



BEÉRETTEK A MAGYAR DINNYE! INDUL A SZEZON A LIDL-BEN!

Budapest, 2019. július 10. – **Megérkeztek az első magyar dinnyeszállítmányok a Lidl Magyarország raktáraiba, mellyel kezdetét veszi az idei magyar dinnye szezon az áruházakban. Az áruházlánc célja, immáron hetedik éve ugyanaz: a lehető legnagyobb mennyiségű kiváló minőségű magyar görögdinnye értékesítése, ezáltal a magyar termelők támogatása a bel- és külföldön egyaránt. A Lidl Magyarország a 2018-as dinnyeszezonban közel 12 000 tonna magyar görögdinnyét értékesített a hazai és exportpiacokon.**

A hűvös és esős időjárási viszonyok miatt idén júliusra tolódott a hazai dinnyeszezon indulása. A mai nappal megkezdődött a magyar termesztésű gyümölcsök szállítása a Lidl raktáraiba, első körben a hazai beszállítók a magvas görögdinnyét szállítják, majd a következő érési hullámban érkeznek a magszegény, mini és sárga bélű görögdinnyék is. Évről évre nő a kiváló minőségű hazai görögdinnye iránti kereslet: míg tavaly itthon a 7200 tonnát meghaladó, azaz közel azonos mennyiségű magyar görögdinnye fogyott az áruházakban, mint az előző év azonos időszakában, addig a külföldön értékesített mennyiség közel 12 százalékos növekedést mutat. Ez azt jelenti, hogy a magyar dinnyetermelők az áruházlánc segítségével közel 4500 tonna görögdinnyét exportáltak, mintegy 400 millió forint értékben, mely a növekedés mértékét tekintve 27 százalékos jelent.

A magyar görögdinnyék a cseh, a litván és a szlovák Lidl áruházakban kerültek értékesítésre, ahol a legkeresettebb a vásárlók körében a magszegény görögdinnye volt, amely exportja közel 60 százalékos növekedést mutat a 2017-es évhez képest.

Ez a növekedés a magyar görögdinnye kiváló minőségének, jó hírnevének, valamint a Lidl azon stratégiai törekvésének köszönhető, hogy a magyar termelők termékeit külföldön is helyzetbe hozva javítsa a magyar dinnyeágazat helyzetét.

„Kiemelten fontosnak tartjuk a magyar dinnyetermelők támogatását, 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.

Az áruházlánc stratégiai célja, hogy minél több magyar áru kerüljön a boltjaiba. Ezért indította útjára 2013-ban a Lidl a magyar beszállítókért programját, amelynek célja a vállalat hazai beszállítói körének növelése, a magyar vállalkozások segítségével a magyar gazdaság támogatása. A program sikerét mutatja, hogy jelenleg közel 400 hazai beszállítóval dolgozik együtt az áruházlánc.



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 181 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 legdinamikusabb növekedést tudhatja magáénak.

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