



## ÚJABB CÉLOKAT TŰZÖTT KI A LIDL A TUDATOS TÁPLÁLKOZÁS ELŐMOZDÍTÁSÁRA

**TÖBB TELJES KIÖRLÉSŰ GABONA ÉS NÖVÉNYI ALAPÚ TERMÉK, ÚJ IRÁNYOK A GYERMEKEKNEK SZÓLÓ REKLÁMOZÁSBAN**

Budapest, 2023.01.31. – **Nemzetközi intézkedéscsomagot fogadott el a Lidl a tudatos táplálkozás előmozdítása érdekében, melynek része a termékkínálat és a kommunikáció fejlesztése egyaránt. Az áruházlánc célja, hogy 2025-ig a legkiválóbb termékkínálatot alakítsa ki a tudatos és fenntarthatóbb életmód előmozdítása érdekében. E törekvését számos új intézkedéssel erősíti meg a vállalat, hogy a vásárlók a jövőben minél könnyebben hozzassanak tudatos fogyasztói döntéseket vásárlásaik során.**

Egészségünkre és természeti környezetünkre egyaránt óriási hatással van az, ahogyan táplálkozunk. Hogyan tud majd 2050-ben megközelítőleg 10 milliárd ember egészségesen táplálkozni anélkül, hogy teljesen felélnék bolygónk erőforrásait? Ez a kérdés az EAT-Lancet Bizottság vezető tudósait is foglalkoztatta, akik 2019-ben kidolgoztak egy speciális étrendet, ami a rostban gazdag, növényi alapú, kisebb környezeti terheléssel járó termékeket helyezi előtérbe.

Az ún. Planetary Health Diet (bolygóbarát egészséges étrend) táplálkozási modell alapján a Lidl azon dolgozik, hogy 2025-ig a tudatos és fenntartható életmódhoz a legjobb termékválasztékot kínálja vásárlóinak. Ezen elköteleződése részeként a Lidl törekvése, hogy 2025-ig fokozatosan növelje a teljes kiőrlésű gabonák és a növényi eredetű fehérjeforrások arányát a saját márkás kínálatában – utóbbi esetben többek között a vegán termékpalletta bővítésével.

*„Hosszú évek óta azon dolgozunk, hogy támogassuk vásárlóink egészségtudatos táplálkozását, miközben óvjuk környezetünket is. Legújabb céljaink is azt szolgálják, hogy továbbfejlesztett választékunk által még több alternatívát kínáljunk vásárlóink számára a tudatos és fenntartható táplálkozás előmozdítása érdekében – mondta Tózsér Judit, a vállalat kommunikációs vezetője.*

Az egészségstudatos táplálkozás alapjait fontos minél korábban elsajátítani, e folyamatra pedig többek között hatással van az is, hogy milyen reklámokkal találkozunk gyermekkorban. A Lidl úgy döntött, hogy 2023 januárjától, az Egészségügyi Világszervezet (WHO) ajánlását követve a jövőben nem reklámoz olyan élelmiszereket - a karácsonyi, húsvéti és halloweeni promóciós cikkek kivételével - gyermekek számára, amelyek magas telített zsírsav-, cukor- vagy sótartalmúak. Ezenfelül a vállalat mostantól fokozza a gyermekek egészségesebb és fenntarthatóbb táplálkozását népszerűsítő marketingtevékenységét.

A tudatos vásárlói döntés megkönnyítése és az átlátható kommunikáció érdekében a Lidl már elindította bizonyos saját márkás termékeinek Nutri-Score címkével való jelölését is. Az ötfokozatú, A-tól E-ig terjedő színes betűskála segítségével a vásárlók egyszerűen és gyorsan megismerhetik az adott termék tápérték besorolását. A jelölő-rendszerrel bővebb információ a Lidl [honlapján](#) található.



## SAJTÓKÖZLEMÉNY

---

Az egészségtudatos étkezés népszerűsítésében a vállalat szakmai partnerként évek óta a Magyar Dietetikusok Országos Szövetségével dolgozik együtt. „Az egészséges és fenntartható táplálkozás már a menütervezésnél és a bevásárlásnál elkezdődik. Ezért nagyon fontos, hogy a vásárlók már az élelmiszerboltban minden segítséget megkapjanak ahhoz, hogy minél könnyebben hozzassanak helyes fogyasztói döntést. Saját márkás termékeik folyamatos fejlesztésével, széles és egyre korszerűbb választék biztosításával, a boltokban és a termékeken elhelyezett információkkal a Lidl jelentősen hozzájárul egy egészségesebb étrend megvalósításához” – mondta Szűcs Zsuzsanna, az MDOSZ elnöke az áruházlánc új intézkedései kapcsán.

Felelős vállalként a Lidl Magyarország stratégiai szinten kiemelt hangsúlyt helyez az egészségtudatos táplálkozás előmozdítására, eziránti elkötelezettségéről bővebb információkat az áruházlánc [legújabb beszerzési politikájában](#) olvashat, mely Fenntarthatóság aloldalán megtalálható.

---

### 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 196 áruházzal van jelen hazánkban, és közel 8000 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 2023-ban ismét 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](mailto:sajto@lidl.hu)