kisebb környezeti hatást váltson ki: már 2023-tól kizártuk a zöldségek, gyümölcsök repülővel történő szállítását.

Határok nélkül

A Lidl a magyar beszállítókért program fontos pillére, hogy a hazai termékek exportját is segíti: beszállítóink harmada külföldre is szállít rajtunk keresztül, ami különösen nagy eredmény, és remek lehetőség a kiváló minőségű hazai áru szélesebb körű megismertetésére. Számos termékcsoport több árucikke kapható külföldi üzleteinkben – például húsok, dinnye, bor, vagy amire elsőre talán nem sokan gondolnának: fagyasztott

2024-ben
500
magyar beszállító
6000
terméke volt elérhető hazai üzleteinkben.

2020 óta
673
magyar cég csatlakozott eseményeinkhez.

zöldségek. A 2024-es évben összesen 154 magyar beszállító 690 terméke került exportálásra 28 ország Lidl áruházaiba. A magyar cégek exporttámogatásának következő szintre emeléséhez 2022-ben a HEPA Magyar Exportfejlesztési Ügynökséggel is együttműködési megállapodást kötöttünk, 2024 őszén pedig közös beszállítói fórumot szerveztünk a hazai árucikkek külföldi Lidl áruházakba jutásának lehetőségeiről.

Válogatott magyar ízek

A hazai áru iránti érdeklődés fokozására saját márkát hoztunk létre Hazánk Kincsei néven a magyar tájegységek jellegzetes, válogatott ízeivel. Így a vásárlók még tudatosabban válogathatnak hazai termelők ikonikus cikkei közül a szatmári almalétől a gyulai kolbászon át a zselici tejfölig, melyek mind tradicionális eljárással készülnek.

HAZÁNK • KINCSEI •

Élelmiszer-adománnyal

a gyermekek gyógyulásáért

2019-ben indítottunk támogatói együttműködést a Heim Pál Gyermekkórház Fejlesztéséért Alapítvánnyal. Ennek keretében 2024-ben több mint 100 millió forint értékű élelmiszer-adományt biztosítottunk az egészségügyi intézményben fekvő gyermekek számára.

Az élelmiszercsomagok összeállításának fókuszában a beteg gyermekek sokoldalú, magas minőségű étkeztetése és gyorsabb felépülésük támogatása áll. A kórház szakemberei az adományok összeállításakor ügyelnek a különféle diétatípusokra is.

„A Lidl évek óta elkötelezett partnere gyermekkórházunknak, és támogatásukkal nemcsak alapanyagokat kapunk, hanem lehetőséget is arra, hogy szerethetőbbé, egészségesebbé tegyük a mindennapi étkezéseket. Az adomány révén friss, minőségi élelmiszerekkel dolgozhatunk, ételeink nemcsak táplálóak, hanem a gyógyulás részévé válnak. Jó érzés tudni, hogy ebben a munkában nem vagyunk egyedül! Köszönjük, hogy évente mintegy 70 ezer gyermek és szülő étkezését biztosíthatjuk az otthon ízeivel.” (Dr. Nagy Anikó főigazgató főorvos)

Telitálka

– Támogatjuk a felelős állattartást

A felelős állattartás előmozdítása kiemelten fontos számunkra.

2021-ben csatlakoztunk az Állatvédelmi Kódexhez, melyet az Állatorvostudományi Egyetem Állatvédelmi Jogi, Elemző- és Módszertani Központja hívott életre.

2016 óta szervezzük meg „Telitálka” kampányunkat, amely felhívja a figyelmet a felelős állattartás fontosságára. Közösségi összefogásra is ösztönözve célja, hogy állateledel-adománnyal támogassuk a menhelyeket. A program indulása óta social media követőink csatlakozása által összesen több mint 100 tonna eledellel segítettük a menhelyi állatok élelmezését.

