PERSBERICHT 

**Lidl opent nieuw winkelconcept**

**Geel krijgt eerste Lidl Of the Future (LOF)**

**Geel, 13 december 2016 – Lidl België opent een nieuw winkelconcept in Geel. Het nieuwe LOF (Lidl Of the Future) zal het eerste filiaal zijn dat het BREEAM very good certificaat haalt. Efficiëntie en ergonomie zijn de twee pijlers van het nieuwe Lidl concept. Dit creëert een aangename werk- en winkelomgeving. Lidl groeit en zal tegen 2020 meer dan 2000 nieuwe werknemers aanwerven.**

**Duurzaam**

LOF, staat voor Lidl of the Future waar duurzaamheid centraal staat. Dit nieuwe concept is uitgerust met tal van duurzame bouwtechnieken die er voor zorgen dat het energieverbruik tot een absoluut minimum beperkt wordt. *Wim De Meyer, verantwoordelijke bouw*: “Dit LOF filiaal zal het eerste filiaal zijn dat het BREEAM\* very good certificaat haalt. Deze standaard quoteert naast energiebesparende maatregelen ook de impact op mobiliteit en het welzijn van de werknemer.“

Om deze standaard te behalen heeft Lidl tal van initiatieven genomen zoals:

* Continue monitoring van het energieverbruik van het filiaal
* De nieuwste isolatietechnieken in de grote glaspartijen
* Warmterecuperatie, ook via de koelingsinstallaties
* Waterrecuperatie
* Het plaatsen van een bijenhotel
* Extra fietsenstalling met elektrische laadpaal vlakbij de ingang
* Laadpalen voor elektrische wagens, gratis ter beschikking van de klant tijdens het winkelen.
* Opleiding en sensibilisatie van werknemers in het kader van ISO 50.001.

**Een nieuwe generatie winkels**

Efficiënt, elegant en aantrekkelijk: de nieuwe stijl van de Lidl in Geel. *Wim De Meyer*: “De bouw van dit nieuwe concept startte met een veeleisend lastenboek, waarhet accent vooral lag op duurzaam bouwen met oog hoog technische bouwtechnieken. De grote glazen gevel zorgt voor een natuurlijke lichtinval die het winkelen heel aangenaam maakt. De meer dan 1400 m2 winkelruimte wordt vanaf nu de standaard voor nieuwe LIDL LOF filialen. Dankzij de grote oppervlakte krijgen de bakkerij, het verse vis gedeelte en de verse groenten en fruit extra ruimte.”

Niet alleen voor de klant zorgen de brede gangen voor een aangenaam ruimtegevoel. De geoptimaliseerde winkelinrichting in combinatie met de grotere oppervlakte zorgen voor optimale werkomstandigheden voor de medewerkers. Kortere looplijnen door het doordacht positioneren van de koelzones, de laad- en los zone en de bakkerij zorgen er voor dat het winkelpersoneel veel efficiënter aan de slag kan.

**Verse en Belgische producten kopen zonder keuzestress**

Bewust van het belang van verse voeding, telt Lidl zo een 1.500 producten in haar assortiment. Laatste jaren is het aandeel van verse producten hierin alleen maar groter geworden. *Hendrik Van Wilderode, verantwoordelijke inkoop*: “Het Lidl assortiment bestaat voor ongeveer 90% uit eigen merken. Binnen de grootste merk gedreven categorieën bieden we ook topmerken aan, al blijft de focus liggen op onze eigen merken. Deze strategie beperkt de keuzestress bij de klant en brengt schaalvoordeel met zich mee waardoor we de hoogste kwaliteit kunnen bieden tegen de laagste prijs.”

