



A HAZAI BOREXPÖRT 27 SZÁZALÉKÁT A LIDL ADJA

Budapest, 2019. április 4. – **Több mint 20,5 millió palack magyar bort értékesített a Lidl Magyarország 2018-ban, melynek több mint a felét külföldre juttatta el, ami a magyarországi teljes palackos borexpört 27 százalékát jelenti. A vállalat stratégiai célja a kormányzati törekvésekkel összhangban a hazai borexpört elősegítése.**

Az áruházlánc 2018-ban több mint 20,5 millió palack magyar bort értékesített, ami mintegy 35 százalékkal haladja meg az előző év eredményét. A vállalat 4,6 milliárd forint értékű export teljesítménye a 17 milliárd forintos teljes hazai palackos borexpört mintegy 27 százalékát teszi ki. Az eladás növekedése közel azonos volt a hazai és európai piacon; így 2018-ban mintegy 9,5 millió magyar palack bor került a hazai áruházak polcaira, valamint közel 11 millió palack bort exportáltak a magyar borászatok Európa számos országába az áruházlánc segítségével.

Ez a kiemelkedő eredmény a magyar bor kiváló minőségének, valamint a 2018-as Lidl borexpörtnak köszönhető, melynek célja a magyar borok hazai és nemzetközi népszerűsítésével a magyar bortermelők támogatása, ezáltal a magyar gazdaság növekedésének elősegítése.

A Lidl Magyarország Európa-szerte 14 országba 165-féle magyar bort exportált az elmúlt évben, melyek közül a legnagyobb palackszámban értékesített borfajták a királyleányka, a szürkebarát és a Tokaji Furmint voltak. A magyar borok az angol, német, lengyel és szlovák piacokon a legkedveltebbek.

„Kiemelten fontosnak tartjuk a magyar beszállítókat, így a kisebb családi és kézműves pincészetek támogatását is. Folyamatosan bővítjük a magyar beszállítóktól származó termékeink szortimentjét, így biztosítva számukra nemcsak a hazai, hanem a külföldön való megjelenés lehetőségét is, ami pedig mind biztosabb megélhetést, töretlen szakmai fejlődési lehetőséget biztosít számukra” – mondta Tózsér Judit, a Lidl Magyarország kommunikációs vezetője.

Lidl Magyarországról

Az 1930-as években, Németországban alapított Lidl hazánk egyik legdinamikusabban fejlődő élelmiszerláncja. A Lidl Magyarországon 2004-ben nyitotta meg első logisztikai központját és 12 üzletét, ma pedig már 178 áruházzal van jelen hazánkban, és több mint 5000 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 legdinamikusabban növekedést tudhatja magáénak.

Lidl Magyarország • Vállalati kommunikáció



A Lidl Magyarország az FMCG szektor meghatározó foglalkoztatójaként kiemelt figyelmet fordít munkavállalói elismerésére. Országos szinten egyedülálló ütemben és mértékben növeli munkavállalóinak bérét: 2019. március 1-jével átlagosan 15%-kal emelte bolti és raktári fizikai munkavállalói munkabérét, így 2016 januárja óta összesen 75%-os béremelést valósított meg.

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: 0036-20-776-0017

E-Mail: sajto@lidl.hu