2025 tavaszán kiadtuk első online kisállateledel-katalógusunkat. A kiadványban rendszeresen olvashatunk a Lidl üzletekben kapható saját márkás állateledelekről és előnyeikről, illetve állatorvos szakértőnk nyújt tippeket, tanácsokat a házi kedvencek egészséges táplálásához.

ERŐFORRÁSOK MEGŐRZÉSE

A nyersanyag-kitermelés és -feldolgozás negatív hatással van az éghajlatváltozásra, ezért fontos, hogy bánjunk velük felelősen. A Lidlnél elkötelezettek vagyunk az erőforrások védelme és felelős felhasználása mellett.

Milyen lépéseket teszünk?

Fontos számunkra, hogy azok az anyagok, amelyeket használunk, minél nagyobb arányban visszakerüljenek a körforgásba, és ameddig csak lehetséges, tartsuk is benne. Működésünk szempontjából kiemelt fontosságú az élelmiszer-hulladék minimalizálása, az értékes nyersanyagok, mint például a papír, a fém vagy a műanyag újrahasznosításának biztosítása.

Olvass tovább!

Ebben a rovatban bemutatjuk, milyen iskolai edukációs kampányt indítottunk azért, hogy a szelektív hulladékgyűjtés jelentősége már gyermekkorban beépülhessen. Betekintést nyújtunk a Magyar Élelmiszerbankkal fennálló hosszú távú együttműködésünkbe. Vásárlói tapasztalatokat osztunk meg arról, hogy mit lehet kezdeni a háztartásokban összegyűlt használt sütőolajjal. Bemutatjuk a kollégáinkkal és a PET Kupával közösen végzett folyótisztító akciónkat. Elmeséljük, hogyan lehet a vízparti műanyagszemétből sportruházat, vagy mi az a regranulátum, amelyből háztartási termékeket gyártanak. Ismertetjük azt is, hogyan fejlesztjük tovább saját márkás csomagolásainkat, hogy minél magasabb arányban tartalmazzanak újrahasznosított műanyagot.

Fenntarthatósági céljaink 2030-ig:

- **Minden országban, ahol a Lidl jelen van, a saját folyamatból keletkezett hulladék min. 95%-át pozitívan hasznosítsuk, (újrafelhasználásra, újrahasznosításra, erjesztésre vagy komposztálásra a partnereinknek átadjuk) és ezt független szervezet tanúsítsa.**
- **A Lidl Magyarországnál 50%-kal csökkentsük hazánkban az élelmiszerhulladékot a 2018-as szinthez képest.**

Élelmiszermentéssel a pazarlás ellen

Interjú Cseh Balázzsal, a Magyar Élelmiszerbank Egyesület társalapítójával és elnökével

Cseh Balázs,
társalapító és elnök
Magyar Élelmiszerbank Egyesület

Az élelmiszer-pazarlás globális probléma, amellett, hogy világszerte több száz millió ember éhezik. Az élelmiszer-felesleg kezelése szempontjából a Lidl Magyarország etikus vállalatként átfogó élelmiszermentési programot üzemeltet, élelmiszermentési tevékenységünk által havi szinten, átlagosan több tízezer rászorulónak segítünk. Kiemelt partnerünkkel beszélgettünk személyes tapasztalatairól az immár 10 éve tartó közös munka kapcsán.

Pontosan mit foglal magában a partnerség az Élelmiszerbank és a Lidl Magyarország között?
A partnerség 10 éve kezdődött el, először alkalmi adományokat kaptunk a raktárból. Komoly együttműködéssé 2021-től vált, amikor a napi áruházi élelmiszermentésben kezdtünk el együtt dolgozni, és ez azóta is töretlenül fejlődik. Jelenleg 93 Lidl üzletben folyik napi szinten élelmiszermentés az Élelmiszerbank által. A folyamat úgy zajlik, hogy az Élelmiszerbanknak van egy országos partnerhálózata, amelyben benne van több mint 500 olyan szervezet, amely valamilyen karitatív munkát végez. Ezek között vannak alapítványok, egyházi, civil és önkormányzati fenntartású szervezetek, mint a családsegítő szolgálatok például. Ez az 500 szervezet lát el kb. 250 ezer embert Magyarországon.

