



SIKERESEN ZÁRULT A LIDL EGÉSZSÉGESEN AZ ISKOLAPADBAN KAMPÁNYA

Budapest, 2022.11.03. – **Idén is sikeresen zárult a Lidl Magyarország Egészségesen az iskolapadban programja. A kezdeményezés keretében meghirdetett versenyre országszerte mintegy 250 egészséges tízórai recept érkezett. A kapcsolódó online felmérésben közel 4300-an vettek részt. Szakmai partnerként ezúttal is a Magyar Dietetikusok Országos Szövetségével dolgozott együtt a diszkontlánc.**

A Lidl Magyarország évek óta kiemelt hangsúlyt helyez az egészségtudatos táplálkozás előmozdítására. Egészségesen az iskolapadban programját 2015-ben hívta életre annak érdekében, hogy felhívja a figyelmet a gyermekek egészséges táplálkozásának fontosságára, egyben megossza az ezzel kapcsolatos ismereteket a szülőkkel. Idén az egészséges tízórai készítés került középpontba, illetve a „Legegészségtudatosabb Osztályt” is kereste a diszkontlánc. Ezenfelül online felmérést is indított a Lidl annak feltérképezésére, hogy milyen formában van jelen a magyar háztartásokban az egészségtudatos táplálkozás.

A kampány népszerűségét jelzi, hogy a meghirdetett versenyre országszerte közel 250 egészséges tízórai recept érkezett. A „Legegészségtudatosabb Osztály” címet a Hajdúböszörményi Bethlen Gábor Általános Iskola 3. a osztálya érdemelte ki. A nem reprezentatív kutatásban közel 4300-an vettek részt, többségében (74%) gyermekes szülők. A válaszokból többek között kiderül, hogy a szülők 18%-a mindig, 69%-a általában odafigyel arra, hogy az elkészített ételek vagy megvásárolt élelmiszerek egészségesebbek is legyenek, például kevesebb cukorral, sóval vagy állati zsír helyett növényi olajjal készüljenek. Vásárlás előtt a szülők negyede (28%) mindig, kétharmada (66%) időnként tájékozódik a termék címkéjén feltüntetett energia- és tápanyagtartalomról, melyek közül többségében (a válaszadók 24%-a) a cukor mennyisége befolyásolja leginkább a döntést.

Felelős vállalként a Lidl elkötelezett az egészségesebb termékkínálat kialakításában is, ezt mutatja azon célkitűzése, hogy saját márkás termékeiben 2025-ig átlagosan 20 százalékkal csökkenti a hozzáadott só- és cukortartalmat. Az optimalizálási program eredményeképpen csak a 2021-es gazdasági évben 55,5 tonna sóval és 377,4 tonna cukorral kevesebbet használt fel termékeihez a vállalat. *„Nagy öröm számunkra, hogy idén is nagy számban érdeklődtek Egészségesen az iskolapadban kezdeményezésünk iránt. Bízunk benne, hogy a figyelemfelhívás által is hozzájárulhatunk a magyar családok, minél több kisgyermek egészségesebb és változatosabb étrendjének kialakításához”* – mondta Tózsér Judit, a Lidl vállalati kommunikációs vezetője.

Az Egészségesen az iskolapadban kampányról részletek a vállalat [honlapján](#) találhatóak.

Lidl Magyarországról

Lidl Magyarország · Vállalati kommunikáció

Tózsér Judit · H-1037 Budapest – Rádl árok 6. · +36-20-776-0017

1 | 2

sajto@lidl.hu



SAJTÓKÖZLEMÉNY

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 195 áruházzal van jelen hazánkban, és több mint 8500 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. A Lidl Magyarország 2022-ben elnyerte a Top Employer Hungary minősítést.

További információk:

Lidl Magyarország

Tózsér Judit

Vállalati kommunikációs vezető

Tel: +36-20-776-0017

E-Mail: sajto@lidl.hu