**Eerst op zoek naar lokale producten**

Lidl is onder andere sterk in vers dankzij lokale en directe aankoop. “Wij besteden uitzonderlijk veel aandacht aan lokale producten, wat steeds meer gewaardeerd wordt door onze klanten. Zo kopen we onze groenten en fruit veelal rechtstreeks bij de telers aan wat de versheid en kwaliteit ten goede komt. Zo is 50% van onze groenten en fruit is Belgisch, bij melk en vlees is dat aandeel nog groter. Ook bij onze kazen en andere zuivelproducten zijn het merendeel Belgisch, en dat aandeel blijft groeien.” *Aldus Hendrik Van Wilderode*

**Lange termijn relatie met leveranciers**

*Hendrik Van Wilderode*: “Sinds een aantal jaar streven we naar duurzame lange termijnrelaties met onze leveranciers. Enkel door deze goede samenwerking zijn we afgelopen jaren kunnen groeien. Dit biedt ons de kans om heel verse producten aan te bieden en onze leveranciers mee te laten groeien met Lidl. Zo werken we bijvoorbeeld al 20 jaar samen met een Belgische tomatenkweker die nu ook levert aan Lidl Nederland en Frankrijk. Een soortgelijk verhaal zien we bij onze witlofteler.”

**Bestaande samenwerking voedselbanken verder uitbreiden.**

Lidl België werkt nauw samen met Belgische voedselbanken. *Philippe Weiler, hoofd sustainability*: Vandaag stellen we verse producten zoals groenten en fruit ter beschikking van lokale voedselbanken. Zo hebben we samenwerkingen lopen in de regio Charleroi, Brugge, Oostende en Herstal, maar we willen meer. We zijn actief op zoek naar organisaties waardoor we in andere regio’s voedselverspilling tot het minimum kunnen terugbrengen.

**Lidl groeit met 2.000 nieuwe jobs.**

Lidl groeit, daar is de opening van het nieuwe LOF Filiaal een mooi voorbeeld van. Lidl zal ook groeien in aantal medewerkers. *Thomas De Ganck, hoofd employer branding & sourcing*: “Dagelijks zetten meer dan 6.500 collega’s zich in om Lidl te doen groeien. Tegen 2020 zullen dat meer dan 8.500 medewerkers zijn. We creëren de komende jaren meer dan 2.000 jobs. Daarom lanceerden we een grote rekruteringscampagne: Lidl groeit, groei mee! Hiermee willen we aantonen dat je ook binnen Lidl kan groeien. Zo zullen we in 2017 meer dan 35.000 uren opleiding voorzien voor de collega’s.”

**Welzijn op het werk**

Lidl of the future staat ook voor welzijn op het werk. Efficiëntie en ergonomie optimaliseren de dagtaken van de winkelbediende dankzij brede gangen en kortere loopafstanden. *De Ganck*: “De nieuwe werkomgeving in het LOF filiaal focust op welzijn op het werk. Een ruime werkomgeving met natuurlijk daglicht en vergaande aandacht voor ergonomie en ontspanning maken van dit nieuwe concept een fijne plek om te werken. Zo is de ruimte waar werknemers hun pauze nemen ingericht als een echte leefruimte, een plek om even tot rust te komen.”

**\***BREEAM staat voor Building Research Establishment Environmental Assessment Method. Het is een methode om de duurzaamheid van bouwprojecten te evalueren en te quoteren. Dit laat toe om het gebouw op een objectieve manier te vergelijken met andere gebouwen.

**Meer informatie :**

**Isabelle Colbrandt, woordvoerder Lidl Belgium**

**M : 0477 40 23 63 –** [**isabelle.colbrandt@lidl.be**](mailto:isabelle.colbrandt@lidl.be)

**Lidl België is een supermarktketen met 300 filialen in België en Luxemburg. De ruim 6.500 werknemers zetten zich dagdagelijks in om verse groenten, fruit en sterke eigen merken aan te bieden voor de hoogste kwaliteit aan de laagste prijs. De Belgische onderneming vertaalt eenvoud en klantgerichtheid in budgetvriendelijk winkelen – zonder afbreuk te doen aan kwaliteit. Bovendien zet Lidl duurzaamheid voorop en werkt het onder het credo ‘Op weg naar morgen’ aan een betere toekomst voor mens en milieu.**