



A LIDL A WWF-FEL KÖZÖSEN ERŐSÍTI NEMZETKÖZI ELKÖTELEZETTSÉGÉT A TUDATOS TÁPLÁLKOZÁS MELLETT

Budapest, 2025. 01. 20. - **A Lidl tovább erősíti a tudatos táplálkozás iránti elkötelezettségét oly módon, hogy termékválasztékát 2050-ig még inkább az ún. Planetary Health Diet (PHD)¹ bolygóbarát egészséges étrendhez igazítja. 2030-ig a Lidl termékválasztékában 20%-kal növeli az értékesített növényi alapú élelmiszerek, például a növényi fehérjeforrások, teljes kiőrlésű gabonafélék, gyümölcsök és zöldségek arányát a 2023-as évhez képest. A Lidl az első kiskereskedő, amely a termékkínálatában szereplő valamennyi élelmiszer-kategóriát átláthatóvá teszi mind a 31 országban, ahol áruházaival jelen van, és ehhez a WWF módszertanát alkalmazza. A Lidl így segíti vásárlóit abban, hogy környezettudatosabb és egészségesebb döntéseket hozhassanak.**

Az olyan globális kihívások, mint az éghajlatváltozás, a biológiai sokféleség csökkenése és a táplálkozással összefüggő betegségek kezelése érdekében át kell alakítanunk az élelmiszerrendszerünket². A Lidl felismerve ezeket a sürgető problémákat és a felelősségét, hozzájárul a globális élelmiszerrendszer átalakításához azáltal, hogy ambiciózus célokat tűz ki teljes értékláncában. A vásárlók megtartják a termékválasztás szabadságát, de könnyebben hozhatnak fenntarthatóbb vásárlási döntéseket. Ennek érdekében a Lidl a WWF szakértelmének támogatásával tovább erősíti elköteleződését a Tudatos Táplálkozás stratégiájának céljai mellett mind a 31 országban, ahol áruházaival jelen van. A Lidl bővíti jelenlegi növényi fehérjékre vonatkozó intézkedéseit, és ambiciózus célokat tűz ki a bolygóbarát egészséges étrend (PHD) mindhárom egészséget támogató kategóriájában³.

A tudatos táplálkozás, mint az egészség megóvásának és a természet védelmének motorja

„Annak érdekében, hogy az egyre növekvő világnépesség egészséges módon táplálkozhasson anélkül, hogy a bolygónkat túlterhelnék, a globális élelmiszerrendszer átalakítása kulcsfontosságú” – mondta Tózsér Judit, a Lidl Magyarország vállalati kommunikációs vezetője. A Lidl már évek óta elkötelezett abban, hogy hozzájáruljon ehhez a célhoz a Planetary Health Diet étrend tudományos elmélete alapján. A WWF-fel mint tapasztalt partnerünkkel együttműködve a jövőben még nagyobb hatást szeretnénk elérni, és vásárlóinknak egy folyamatosan bővülő, az egészségesebb táplálkozásba jól beilleszthető, fenntarthatóbb termékválasztékot kínálni a tőlünk megszokott kedvező áron.”

¹ 2019-ben az EAT Lancet Bizottság 37 vezető tudósa kidolgozta az ún. Planetary Health Diet bolygóbarát egészség étrendjét, melynek célja, hogy úgy alakuljon át a táplálkozási kultúra, hogy 2050-ben a világnépesség, mintegy 10 milliárd ember egészségesen és fenntarthatóbban tudjon táplálkozni anélkül, hogy bolygónkat túlterhelnék.

² Living planet report: <https://www.worldwildlife.org/publications/2024-living-planet-report>

³ A Planetary Health Diet bolygóbarát egészséges étrend három egészséget támogató kategóriája: növényi alapú fehérjeforrások, teljes kiőrlésű gabonafélék, zöldségek és gyümölcsök.



