



DÍJAZTÁK A LIDL FENNTARTHATÓSÁGI KEZDEMÉNYEZÉSÉT

Budapest, 2023.07.18. - **Fenntarthatóság Szimbóluma díjjal jutalmazták a Lidl Magyarország környezeti fenntarthatósági kezdeményezését, a River Cleanup Collective @Duna – Együtt a tisztább Dunáért rendezvényt. A Fenntarthatóság Szimbóluma verseny célja, hogy minden évben olyan programokat mutassanak be, melyek hozzájárulnak egy fenntarthatóbb jövőhöz.**

Negyedik alkalommal hirdette meg a Trade Magazin a Fenntarthatóság Szimbóluma pályázatot, amelyen a beérkezett pályamunkák közül végül 18 pályázó nyerte el az elismerést 5 kategóriában, melynek keretében idén először lehetett az önálló CSR kategóriában is pályázni. A nyertesek által bemutatott akár vállalati, akár egy-egy márkára vonatkozó vállalásaikkal, fejlesztéseikkel, beruházásaikkal példaként szolgálhatnak a piac szereplői, valamint vásárlói, fogyasztói előtt.

A Lidl a CSR kategóriában elismert pályázati anyagában a 2022-ben megvalósított "River Cleanup Collective @Duna – Együtt a tisztább folyókért" rendezvényét és a hozzá kapcsolódó kommunikációs és edukációs kampányát mutatta be. A Duna teljes hosszát érintő, nemzetközi hulladékgyűjtő akcióval, a „River Cleanup Collective @Duna” projekttel a Schwarz Csoport és a Lidl célja, hogy a hulladék összegyűjtésével és újrahasznosításával megelőzzék a Duna és ezáltal közvetetten a világ óceánjainak szennyezését. A projekt a Schwarz Csoport átfogó REset Plastic stratégiájának részeként valósult meg, amelynek célkitűzései mellett a Lidl Magyarország 2018-ban kötelezte el magát.

„A REset Plastic stratégia egy átfogó stratégia, melynek rendkívül fontos eleme a REmove láb, azaz, hogy a már természetbe kijutott műanyagtól, hulladéktól megszabadítsuk a környezetünket. Rendkívül büszkék vagyunk arra, hogy a tavalyi évben megvalósított River Cleanup Collective @Duna – Együtt a tisztább Dunáért” rendezvényünk során egyetlen délután alatt közel 1,5 tonna hulladékol tisztítottuk meg a Francia-öböl területét Budapesten. Nemzetközi szinten pedig Európa-szerte 10 országból, összesen 16 Lidl és Kaufland vállalat vett részt a kampányban, és tettünk együtt a fenntarthatóbb jövőért. Az pedig külön örömünkre szolgál, hogy a kollégáinkkal közösen megvalósított összefogásunkat ilyen értékes szakmai elismeréssel jutalmazták” – mondta el Tózsér Judit, a Lidl Magyarország vállalati kommunikációs vezetője.

A diszkontlánc a REset Plastic műanyagstratégia keretében vállalta, hogy 2025-ig 20%-kal kevesebb műanyagot használ fel saját márkás termékei csomagolásának optimalizálása révén, sajátmárkás termékei csomagolásának 100%-át pedig maximálisan újrahasznosíthatóvá teszi, továbbá abban legalább 25%-ban újrahasznosított anyagot használ fel.

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 197 áruházal 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