Hogyan néz ki a folyamat, amíg a megmentett áru a Lidltől a rászorulókig jut?
Az áruházi élelmiszermentés jelenlegi formája szakmai kifejezéssel élve „koordinált közvetlen helyi elosztás”, azaz nem a klasszikus raktáron keresztüli élelmiszermentés. Ezt a folyamatot az Élelmiszerbank koordinálja,

Ez az **500 szervezet**
lát el
kb. 250 ezer
embert Magyarországon.

MIT TESZ A LIDL AZ ÉLELMISZER-PAZARLÁS ELLEN?

2024 -ben 1014 főt támogattunk a nyári kitelepüléseinken megmaradt zöldség-gyümölcs és pékáruadományunkkal a Magyar Élelmiszerbank és a Máltai Szeretetszolgálat közreműködésével.

Mentsük meg! élelmiszermentő akciónk keretében külsőleg már nem tökéletes, de még fogyasztható gyümölcsökből és zöldségekből, illetve az előző napi értékesítésből megmaradt, de még fogyasztható pékárukból összeállított, kedvezményesebb árú egységcsomagokat kínálunk vásárlóinknak.

Állati takarmányként való felhasználásra 2320 tonna élelmiszer-felesleget adtunk át partnereinknek.

A Körforgásban a diákokkal programunk 2025-ben elnyerte a Fenntarthatóság szimbóluma díjat*. A program keretében szerveztük meg 2024-ben általános iskolásoknak az Élelmiszerhősök online tudáspróbánkat.

** A Trade magazin által évente meghirdetésre kerülő Fenntarthatóság szimbóluma verseny célja a fenntarthatósági szempontokat kiemelten kezelő, mérhető és példamutató kezdeményezések bemutatása és szakmai zsűri általi díjazása. Bővebb információ: Fenntarthatóság szimbóluma, trademagazin.hu*

irányítja a logisztikát, adja hozzá a minőségbiztosítást, van hozzá informatikai támogatás, a folyamat során a partnerhálózat révén az adományok közvetlenül az áruház környezetében kerülnek kiosztásra.

A minősített hálózat révén tudjuk biztosítani, hogy az adományok tényleg a nélkülözőkhöz kerüljenek, és hogy mindez élelmiszer-biztonsági szempontból is megfelelő módon működjön.

Hogyan jellemeznéd a Lidllel való partnerséget?
Az áruházi élelmiszermentés egy nagyszabású együttműködés, emellett elindult idén egy áruházi adománygyűjtési program is. Tavasszal volt az első közös ilyen akciónk, melyben az áruházakban a vásárlókat szólítjuk meg, hogy segítsék a nélkülözőket. Ezeket az adományokat ők megvásárolják a boltban, és leadják, tehát itt frissen vásárolt áruról van szó. Ezek az adományok nagyon jól kiegészítik az élelmiszer-feleslegeket, mert így tudunk például olyan dolgokat kérni, amilyeneket nagyon ritkán kapunk. Ezek az élelmiszerek is ugyanebbe a rendszerbe kerülnek be.

Ez az évről évre fejlődő partnerség mostanra stratégiai együttműködés szintjére lépett. Jelenleg is egyeztetünk a közös munka további lehetőségeiről.

Van-e olyasmi, amit egyedi vonásként említenél ebben a partnerségben?
A Lidllel van szerintem nemzetközi téren a legkiterjedtebb együttműködésünk, hiszen mindketten széles körű európai hálózatok tagjai vagyunk, emiatt zajlik egyfajta nemzetközi tudástranszfer és jógyakorlatcsere. Most tervezzük például, hogy Bulgáriában is megvalósuljon, amit mi Magyarországon a Lidllel közösen csinálunk. Romániában pedig elég komoly együttműködés van non-food területen, amit pedig mi szeretnénk átvenni Magyarországra.

