SAJTÓKÖZLEMÉNY

SIKERESEN ZÁRULT A LUTRA ALBUM KAMPÁNY
20 MILLIÓ FORINT TÁMOGATÁST NYÚJT A LIDL A WWF-FEL KÖZÖS ÉLŐHELY-FEJLESZTÉSI PROGRAMHOZ

Budapest, 2026. november 19. - **Sikerrel zárult a Lidl Magyarország és a WWF Magyarország közös Lutra album kezdeményezése, amellyel a vásárlók a nosztalgikus matricagyűjtés mellett egy hazai természetvédelmi ügyhöz is hozzájárultak. A diszkontlánc minden eladott példány után 100 forintot különített el, az így befolyt összeget kiegészítette, és összesen 20 millió forinttal támogatja a Duna–Ipoly Nemzeti Park Igazgatóság területén induló ötéves élőhely-fejlesztési programot. Ennek részeként mintegy 17 000 facsemetét ültetnek, hogy helyreállítsák a tájra jellemző erdős-gyepes élőhelyeket. A program indulását edukációs élménynappal ünnepelte a Lidl csapata a helyszínen.**

Nagy sikert aratott a nyár végén megjelent, megújult Lutra album, amely matricagyűjtésen és játékos feladatokon keresztül mutatta be a világ védett állatait és a biodiverzitás megőrzésének jelentőségét. Az eladott példányszámok után befolyt összeget a Lidl kiegészítette, így összesen 20 millió forinttal finanszírozza a Natura 2000 hálózathoz tartozó Tápió–Hajta Vidéke Tájvédelmi Körzet élőhely-rekonstrukciós programját, melyben a WWF Magyarországgal működik együtt a vállalat.

„*Hálásak vagyunk vásárlóinknak, akik a Lutra albumok megvásárlásával aktív részeseivé váltak ennek az összefogásnak* – mondta Kaibinger Tamás, a Lidl Magyarország vállalati kapcsolatokért felelős vezetője. – *Számunkra kiemelten fontos, hogy a szemléletformáláson túl konkrét intézkedésekkel is szerepet vállaljunk a környezeti értékek megőrzésében. Büszkék vagyunk arra, hogy vásárlóinkkal közösen összesen 20 millió forinttal támogathatjuk ezt a kiemelten fontos természetvédelmi programot. Külön öröm, hogy a WWF Magyarországgal kialakított partnerségünk még tovább erősödött, hiszen a szervezet közreműködésével, szakmai támogatásával valósul meg a fejlesztés.*”

Az ötéves program során őshonos fafajokat, például kocsányos tölgyet és vadgyümölcs-csemetéket ültetnek a szakemberek. A cél egy olyan változatos, ligetes táj kialakítása, ahol a fás részek és a füves tisztások gazdag táplálékot és biztonságos menedéket nyújtanak az itt élő védett fajoknak, többek között a tövisszúró gébicsnek, a szalakótának, a fekete harkálynak, a búbos bankának és a nagy szarvasbogárnak. A faültetés pedig kezdetét veszi, amint az időjárás és a talaj engedi.

„A Lutra album visszatérése bebizonyította, hogy a közös értékek mentén szervezett edukáció képes kézzelfogható természetvédelmi eredményeket generálni – fogalmazott Szilágyi Zsófia, a WWF Magyarország vállalati partnerkapcsolati menedzsere. – *A Lidllel folytatott partnerségünk a mindennapi együttműködésben is kiválóan működik: a közös tervezéstől a terepi munkáig pontosan látjuk a közös munka erejét. Ez a 20 millió forintos forrás lehetővé teszi, hogy a Tápió–Hajta Vidékén a monokultúrák helyett ellenállóbb, őshonos fajokból álló erdei élőhelyeket hozzunk létre a nemzeti park szakembereivel karöltve*.”

SAJTÓKÖZLEMÉNY

Terepen a Lidl csapata: élménynap a Duna–Ipoly Nemzeti Park Igazgatóságnál

A természetvédelmi program indulását a Lidl munkatársai a helyszínen, aktív munkával ünnepelték: október végén egy közös élménynapon vettek részt a Tápió–Hajta Vidékén a Duna–Ipoly Nemzeti Park Igazgatóság és a WWF szakembereivel. A kollégák közvetlenül a terepen ismerhették meg a szakértőktől az élőhely-fejlesztési program részleteit, és azt is megnézhették, hogyan segít a madarak nyomon követésében a madárgyűrűzés. A csapat két kézzel is besegített a helyszínen: megtisztították a terület egy részét az elszórt hulladéktól, és kicserélték a korhadt oszlopokat, hogy a védett természeti terület biztonságban maradjon a behajtó járművektől.

A Lidl Magyarországról

A Lidl Magyarország 2004-ben nyitotta meg első logisztikai központját és 12 üzletét hazánkban. Ma már 222 áruházzal van jelen országszerte, a kiskunfélegyházi központ megnyitásával pedig munkavállalóinak száma elérte a 10 500 főt. Az elmúlt két évtized alatt a vállalat töretlenül fejlődik: nemcsak a diszkont szegmensben ért el vezető szerepet, de forgalmát tekintve az élelmiszer-kiskereskedelmi láncok között is a legdinamikusabb növekedést tudhatja magáénak, így a kereskedelmi toplista alapján hatodik éve az első helyen áll az FMCG szektorban az éves forgalom alapján. A vállalat emellett különös figyelmet fordít a magyar beszállítókra, a magyar gazdaság támogatásának és fejlesztésének jegyében, ennek köszönhetően termékeinek közel 60 százalékát magyar beszállítóktól szerzi be. A Lidl Magyarország 2026-ban ismét elnyerte a Top Employer Hungary minősítést.

A WWF Magyarországról

A WWF a világ legnagyobb civil természetvédelmi szervezete, amely több mint 100 országban tevékenykedik. Az alapítvány küldetése egy olyan jövő megteremtése, amelyben az emberiség és a természet harmóniában él egymással. A WWF Magyarország a nemzetközi hálózat részeként, de önálló civil szervezetként 35 éve azért dolgozik, hogy megóvja és helyreállítsa a hazai természetes élőhelyeket – folyókat, vizes élőhelyeket és erdőket. Emellett konkrét, természetalapú megoldásokkal segíti a klímaváltozáshoz való alkalmazkodást, támogatja a vízmegtartást és az energiahatékonyságot. Munkájukat számos partnerrel együttműködve végzik – mert a természet védelme közös ügyünk.