Mariella Meyer, a WWF Svájc munkatársa hozzáteszi: „Örömmel tölt el minket, hogy a Lidl csatlakozott a Planetary Health Diet bolygóbarát egészséges étrendjéhez és alkalmazza a WWF Bolygóbarát Étrend Kiskereskedelmi Modelljét⁴. Ez egy döntő lépés az élelmiszerrendszer átalakításában, hiszen a jelenlegi globális élelmiszerrendszer az élővilág és a természet pusztulásának első számú okozója. Azzal, hogy a Lidl növelni kívánja a növényi alapú fehérjeforrások arányát termékkínálatában, előtérbe helyezi az emberek és a bolygónk egészségét. Reméljük, hogy ez majd más kiskereskedőket is arra ösztönöz, hogy kövessék a Lidl példáját, és az állati eredetű termékekkel szemben nagyobb hangsúlyt fektessenek a növényi alapú termékválasztékra.”

Ambiciózus célok a növényi alapú fehérjeforrásokra és a teljes kiőrlésű gabonafélékre vonatkozóan

A Lidl holisztikus CSR-stratégiájának és táplálkozási koncepciójának részét képezi az a nemzetközi cél, hogy termékkínálatában 2030-ra 20%-kal növelje az értékesített növényi alapú élelmiszerek arányát (2023-as évhez viszonyítva). Mindezt a fehérjeforrásokra, a teljes kiőrlésű gabonafélékre, valamint a gyümölcsökre és zöldségekre vonatkozó célzott intézkedésekkel kívánja elérni. 2025-től kezdődően a Lidl évente jelentést fog készíteni az ezen a téren elért eredményekről, és az adatokat nyilvánosan hozzáférhetővé teszi. Az élelmiszer-kiskereskedő a WWF módszertanát követi a tudatos és egészséges táplálkozás népszerűsítése érdekében.

- Fehérjeforrások: 2022 óta a Lidl méri és elemzi a növényi eredetű fehérjeforrások arányát a termékkínálatában az állati eredetű fehérjeforrásokhoz képest. A Lidl Magyarország célja, hogy 2030-ra 15%-ra növelje a növényi alapú fehérjeforrások arányát az állati eredetű fehérjeforrásokhoz viszonyítva. Ez magában foglalja a hüvelyeseket, dióféléket és magvakat, hús-, tojás- és haltermékek vegán alternatíváit. 2024-től kezdődően a Lidl Magyarország az átláthatóság érdekében évente nyilvánosságra hozza a fehérjeforrások arányát.
- Teljes kiőrlésű gabonafélék: az élelmi rostok elengedhetetlenek a hosszú és egészséges élethez⁵. A Lidl Magyarország célja, hogy 2030-ra a teljes kiőrlésű gabonafélék arányát 15%-ra növelje a teljes gabona termékkínálatában (2023-as évhez viszonyítva). A Lidl ezen kívül 2030-ig minden releváns termékkategóriában legalább egy teljes kiőrlésű gabonafélét kínál majd.
- Gyümölcsök és zöldségek: a friss gyümölcsök és zöldségek a Lidl Tudatos Táplálkozás stratégiájának fontos részét képezik. A Lidl továbbra is minden nap friss termékek széles választékát kínálja vásárlóinak.

További információk a Lidl Tudatos Táplálkozás iránti elkötelezettségéről: [Tudatos táplálkozás - Lidl Magyarország](#)

⁴ WWF Planet-Based Diets Retailer Methodology: <https://planetbaseddiets.panda.org/retailers>
<https://planetbaseddiets.panda.org/retailers>

⁵ University of Washington: Health effects of dietary risks in 195 countries, 1990-2017: szisztematikus elemzés a Global Burden of Disease Study, 2017. című tanulmányra vonatkozóan



Lidl Magyarországról

A Lidl Magyarországon 2004-ben nyitotta meg első logisztikai központját és 12 üzletét, ma pedig már 211 áruházzal van jelen hazánkban, és közel 9500 munkavállalót foglalkoztat. Az elmúlt két évtized alatt a vállalat töretlenül fejlődik: nem csak 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 negyedik 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 2024-ben ismét elnyerte a Top Employer Hungary minősítést.