A Lidllel való partnerségben hogyan jelenik meg a társadalmi edukáció?
Vásárlói edukáció terén is volt már közös akciónk social media felületeken, hiszen az élelmiszer-pazarlás a háztartásokban is megjelenik. Sőt, a kutatások szerint valójában az élelmiszer-pazarlásért

leginkább a háztartási szegmens felelős. Az európai vagy a magyar élelmiszer-pazarlás több mint fele háztartásokban keletkezik.

Mivel a háztartásokból nem tudunk élelmiszert menteni, ezért ott leginkább a szemléletformálás az eszközünk annak érdekében, hogy amit megveszünk, azt fogyasszuk is el. A Lidl mint kereskedő kapcsolatban van a vásárlókkal, ilyen szempontból számunkra a partnerség kitűnő kommunikációs csatorna is tud lenni, amely segíthet eljuttatni ezeket az üzeneteket.

Mi a kedvenc történeted, amely a Lidlhöz kapcsolódik?

A tavaszi áruházi gyűjtésen én is kint voltam önkéntesként a Huszti úti Lidl áruház előtt, ez nagyon jó személyes élmény is volt. Itt az történik, hogy megszólítjuk a vásárlót, adunk neki szórólapot, felhívjuk a figyelmét az akcióra, hogy élelmiszer-adományt gyűjtünk családoknak, gyerekeknek. Ezután ők bemennek a boltba, és eldöntik, hogy vásárolnak-e. A reakció, amit ilyenkor kapunk, az önmagában elég jó társadalmi keresztmetszetet ad. A rengeteg pozitív visszajelzéssel együtt összességében ez egy nagyon motiváló nap volt számomra.

Nagyon sok jó energia keletkezik ilyenkor, ami nemcsak az élelmiszert kapónak, hanem annak is jó érzés, aki ezt adhatja, és annak is, aki a helyszínen átveszi az adományokat.

A jövő a körforgásé

– Így teszünk együtt a tisztább bolygóért

Gondosan odafigyelünk a keletkezett hulladék megfelelő szétválogatására. Kollégáink rendszeres oktatást kapnak a megfelelő gyűjtésről, válogatásról és adott esetben az előkezelésről is. A szelektív gyűjtésbe minél többeket szeretnénk bevonni: vásárlóként 2024 óta találkozhatsz szelektív kukákkal üzleteinkben – célunk, hogy 2026 végéig minden Lidl áruházat felszereljünk ilyen hulladékgyűjtő megoldással.

A hulladék körforgásba juttatásának sikere azonban az edukáción is múlik. Szívügyünk ezért a fiatalabb generáció tudatosságnövelése is: a 2024 tavaszán megvalósított SzelektálOK-kampányunk a tudatos hulladékválogatás fontosságára hívta fel a figyelmet. Az online verseny során a felső tagozatos diákok a szelektív hulladékgyűjtő ismereteikben mérettették meg magukat. A tudáspróbára országszerte több mint 1700 kitöltés érkezett, közel 600 általános iskolából. A legaktívabb és legügyesebb osztály a PET Kupa Egyesület interaktív Műanyagfoglalkozásán vehetett részt. **A kampány 2024-ben elnyerte a CSR Hungary* a Legjobb CSR kommunikációért díját, illetve a Trade Magazin Különdíját is.**

2024 CSR Hungary Felelősség

** Az évente meghirdetésre kerülő Magyar Üzleti Felelősség Díj célja a hazai gazdasági szereplők legkiemelkedőbb, mérhető és példamutató felelősségvállalási programjainak szakmai zsűri általi elismerése, figyelembe véve olyan szempontokat, mint a stratégiai szemlélet, a társadalmi és környezeti hatás, valamint az innováció és az átláthatóság. Bővebb információ: csrhungarydij.eu*

Sok éve fogunk össze a kollégákkal, hogy megtisztítsuk a központi irodaház közelében lévő hegyi útvonalainkat a szeméttől, és két alkalommal szerveztünk folyó menti hulladékgyűjtő programot is. Legutóbb a csepeli Duna-parton a Francia-öböl területét tisztítottuk meg. Lelkes kollégáinkkal összefogva egymás után töltöttük meg a szemeteszsákokat PET-palackokkal, zacskókkal, dobozokkal, autógumikkal – sőt még egy fél autóroncsot is kiástunk a folyómederből!

