



LEGENDÁK A POLCOKON: A VÁSÁRLÓK KEDVENCEIT ÜNNEPLI A LIDL ÚJ KAMPÁNYA

Budapest, 2025.11.03. - **A Lidl Magyarország legújabb kampányában azokat az örök klasszikusokat és titkos kedvenceket helyezi a középpontba, amelyek az évek alatt legendákká váltak. A vásárlók által felfedezett és a Lidl Legends soraiba emelt termékeket - a friss vajás croissant, az Alesto dióbélt, a Milbona kávé tejitalt és a Fin Carré tejsokoládét - rengetegen szeretik és fogyasztják, amelyeket most jelentős kedvezménnyel lehet megvásárolni. A Lidl célja, hogy mindenki hozzájuthasson a minőségi, kedvező árú termékekhez, amiben kiemelt szerep jut a vásárlók által is kedvelt, saját márkás árukínálatnak.**

Az áruházlánc legújabb kampánya, a „Lidl Legends” négy olyan ikonikus terméket emel ki, amelyek az évek során kultikus státuszt vívtak ki maguknak. A diszkontlánc célja, hogy bemutassa azokat a Lidl-termékeket, amelyek minőségüknek és kedvező árúknak köszönhetően közönségkedvenccé váltak. Ezek a legendák a saját márkás termékek közül kerülnek ki, és vannak köztük olyanok, amelyek a kezdetek óta elérhetőek a kínálatban és szerves része a Lidl történetének. A Lidl Legends termékkörét így a friss, vajjal készült croissant, a 200 grammos Alesto Selection válogatott dióbél, a 330 ml-es Milbona kávé tejital több változatban (Latte Macchiato, Espresso Macchiato, Cappuccino), illetve a 100 grammos Fin Carré tejsokoládé alkotja. Az áruházlánc ezeket a termékeket az akciós időszakokban most jelentősen kedvezőbb áron kínálja, így azokhoz olcsóbban hozzá lehet jutni.

„A Lidl üzleti filozófiájának alapja, hogy a kiváló minőségből nem engedve mindig a lehető legjobb árat biztosítsuk vásárlóinknak. E stratégia megvalósításában kulcsszerepet töltenek be a saját márkás termékeink, amelyek népszerűségére, sikerességére különösen büszkék vagyunk. A munkánk talán egyik legizgalmasabb része, hogy a trendeket és a vásárlói igényeket követve folyamatosan fejlesztjük kínálatunkat, ugyanakkor megvannak azok a kulcs termékek is, amelyek éveken át a népszerűségi lista élén állnak. A Lidl Legends keretében pont ezeket a valódi klasszikussá vált termékeket ünnepeljük” – mondta Nepp Zoltán, a Lidl Magyarország beszerzési igazgatója.

Az áruházlánc kínálatának jelentős része saját márkás termékekre épül, amelyek a Lidl vásárlói körében rendkívül népszerűek: elég, ha csak a Pilos, a Pikok Pure, a Húsfarm vagy a Hazánk Kincsei termékeket említjük. A magyar beszállítóktól származó árucikkek, például a Pilos-termékcsalád tagjai pedig nemcsak itthon, hanem az exportpiacokon is sikeresek.

Az áruházlánc saját márkás árucikkei nem csak jó áron kaphatóak, de minőségben is felveszik a versenyt a márkás termékekkel szemben, amit a vásárlói visszajelzések mellett számos díj is igazol. Felelős és etikus vállalként a Lidl a saját márkás termékek esetében is törekszik arra, hogy magyar beszállítókkal dolgozzon együtt és minél több hazai árucikket kínáljon.

Részletek bővebben [itt](#).



Lidl Magyarországról

A Lidl Magyarországon 2004-ben nyitotta meg első logisztikai központját és 12 üzletét, ma pedig már 216 áruházzal van jelen hazánkban, és több mint 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 toplisták alapján ötödik 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.