



LIDL A JÖVŐ ÚTJÁN: MEGJELENT A LIDL MAGYARORSZÁG ELSŐ FENNTARTHATÓSÁGI JELENTÉSE

Budapest, 2020. november 26. – **A Lidl Magyarország nap mint nap tesz a fenntartható fejlődésért, a fenntarthatóság növeléséért és ezirányú elkötelezettségét jól jelzi, hogy – a díszkontláncok közül elsőként - kiadta magyarországi Fenntarthatósági Jelentését. Az áruházlánc az átfogó dokumentumban összefoglalta az elmúlt két gazdasági év kitűzött fenntarthatósági céljait, intézkedéseit és azok eredményeit.**

A Lidl Magyarország nagy hangsúlyt fektet arra, hogy minden területen felelős vállalatként működjön, így kiemelten kezeli többek között a környezetvédelmet, a fenntartható termékkínálatot, a magyar beszállítók támogatását és helyzetbehozását, de a felelős foglalkoztatás és a társadalmi szerepvállalás – többek között a magyar családok támogatása - is nagy hangsúlyt kap a vállalat stratégiájában. Az áruházlánc ezért elérkezettnek látta az időt arra, hogy kiadja első, magyarországi Fenntarthatósági Jelentését.

Tózsér Judit, a vállalat kommunikációs vezetője elmondta: *„Vállalatunk az elmúlt 16 évben a magyar élelmiszer-kiskereskedelem egyik meghatározó szereplőjévé vált. A siker azonban egyre növekvő felelősséggel is jár és mi a Lidlnél szeretnénk már ma gondoskodni a holnapról, a jövőről. Óriási öröm számunkra, hogy elkészülhetett ez a rendkívül tartalmas Fenntarthatósági Jelentés, melyből kiderül, hogy mit jelent számunkra a felelős üzleti működés és hogyan teszünk azért, hogy vállalatunkat a biztos jövőt szem előtt tartva építsük fel. Törekszünk arra, hogy nem csak üzleti sikereinkkel, de fenntarthatósági tevékenységünkkel is a piac jelentős szereplővé váljunk.*

Lidl a magyar beszállítókért

Az áruházlánc különös figyelmet fordít a magyar beszállítókra, a magyar gazdaság támogatásának és fejlesztésének jegyében. A sikert jól jelzi, hogy a 2016 óta működő Beszállítói Akadémián keresztül 510 hazai kis-és középvállalatot segített piaci tudatosságuk és teljesítményük fejlesztésében. A Lidl Magyarország igyekszik lehetőséget biztosítani arra is, hogy termékeik más országok Lidl üzleteinek polcaira is felkerülhessenek. A kezdeményezésnek köszönhetően a vállalat közreműködésével 2019-ben 490 magyar beszállító összesen 730-féle terméke jutott el 24 különböző Lidl-országba, mely nagyban hozzájárult exportteljesítményük növeléséhez.

Felelősséggel a munkatársakért, a társadalomért

A Lidl mottója, hogy *Értékünk a kollégánk! Éppen ezért munkáltatóként is felelősen viselkedik.* Munkavállalói számára a folyamatos bérfejlesztésnek köszönhetően versenyképes fizetést, emellett számos juttatást, mint például Lidl-kártyát és Kedvezményprogramot, Lidl Egészségprogram keretében egészségügyi ellátást, egyszeri anyagi támogatásokat, illetve személyre szabott képzéseket is kínál.

Lidl Magyarország · Vállalati kommunikáció



Jelentős az áruházlánc társadalmi felelősségvállalása is: az elmúlt két gazdasági évben több mint 317 millió forintot fordítottak adományozásra nonprofit szervezeteken keresztül.

Változatos és fenntartható termékkínálat

A diszkontlánc már a beszállítók kiválasztásánál is ügyel a fenntarthatóságra és ezek mentén alakítja ki változatos és fenntartható termékkínálatát. Alapanyag-beszerzésre vonatkozó vállalásainak köszönhetően támogatja például a fenntartható mezőgazdasági gyakorlatokat, mely mind a termelők, mind a környezetvédelem szempontjából fontos lépések. Az áruházlánc törekszik arra is, hogy egyre nagyobb arányban kínáljon olyan textiltermékeket, amelyek előállítása fenntartható alapanyagokból és eljárással történik. A környezeti hatások csökkentése mellett pedig az áruházlánc igyekszik a fenntartható termékek iránti igényeket is kiszolgálni, melynek sikerét jelzi, hogy 2019-ben 9% volt az értékesített saját márkás fenntartható termékek aránya.

Környezetbarát gondolkodás

A környezetvédelmet szem előtt tartva a Lidl Magyarország csatlakozott a Schwarz Csoport nemzetközi műanyagstratégiájához, a REset Plastic kezdeményezéshez, melyben célul tűzte ki, hogy 2025-re 20%-kal csökkentse műanyagfelhasználását, és a saját márkás termékek csomagolóanyagainak 100%-át maximálisan újrahasznosíthatóvá tegye. Ugyanakkor a környezettudatos szemlélet a Lidl Magyarország saját működési folyamataiban is kiemelten fontos. A diszkontlánc folyamatosan azon dolgozik, hogy fejlessze energiahatékonysági teljesítményét. Az energiafogyasztás csökkentésére irányuló intézkedéseinek köszönhetően az elmúlt két évben 3000 tonna CO₂-kibocsátást előzött meg.

A Lidl Magyarország teljes Fenntarthatósági Jelentése <https://vallalat.lidl.hu/fenntarthatosag/jelentes> érhető el.

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 186 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

Lidl Magyarország • Vállalati kommunikáció

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

sajto@lidl.hu