Közösen a tiszta környezetért

A programot 2022-ben és 2024-ben is a Duna teljes hosszát érintő, nemzetközi „River Cleanup Collective @Duna – Együtt a tisztább folyókért” nemzetközi akcióhoz csatlakozva, a Schwarz Csoport vállalatai által közösen kidolgozott REset Plastic stratégia részeként és a PET Kupa Egyesülettel együttműködve valósítottuk meg.

Büszkék vagyunk rá, hogy aktívan hozzájárulhatunk a tisztább jövőhöz, és ebben a kollégáink is lelkesen közreműködnek.

A 2013 óta évente megrendezésre kerülő PET Kupa egy szemétszedő-hajóépítő vetélkedő, melynek eredeti célja a Tisza és árterének megtisztítása a műanyag palackoktól. A kezdeményezés ma már egy országosan ismert környezetvédő akció.

Segítünk újrahasznosítani a sütőolajat

2022 tavaszától érhető el a használt sütőolaj visszagyűjtésére irányuló lehetőség a kijelölt üzleteinknél: vásárlóként biztonságosan és ingyenesen adhatod le a fáradtolajat, használt zsiradékot az áruházainknál kihelyezett gyűjtőedényekben, így az visszajuthat a körforgásba.

A gyűjtőpontok száma évről évre növekszik: 2022-ben 18 áruháznál, 2023-ban már 108, 2024-re pedig már 125 üzlet előtt lehetett leadni a használt sütőolajat. Hogy első kézből legyen visszajelzésünk a szolgáltatásról, vásárlóinkat kérdeztük, mennyire ismerik és hogyan használják a gyűjtőedényeket.

VISSZAJELZÉSEK VÁSÁRLÓINKTÓL

„Évente egyszer gyülemlik fel a háztartásunkban a használt olaj. Környezetkímélés szempontjából nagyon fontos, hogy ne a csatornába vagy a kukába menjen.” *(B. Judith)*

„Évente 6-7 liternyi olajat gyűjtünk össze, és mindig fejtörést okozott, hogy hol tudjuk biztonságosan újrahasznosítani. Nagy segítség, hogy most már a Lidlben is leadhatom.” *(M. Mária)*

„Az is pozitív, hogy nem kell a hátsó ajtónál keresgélni, hanem látható helyre ki van rakva [a gyűjtőedény]. Reméljük, hogy minél több ilyen pont lesz.” *(K. Györgyi)*

Új életet adunk
a műanyag flakonoknak

A Lidl Magyarországnál 2024-től fokozatosan megújítjuk a saját márkás üdítőink palackjait. Csomagolásoptimalizációs intézkedésünknek köszönhetően ma már a magyar beszerzésű, hazai beszállítóktól származó, állandó kínálatban kapható PET-palackos Freeway üdítők minimum 75%-ban újrahasznosított PET-palackban (kupak és címke nélkül) kerülnek forgalomba, csökkentve ezáltal a szűzműanyag-felhasználást.

Az üdítőitalok mellett az étolaj, a tejtermékek és a háztartási cikkek csomagolásában is arra törekszünk, hogy növeljük az újrahasznosított anyagok arányát. Továbbá időszakosan kínálunk újrahasznosított műanyag felhasználásával készült saját márkás termékeket, háztartási eszközöket és sportruházati cikkeket.

