



RANGOS DÍJAT KAPOTT A LIDL KEZDEMÉNYEZÉSE

JÁTEKOS FORMÁBAN TANULTAK A DIÁKOK A KÖRFORGÁSOS GAZDASÁGRÓL

Budapest, 2025. 09. 25. – **A fiatalok környezettudatos döntéseit támogató „Körforgásban a diákokkal” programjával nyerte el a Lidl Magyarország a Fenntarthatóság szimbóluma díjat. A kezdeményezés célja, hogy játékosan edukálja a vállalat a jövő generációját a szelektív hulladékgyűjtés és az étel-miszer-pazarlás megelőzése kapcsán.**

Jelentős szakmai elismerésben részesült a Lidl Magyarország: a vállalat „Körforgásban a diákokkal – edukáció a körforgásos gazdaságért” programja a Fenntarthatóság szimbóluma díj nyertese lett CSR Társadalmi kategóriában. A díjat a Trade Magazin már hatodik alkalommal megrendezett versenyén ítelték oda, a díjátadóra pedig a Business Days 2025 konferencián, 2025. szeptember 24-én, Tapolcán került sor. A Fenntarthatóság szimbóluma díj célja a fenntarthatósági szempontokat kiemelten kezelő, mérhető és példamutató kezdeményezések bemutatása.

A Lidl Magyarország programjának célja, hogy elsősorban az általános iskolás diákokkal gyakorlati, játékos feladatokon keresztül ismertesse meg a körforgásos gazdaság fontosságát. Az országos tudatosságnövelő kampány két versenye a szelektív hulladékgyűjtés és az étel-miszer-pazarlás megelőzése témákra épült, amelyben országszerte több száz iskola diákjai vettek részt, valamint a vállalat munkatársait és a Lidl közösségi média felületeinek követőit is megszólította.

Felelős gondolkodás, mérhető eredmények

A program tudáspróbái és játékos edukációs feladatai széles körű részvételt generáltak. A szelektív hulladékgyűjtés témájára épülő online tudáspróbán országszerte közel 600 iskolából több mint 1700, míg az „Étel-miszerhősök” kampányhoz kapcsolódó kvízre is több mint 1000 kitöltés érkezett. A kezdeményezés a közösségi médiában is nagy figyelmet kapott: a program két versenye a Facebookon és Instagramon együttesen közel 364 ezer megjelenést ért el.

„Hiszünk abban, hogy már ma a holnapra gondolni igazán megéri. Ezért szervezzük évről évre edukációs programjainkat, hiszen etikus vállalként rendkívül fontos számunkra, hogy ne csak üzleti működésünkben, hanem ezeken keresztül is hozzájáruljunk a fenntarthatóbb jövőhöz. Nagyon örülünk, hogy országszerte ilyen nyitottak voltak az oktatási intézmények és a diákok a versenyekre, az pedig, hogy a rangos szakmai zsűri a Fenntarthatóság szimbóluma díjjal ismerte el kezdeményezésünket, óriási megtiszteltetés és büszkeség számunkra” – mondta Kaibinger Tamás, a Lidl Magyarország vállalati kapcsolatokért felelős vezetője.

Folyamatos elköteleződés

Etikus vállalként a Lidl Magyarország kiemelten kezeli a fenntarthatósággal kapcsolatos széles körű edukációt és érzékenyítést. 2022-ben például elindította a saját márkás termékek kapcsán



a csomagolóanyagok jelölőrendszerrel való fokozatos ellátását, ami a szelektív hulladékgyűjtésben is segít. Együttműködései révén az áruházlánc rendszeresen szervez edukációs kampányokat. 2024-ben a PET KUPA Egyesülettel közösen indította el a „SzelektálOK” programot, valamint a Felelős Gasztrohős Alapítvánnyal közösen az „Élelmiszerhősök” versenyt.

A vállalat edukációs programjairól bővebben a fenntarthatóság [aloldalán](#) olvashatnak.

Lidl Magyarországról

A Lidl Magyarországon 2004-ben nyitotta meg első logisztikai központját és 12 üzletét, ma pedig már 216 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 toplisták alapján ötödik 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 2025-ben ismét elnyerte a Top Employer Hungary minősítést.