



ÉRZÉKENYÍTŐ KAMPÁNYT INDÍTOTT A LIDL

Budapest, 2021.10.18. – **Az Élelmezési Világnap alkalmából érzékenyítő kampányt indított a Lidl Magyarország, melynek célja, hogy felhívja a figyelmet az élelmiszerpazarlás megelőzésének fontosságára. Az áruházlánc saját maga is nagy hangsúlyt fektet az élelmiszerfelesleg minimalizálására, az értékesítésből kivont, de fogyasztásra alkalmas élelmiszerekkel pedig a Magyar Élelmiszerbank Egyesülettel partnerségben havonta 2200 rászoruló élelmezéséhez járul hozzá.**

Október 16-án ünnepeljük az Élelmezés Világnapját, melynek célja, hogy ráirányítsa a figyelmet és összefogásra ösztönözzön az emberiség nagy részét érintő élelmezési gondok megoldására. Ezzel összefüggésben nagy jelentőséggel bír, hogy megelőzzük az élelmiszerpazarlást, vagy gondoskodjunk arról, hogy a keletkezett felesleg eljuthasson a nélkülözőkhöz.

A vállalat ennek jegyében érzékenyítő kampányt indított vásárlói és social média követőinek körében, melynek célja, hogy játékos és edukatív módon hívja fel a figyelmet az élelmiszerpazarlás megelőzésére, az élelmiszerhulladék felelős kezelésére. A [Felelős Kirakós online applikációs játék](#) a szórakoztatás mellett hasznos tippekkel is segíti a résztvevőket.

A Lidl Magyarország számára kiemelten fontos, hogy a lehető legkevesebb élelmiszer menjen kárba. A rendelési folyamatok folyamatos optimalizálása mellett célja, hogy az értékesítésből kivont, de fogyasztásra alkalmas termékek se végezzék hulladékként, hanem azokkal a hátrányos helyzetű magyar családokat támogassák, egyúttal megóvva ezzel a környezetet is.

Tózsér Judit, a Lidl Magyarország vállalati kommunikációs vezetője elmondta: *„Ökológiai lábnyomunk csökkentése és társadalmi felelősségvállalásunk részeként havonta 2200 rászorulót segítünk zöldség-gyümölcs és pékáru termékekkel, melyben a Magyar Élelmiszerbank Egyesület van segítségünkre. Mindemellett teljes adományozási programunk során azon dolgozunk, hogy lehetőségeinkhez képest maximálisan segítőkészezzünk a nehéz körülmények között élőknek. Ugyanakkor fontosnak tartjuk azt is, hogy vásárlóinkat is érzékenyítsük és együttes erővel tegyünk az élelmiszerpazarlás megelőzése ellen.”*

A Lidl Magyarország élelmiszermentés melletti elkötelezettségét mutatja az is, hogy a vállalat, a kiskereskedelmi láncok közül elsőként idén új akcióba kezdett. Felelős vállalatként az EFOTT-on, a Campus Fesztiválon és a Balaton-átúszáson keletkezett élelmiszerfelesleget partnerszervezetei közreműködésével több mint 500 nehéz körülmények között élő családnak adományozta.

Lidl Magyarországról

Lidl Magyarország · Vállalati kommunikáció

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

sajto@lidl.hu



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