A **REset Plastic** nemzetközi műanyag-stratégiánk részeként folyamatosan dolgozunk műanyag-felhasználásunk csökkentésén, saját márkás termékeink csomagolásainak újrahasznosíthatóságán, s hogy azokban újrahasznosított anyagot használjunk fel. Elkötelezettek vagyunk az innovatív kutatás-fejlesztés mellett, és fontosnak tartjuk környezetünk műanyaghulladéktól való megtisztítását is.

Hogyan lehet érték
a műanyag-hulladék?

A környezeti terhelés csökkentése érdekében a műanyagot minél tovább kell a gazdaság körfogásában tartanunk, így minimalizálhatjuk a „szűz műanyag” előállítását.

A REset Plastic stratégiánk részeként a PreZeroval, a Schwarz Csoport környezetvédelmi vállalatával együttműködve 2021-től kínálunk időszakos választékunkban 100%-ban* újrahasznosított műanyagból készült saját márkás háztartási termékeket. A gyártáshoz a PreZero magánháztartásokból gyűjti be a csomagolási hulladékot, amelyeket szétválogatnak, tisztítanak és regranulátummá dolgoznak fel.

A szintén időszakosan kapható Crivit sportkollekció alapanyagául Ocean Bound műanyagot használunk: a ruhadarabok különlegessége, hogy a szálakba olyan újrahasznosított műanyaghulladék kerül, amelyet strandokon és tengerparti régiókban gyűjtöttek össze.

Vásárlónkként ezen termékeink használatával Te is hozzájárulsz egy fenntarthatóbb életmódhoz, az erőforrások védelméhez és a körforgásos gazdaság előmozdításához.

** A termék műanyagtartalma (kb. 95%) 100%-ban újrahasznosított műanyagból készül, további adalékanyagok és színezékek használata kb. 5%.*

KLÍMAVÉDELEM

A Lidl elkötelezte magát, hogy 2050-re a nullához lehető legközelebbi értékre csökkenti üvegházhatásúgáz-kibocsátását a teljes ellátási láncában. Ez óriási kihívás, ugyanis mindez nemcsak saját működésünket, hanem a beszállítói és a vevői ellátási láncok kibocsátásait is érinti.

Milyen lépéseket teszünk?

Klímastratégiánkat a Science Based Targets Initiative (SBTi) tudományos módszertanához igazítottuk. 2022 óta ingatlanjaink számára 100%-ban megújuló energiaforrásból származó áramot vásárolunk*, emellett folyamatosan azon dolgozunk, hogy bővítsük a napelemmel ellátott üzleteink számát. LED-világítási rendszert működtetünk, épületfelügyeleti rendszert és ingatlanautomatizálási megoldásokat is alkalmazunk az energiafelhasználás mérséklése érdekében. A termékek hűtése kapcsán folyamatosan állunk át természetes hűtőközegek alkalmazására.

2024 januárjától megkezdtük a saját márkás Vemondo vegán termékeink árának csökkentését, hogy azokat hasonló áron kínáljuk, mint állati eredetű megfelelőjüket, ezzel ösztönözve a fenntarthatóbb fogyasztást.

Olvass tovább!

Ebben a rovatban mesélünk a Lidl Magyarország energiahatékonysági törekvéseiről, megvilágítva, hogy miért fontos ingatlanjainknál a zöld épületminősítés megszerzése. Eláruljuk a megoldásunkat arra, hogy a rengeteg áru mozgatása hogyan lehet környezetkímélőbb, és bemutatjuk, miként figyelünk a fenntarthatóságra az épülő legnagyobb raktárkomplexumunknál.

** Kivételt képeznek azon beszerzési megállapodások, amelyekre a Schwarz Csoport vállalatai nincsenek ráhatással, mint pl. a bérelt ingatlanok esetén a kötelező villamosenergia-beszerzési záradékkal kötött szerződések.*

Ellátási lánc:

Egy termék előállításához szükséges teljes folyamat a nyersanyag-kitermeléstől a készterméknek a végfelhasználóhoz történő kiszállításáig. Magában foglalja a termékhez kapcsolódó különböző szolgáltatásokat is (szervizszolgáltatások, hulladékkezelés, újrahasznosítás).

