



DÍJAZTÁK A LIDL FENNTARTHATÓSÁGI TÖREKVÉSEIT

Budapest, 2021.09.23. - Fenntarthatóság Szimbóluma díjjal jutalmazták a Lidl Magyarország környezeti és társadalmi fenntarthatósági törekvéseit, valamint fenntartható termékfejlesztéseit. A verseny célja, hogy minden évben bemutassák azokat a programokat, amelyek pozitív példaként állhatnak mind a piaci szereplők, mind a fogyasztók előtt.

Immáron második alkalommal hirdette meg a Trade Magazin a Fenntarthatóság Szimbóluma pályázatot, amelyre összesen 27 pályázat érkezett. Az ünnepélyes díjátadóra szerdán délelőtt került sor, ahol a Lidl Magyarország mindkét pályázata pozitív elbírálásban részesült. A megmérettetésre olyan akár vállalati, akár egy-egy márkára vonatkozó vállalással, fejlesztéssel, beruházással lehetett nevezni, amelyek hozzájárulnak a fenntarthatóbb jövő eléréséhez.

„A felelősségvállalás üzleti működésünk szerves része, ezért nap mint nap arra törekszünk, hogy felelős, fenntartható vállalként működjünk. Ezt a célt szem előtt tartva számos intézkedést vezetünk be, illetve megvalósítandó célt tűztünk ki magunk elé. Büszkék vagyunk arra, hogy ezeket a törekvéseket a szakma is elismeri.” – mondta Tózsér Judit a Lidl Magyarország vállalati kommunikációs vezetője.

A diszkontlánc pályázati anyagában bemutatott stratégia középpontjában a társadalmi és környezetvédelmi programok állnak. Előbbi esetében a Lidl támogatja többek között vásárlóit az egészséges táplálkozás és egészségtudatos életmód megvalósításában, segítő kezet nyújt a rászoruló magyar családoknak, felelős munkaadóként széleskörűen gondoskodik munkavállalóiról, valamint elkötelezett a felelős állattartás ügye mellett is. Környezetvédelmi programjának meghatározó eleme a csomagolóanyag-optimalizálás, melyet a REset Plastic műanyag stratégia foglal össze, de vásárlói edukációjára is nagy hangsúlyt fektet, amit különféle aktivitásain keresztül valósít meg.

A vállalat másik, szintén díjazott pályázata a fenntartható termékkínálatra fókuszált. Az áruházlánc folyamatosan dolgozik azon, hogy a kínálatában megtalálható saját márkás termékekhez használt alapanyagok előállítása fenntartható módon történjen. Ennek keretében a tea, a kakaó, a kávé, a cellulóz, a pálmaolaj, a halak, a virágok és növények fenntartható beszerzésére koncentrálnak. Erre vonatkozó elveit és célkitűzéseit pedig nyilvánosan elérhető állásfoglalásaiban foglalta össze a vállalat. A Lidl emellett törekszik arra is, hogy a textiltermékek esetében is támogassa a környezetkímélő és erőforrás-hatékony termék-előállítást, valamint a fenntartható, körkörös gazdaságot. Célja, továbbá, hogy 2025 végéig 100%-ban fenntartható forrásokból származó pamutot szerezzen be nem élelmiszer jellegű termékei esetében.

Lidl Magyarországról

Az 1930-as években, Németországban alapított Lidl hazánk egyik legdinamikusabban fejlődő élelmiszerlánc. A Lidl Magyarországon 2004-ben nyitotta meg első logisztikai központját és 12 üzletét, ma pedig már 187 áruházzal van jelen hazánkban, és több mint 7000 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 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: +36-20-776-0017

E-Mail: sajto@lidl.hu