



ISMÉT LÉP A LIDL: TÖBB MINT 150 HÁZTARTÁSI ÉS SZÉPSÉGÁPOLÁSI TERMÉK ÁRÁT CSÖKKENTI A DISZKONTLÁNC

Budapest, 2025. 05. 28. – **A Lidl Magyarország csökkenti és tartósan lent tartja az árakat. A vállalat ezúttal több mint 150 háztartási és vegyi áru, valamint tisztálkodási és szépségápolási cikket kínál olcsóbban, átlagosan 20 százalék kedvezménnyel. A döntéssel a diszkontlánc célja, hogy a vásárlók a bevásárlásaikat minél kényelmesebben, egy helyen intézhessék, mindezt a lehető legjobb ár-érték arányon.**

A Lidl tovább bővíti azoknak a háztartási és vegyi áruknak, valamint tisztálkodási és szépségápolási termékeknek a körét, amelyek árát csökkenti és tartósan alacsonyan tartja. A magyar családok így lényegesen olcsóbban, átlagosan 20 százalékkal kedvezőbb áron juthatnak hozzá több mint 150 termékhez, de vannak olyan árucikkek, amelyeknél az árcsökkentés mértéke az 1000 forintot is meghaladja. Így például csökken az ára a Cien folyékony szappannak és tusfürdőnek, a Formil mosószer koncentrátumnak, a Floralys toalettpapírnak és papírzsebkendőnek, a Doussy öblítőnek, a W5 általános tisztítószernek, vagy éppen a Lupilu pelenkáknak.

„Továbbra is azon dolgozunk, hogy vásárlóink mindent egy helyen, a lehető legjobb áron szerezhessenek be. Két hete a piacon elsőként tucatnyi háztartási termék esetében mérsékeltek az árakat, a piaci versenyhez igazodva pedig további 150 tisztálkodási és szépségápolási termék, valamint háztartási és vegyi áru árát csökkentjük. Célunk, hogy vásárlóink a teljes nagybevásárlást – az élelmiszerektől a szépségápolási cikkeken keresztül egészen a háztartási termékekig – gazdaságosan, kényelmesen és időtakarékosan végezhessék áruházainkban, ezért folyamatosan élen járunk az árak figyelésében és csökkentésében” – tájékoztatott Tózsér Judit, a vállalat kommunikációs vezetője.

A Lidl továbbra is hétről hétre újabb termékkategóriák árát vizsgálja felül, hogy a magyar vásárlók számára valódi megtakarítást kínáljon a mindennapokban. Emellett érdemes a Lidl Plus alkalmazást letölteni, mellyel tovább csökkenthető a bevásárlás végösszege.

Lidl Magyarországról

A Lidl Magyarországon 2004-ben nyitotta meg első logisztikai központját és 12 üzletét, ma pedig már 214 áruházal van jelen hazánkban, és közel 9500 munkavállalót foglalkoztat. Az elmúlt két évtized alatt a vállalat 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, így a kereskedelmi toplista alapján negyedik 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 2025-ben ismét elnyerte a Top Employer Hungary minősítést.