Nettó Zéró 2050-ig:

megoldásaink a fenntarthatóbb működésért

Elkötelezettek vagyunk a klíma védelme mellett – ezt mutatja a Lidl nemzetközi célkitűzése is, hogy 2050-ig elérjük a nettó zéró kibocsátást. Ez azt jelenti, hogy a Lidl, minden országban, ahol jelen van, a nullához lehető legközelebbi értékre csökkenti az üvegházhatásúgáz-kibocsátását (ÜHG) a teljes ellátási láncot tekintve.

ÚTON A CÉLUNK FELÉ:

100% zöldáram
2022 januárjától a Lidl Magyarország 100%-ban megújuló erőforrásból származó áramot vásárol teljes üzlethálózata, logisztikai központjai és irodaháza számára*

100% természetes hűtőközegek
Célunk, hogy 2028 végéig a termékek hűtéséhez 100%-ban természetes hűtőközegeket használjunk, így a kapcsolódó ÜHG-kibocsátást is fokozatosan mérsékelni tudjuk.

Növényi alapú termékkínálat bővítése
Kínálatunk kialakításánál fontos szempont, hogy olyan alternatívák növekvő választékát kínáljuk, amelyekhez a lehető legalacsonyabb ÜHG-kibocsátás kapcsolódik.

Környezetkímélőbb bolti áruszállítás
Előzetes tesztelést követően 2023-ban megkezdtük a bolti áruszállításhoz általunk alkalmazott flotta átalakítását 4 elektromos és 6 LNG-hajtású jármű forgalomba állításával.

Energiamenedzsment
Újonnan nyíló áruházainkban már gáz nélküli fűtésrendszert építünk be, valamint a meglévő üzleteknél is korszerű hűtő-fűtő berendezésekre állunk át.

Energiahatékonysági intézkedések
2024-ben megvalósult fejlesztések a kijelölt üzletekben: fűtéskorszerűsítés, az eladótérben a világítás optimalizálása, a parkolókban a világítás LED-re cserélése, hűtőbútorok ajtókkal való felszerelése, mélyhűtőkamrák aggregátorainak árnyékolása, a központi irodaház esetében pedig a szellőztető rendszer CO_2-érzékelős vezérlése.
Ezáltal

1 655 171 kWh

energiát takarítottunk meg, és

217 tonna

kapcsolódó CO_2-kibocsátást előztünk meg.

* Kivételt képeznek azon beszerzési megállapodások, melyekre a Schwarz Csoport nincs ráhatással, mint például a bérelt ingatlanok esetén a kötelező villamosenergia-beszerzési záradékkal kötött szerződések.

Zöld úton
a termelőtől a polcokig

Interjú Sztranát Istvánnal, a Waberer's International Nyrt. fenntarthatósági szakértőjével

Magyarország piacvezető logisztikai szolgáltatójaként a Waberer's hogyan áll a környezetvédelemhez?

A fenntarthatóság évek óta fontos működési elvként van jelen a vállalatcsoport életében: 2021-ben megalakult jelenlegi ESG Igazgatóságunk, amely cégcsoportszinten felelős a fenntarthatósági célok definiálásáért és megvalósításáért. Ide tartozik a folyamatos flottafiatalítás, a járművezetők gazdaságos vezetésre történő oktatása, az intermodális (közúti-vasúti kombinált) szállítási volumen növelése, az alternatív hajtásláncú járművek flottába implementálása és az alternatív hajtóanyagok használata, emellett nagy hangsúlyt fektetünk a telephelyeink energetikai korszerűsítésére is.

Hogyan látod, a Lidl Magyarország hol tart a fenntarthatóbb áruszállítás kiépítésében?

