



LIDL: FÓKUSZBAN A FRISS GYÜMÖLCSÖK ÉS ZÖLDSÉGEK

Budapest, 2019. február 6. – A Lidl Magyarország és a Magyar Dietetikusok Országos Szövetségének (MDOSZ) közös kutatásából kiderül, hogy a magyar felnőtt lakosság több mint harmadának nincs pontos információja arról, hogy naponta mennyi zöldség, gyümölcs és rost fogyasztása ajánlott. A WHO zöldség- és gyümölcsfogyasztásra irányuló ajánlásával összhangban az áruházlánc integrált kampányt indít.

Az áruházlánc és az MDOSZ közel háromezer résztvevő bevonásával készült kérdőíves kutatása a magyar lakosság zöldség- és gyümölcsfogyasztással kapcsolatos ismereteire, tudatosságára fókuszált.

A válaszadók nagy többsége (90%) tudja, hogy a zöldségek, gyümölcsök fogyasztása a magas rosttartalmuk miatt is fontos, több mint egy harmadának (42%) azonban nincs pontos ismerete arról, hogy egy nap mennyi rost bevitele szükséges. A WHO által ajánlott zöldség- és gyümölcsmennyiség, valamint a Magyar Dietetikusok Országos Szövetsége által kidolgozott hazai táplálkozási irányelvvel ellentétben a válaszadók közel fele (48%) vallja azt, hogy minél nagyobb mennyiségben érdemes gyümölcs- és zöldséglevet fogyasztani, azonban a szakemberek ezt csak alkalmanként, a folyadékbevitel színesítésére tanácsolják.

Az egészséges és kiegyensúlyozott étrend része többek között a megfelelő mennyiségű gyümölcs- és zöldségbevitel, melyet a Lidl Magyarország február hónapban hétről hétre folyamatosan bővülő friss gyümölcs- és zöldségkínálattal teszi elérhetővé vásárlói számára. A rostban és vitaminokban gazdag táplálkozás népszerűsítése mellett a vállalat célja egy olyan tudatos vásárlói attitűd kialakítása, mely révén a friss gyümölcsök és zöldségek fogyasztása a mindennapok részévé válik, ennek érdekében közösségi média felületein Friss Február mozgalmat indít, melynek célja a zöldség- és gyümölcsfogyasztás népszerűsítése.

„A legfrissebb hazai felmérések szerint az élelmi rostbevitel férfiaknál és nőknél egyaránt elmarad az ajánlásokban szereplő napi legalább 25 g mennyiségtől, az pedig különösen kedvezőtlen, hogy a friss zöldségek és gyümölcsök fogyasztása 2009-hez képest csaknem ötödével csökkent Magyarországon. Éppen ezért fontos és támogatandó minden olyan kezdeményezés, így a Lidl programja is, ami a



tendencia pozitív irányban történő elmozdulását szolgálja” – mondta Kubányi Jolán a Magyar Dietetikusok Országos Szövetségének elnöke.

„A Lidl Magyarország évek óta kiemelt figyelmet fordít az egészséges és tudatos táplálkozás népszerűsítésére. Fontos számunkra, hogy kezdeményezéseinkkel vásárlóink minél több információhoz jussanak a megfelelő tápanyag és vitaminbevitel tekintetében is, ezzel megőrizve egészségüket.” – mondta el Tózsér Judit, a Lidl Magyarország vállalati kommunikációs vezetője.

Lidl Magyarországról

Az 1930-as években, Németországban alapított Lidl hazánk egyik legdinamikusabban fejlődő élelmiszerláncja. A Lidl Magyarországon 2004-ben nyitotta meg első logisztikai központját és 12 üzletét, ma pedig már 175 áruházzal van jelen hazánkban, és több mint 5000 munkavállalót foglalkoztat. A vállalat 2004-es magyarországi piacra lépése óta 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.

A Lidl Magyarország az FMCG szektor meghatározó foglalkoztatójaként kiemelt figyelmet fordít munkavállalói elismerésére. Országos szinten egyedülálló ütemben és mértékben növeli munkavállalóinak bérét: 2018. március 1-jével átlagosan 20%-kal emelte bolti és raktári fizikai munkavállalói munkabérét, így 2016 januárja óta összesen 52%-os béremelést valósított meg.

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.

További Információk:

Lidl Magyarország

Tózsér Judit

Vállalati kommunikációs vezető

Tel: 0036-20-776-0017

E-Mail: sajto@lidl.hu