SAJTÓKÖZLEMÉNY

A KARÁCSONY VARÁZSA IGAZÁN MEGÉRI - INDUL A LIDL NEMZETKÖZI KARÁCSONYI KAMPÁNYA

Budapest, 2026. november 10. - **Idén karácsonykor egy különleges főszereplő, Niko, a diótörő figura kelti életre az ünnep varázsát a Lidl legújabb nemzetközi kampányában. Az áruházlánc a megszokott kedvező árakkal és a széles, kiváló minőségű termékkínálatával teszi mindenki számára elérhetővé az ünnepi pillanatokat, miközben a rászorulókról sem feledkezik meg. A vállalat a Baptista Szeretetszolgálattal együttműködve 20 millió forint értékű támogatást juttat el a Lidl 4 keréken segítségével hátrányos helyzetű közösségekhez.**

A karácsony a gasztronómiai élmények kiemelt időszaka, amikor a szeretteinkkel töltött minőségi pillanatok és a különleges finomságok iránti igények kerülnek előtérbe. A Lidl kampányának középpontjában a megszokott sémákból kilépő, kíváncsi diótörő, Niko áll, aki arra ösztönöz, hogy újra éljük át a közös készülődés és a meghitt pillanatok örömét – legyen szó akár egy pazarul megterített karácsonyi asztalról, a mindennapok apró gasztronómiai felfedezéseiről, vagy a szeretteinkkel töltött közös pillanatokról.

„Számunkra a karácsony jelenti az év egyik legfontosabb időszakát. Alapvető törekvésünk, hogy az anyagi lehetőségektől függetlenül a meghitt, örömteli és minőségi ünneplést mindenki számára elérhetővé tegyük. Idei kampányunk pontosan azt üzeni, hogy a tökéletes karácsonyi élményhez nem kell kompromisszumot kötni – a Lidlnél megszokott kedvező áraknak, kiváló minőségnek és a széles választéknak köszönhetően mindenki fellelheti azokat a hozzávalókat, melyekkel a karácsony valóban felejthetetlen lesz” – mondta Kovács Tibor, a Lidl Magyarország marketing és ügyfélélmény igazgatója.

Kiváló minőség és ünnepi ízek elérhető áron

A Lidl bőséges ünnepi kínálatával minden adott ahhoz, hogy a vásárlók örömteli és élményekben gazdag karácsonyt tölthessenek el. A vásárlók által kedvelt Deluxe és Favorina ünnepi finomságai mellett a friss húsok, pékáruk és zöldség-gyümölcsök széles választékát biztosítja a hozzávalókat az ünnepi készülődéshez. A kínálat mögött az ünnepi időszakban is az áruházlánc ugyanaz a töretlen ígérete áll: kiváló minőség és különleges gasztronómiai élmények, megfizethető áron.”

20 millió forintos segítség „Lidl 4 keréken”

A karácsony a másokkal megosztott örömről is szól. Éppen ezért a Lidl az idei karácsonyi kampányát is egy adományozási kezdeményezéssel köti össze. A vállalat a Baptista Szeretetszolgálattal közreműködésével összesen 20 millió forint értékű élelmiszer-adományt juttat el négy hátrányos helyzetű településre, ahol a rászorulók támogatása mellett a „Lidl 4 keréken” mozgóbolt is érkezik egy kis adventi hangulattal a helyi lakosokhoz. Vásárláshoz kötötten ajándék meleg étellel és itallal is várja a diszkontlánc a helyieket. Ezen felül az áruházlánc munkavállalói 250 rászoruló gyermek karácsonyi kívánságát váltják valóra.

Az ünnepi finomságok tudatos felfedezése

A kulináris élvezeteknek sokféle formája létezik. A Lidl karácsonyi kampányának fontos eleme a kiegyensúlyozott táplálkozás és az ünnepi élvezetek összhangjának bemutatása. A Planetary Health Diet elveit követő vegetáriánus ünnepi menü bőségesen tartalmaz zöldségeket, teljes kiőrlésű gabonákat, valamint növényi fehérjéket. Ez a növényi alapú fogásokra épülő összeállítás lényegesen kevesebb mezőgazdasági területet és vizet igényel a hagyományos, húsközpontú menükhöz képest, miközben kompromisszumok nélkül nyújt teljes ízélményt. A kezdeményezés jól példázza, hogy az ünnepi finomságokról karácsonykor sem kell lemondanunk a tudatosság jegyében.

A Lidl karácsonyi kampánya számtalan kommunikációs csatornán keresztül kel életre. Az érzelmes karácsonyi reklámfilm mellett az áruházlánc széleskörű online és közösségi média-aktivitásokkal, óriásplakátokkal, bolti megjelenésekkel és további meglepetésekkel hozza el Niko, a diótörő figura varázslatos világát és az ünnepi felfedezés örömét.

A Lidl Magyarországról

A Lidl Magyarország 2004-ben nyitotta meg első logisztikai központját és 12 üzletét hazánkban. Ma már 222 áruházzal van jelen országszerte, a kiskunfélegyházi központ megnyitásával pedig munkavállalóinak száma elérte a 10 500 főt. Az elmúlt két évtized alatt a vállalat töretlenül fejlődik: nemcsak a diszkont szegmensben ért el vezető szerepet, de forgalmát tekintve az élelmiszer-kiskereskedelmi láncok között is a legdinamikusabb növekedést tudhatja magáénak, így a kereskedelmi toplista alapján hatodik éve az első helyen áll az FMCG szektorban az éves forgalom alapján. 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 2026-ban ismét elnyerte a Top Employer Hungary minősítést.