A vállalatcsoportunkhoz 2021-ben érkeztek az első alternatív hajtásláncú járművek, 2022-ben kezdtük el a Lidl-operációban is használni az első LNG-üzemű vontatót. Arra törekszünk, hogy a járműpark folyamatos korszerűsítésével közösen csökkentsük környezeti lábnyomunkat. Ennek eredményeként 2023-ban újabb 5 db LNG-üzemű vontatót, 2025-ben pedig 3 db elektromos vontatót és 2 db elektromos hűtős teherautót állítottunk forgalomba a Lidl számára dedikált flottában.

Milyen nagyobb eredmények születtek az elmúlt évek során a Waberer's–Lidl-együttműködésben?

Az alternatív hajtásláncú járművek ilyen mértékű megjelenése egy operáción belül nagyon jelentős eredmény, ezzel mindkét cégcsoport komoly károsanyag-kibocsátás csökkentést tud elérni. Úgy gondolom, hogy az alternatív (jelenleg LNG és elektromos) üzemű járművekre történő átállás egy társadalmilag is azonnal megtérülő beruházás: pozitív hatásait élvezhetik a járművezetők (elektromos hajtásláncú járműveknél káros motorrezgésektől mentes munkakörnyezet), a környezetben élők (lokálisan alacsonyabb vagy zéró károsanyag-kibocsátás, alacsonyabb zajterhelés), a flottaüzemeltetők és ez esetben a Lidl Magyarország is. Bízunk benne, hogy a jövőben is folytathatjuk a közös munkát a dekarbonizációs célok elérése érdekében.

Kiskunfélegyházán épül, és várhatóan 2026 októberére készül el a Lidl Magyarország eddigi legnagyobb logisztikai központja. Tervezésekor a legkorszerűbb komissiózási technológia mellett a környezetvédelmi szempontok is meghatározó szerepet játszottak.

Korszerűség és fenntarthatóság

– Épül az eddigi legnagyobb logisztikai központunk

A felszereltség eleme a korszerű hűtő-fűtő rendszer – a hűtéstechnika hulladékhőjét az épület fűtésére használjuk majd fel –, a hővisszanyerős szellőztetőrendszer, a LED-világítás és a víztakarékos csapok. Emellett közel 2 MW teljesítményű napelem, 10 ezer m^2-es biodiverz terület, elektromos töltőállomások és nagy befogadóképességű kerékpártároló is a beruházás részét képezi.

Az építkezés nemcsak munkát biztosít, de jelentős hatással lesz a dél-alföldi régió infrastruktúrájára. Emellett a logisztikai központ az átadása után hosszú távú munkalehetőséget is fog kínálni.

Zöldbe borultak

az üzleteink

Az EDGE (Excellence in Design for Greater Efficiencies) egy nemzetközi zöldépület-minősítési rendszer, melyet a Világbankhoz tartozó IFC (International Finance Corporation) dolgozott ki. A tanúsítvány bizonyítja, hogy egy épület fenntarthatóbb, és hatékonyabban működik a szokványos megoldásoknál.

Természetesen nem a jellegzetes sárga-kék-piros színektől váltunk meg, hanem EDGE fenntartható épületminősítést kaptak áruházaink.

A 2023-as üzleti év végéig megnyitott saját tulajdonú üzleteink mindegyike megkapta az EDGE minősítést. Az oklevélhez egy épületnek legalább 20%-kal kevesebb energiát, vizet és az anyagokban megtestesülő energiát, a kiemelt minősítéshez pedig minimum 40%-kal kevesebb energiát kell felhasználnia, mint egy hagyományos épületnek. A központi irodaházban, a logisztikai központokban és a teljes üzlethálózatban LED-világítási rendszer működik. Az ingatlanjaink mindegyike 2016 óta ISO 50001 energiagazdálkodási rendszerrel működik. Munkavállalóinknak energiatudatossági képzéseket tartunk.

A Lidl országokon átívelően

20%-kal növeli

az értékesített növényi alapú élelmiszerek* arányát 2030-ig, 2023-hoz képest.

* Pl. növényi fehérjeforrások, teljes kiőrlésű termékek, gyümölcsök és zöldségek.