



## ERŐS ÉVKEZDÉS A LIDLNÉL: ÁRCSÖKKENTÉSEL INDÍJTA AZ ÉVET AZ ÁRUHÁZLÁNC, HETENTE ÚJABB TERMÉKEK ÉRHETŐEK EL TARTÓSAN ALACSONY ÁRON

Budapest, 2025.12.29. – **Jelentős árcsökkentéssel indítja az új évet a Lidl Magyarország és hazai beszállítói együttműködéseinek köszönhetően 2026. január 2-től közel 50 magyar forrásból származó tej- és tejtermék árát mérsékli tartósan. A vállalat stratégiai árcsökkentési programja részeként a beszerzési árak csökkenéséből fakadó árelőnyét rendre továbbadja vásárlóinak, így a magyar tej- és tejtermékek esetében is. Az áruházlánc célja, hogy hozzájáruljon a magyar termékek piaci pozíciójának erősítéséhez, valamint az infláció további mérsékléséhez.**

A Lidl számára piacvezető szereplőként kiemelten fontos, hogy hazai beszállítóival szoros együttműködésben minél több kiváló minőségű magyar tej- és tejtermék kerüljön a családok asztalára a lehető legjobb áron. Az áruházlánc tartós árcsökkentési programja mögött egy, a hosszú évek alatt tudatosan felépített hazai ellátási lánc áll, és a közvetlen beszállítói kapcsolatai révén a piaci változásokból fakadó beszerzési előnyöket tovább tudja adni a fogyasztóknak. Az alacsonyabb árak élénkítik a keresletet, ami stabilabb piaci pozíciót és kiszámíthatóságot biztosít a hazai gazdaságoknak, a családok számára pedig méginkább elérhetővé teszi a mindennapi minőségi élelmiszereket.

A Lidl kínálatában minden héten más és más termékkategóriákban lesznek tartósan olcsóbban elérhetőek árucikkek, a kedvezmények pedig már január 2-án indulnak, amikor mintegy 50 magyar tej- és tejtermék kerülhet még kedvezőbb áron a kosarakba: átlagosan 6,5 százalékkal, de van olyan termék, ami akár 25 százalékkal olcsóbban lesz elérhető. Így például a 175 grammos 12%-os Pilos tejfől közel 10 százalékkal, a 800 grammos 20%-os Pilos tejfől 13 százalékkal olcsóbban vásárolható meg. A 200 grammos Pilos laktózmentes szeletelt trappista sajtért 10 százalékkal, míg az 1 literes kiszerelésű 1,5%-os zsírtartalmú Pilos UHT tej árért 7 százalékkal kell kevesebbet fizetni, de 6 százalékkal csökken az 500 grammos 10%-os zsírtartalmú Pilos tehéntúró ára is.

„A Lidl-nél 2026-ban is azon dolgozunk, hogy senkinek ne kelljen kompromisszumot kötnie a minőség és az ár között. Stratégiánk kulcsa a magyar beszállítóinkban rejlik, velük szoros partnerségben tudjuk biztosítani azt a volumet, amely lehetővé teszi az árak lehető legalacsonyabban tartását. Amikor vásárlóink olcsóbban teszik a kosarukba a magyar tejet vagy sajtot, azzal nem csak saját háztartási költségeiket kímélik, hanem közvetve a magyar tejtermelők stabilitását is támogatják. Büszkéek vagyunk rá, hogy a hazai tej- és tejtermék értékesítésben hosszú évek óta kiemelt szerepet töltünk be, továbbá arra is, hogy közreműködésünkkel a magyar gazdák közel 14,4 milliárd forint értékben exportáltak tej- és tejterméket a 2024-es gazdasági évben. Célunk, hogy továbbra is hozzájáruljunk a magyar



tejágazat és a teljes hazai élelmiszeripar piaci pozíciójának erősítéséhez” – mondta Nepp Zoltán, a Lidl beszerzési igazgatója.

Az év eleji árcsökkentéssel induló akciósorozat részeként az üzletekben egymást váltva jelennek majd meg a különböző árkedvezményes ajánlatok is, többek között „minden második termék olcsóbb” akciók, multibuy ajánlatok, hónap végi kedvezmények, valamint tartósan alacsony árú termékeket felvonultató hetek.

A Lidl az elmúlt időszakban több termékkörben is tartós árcsökkentésekkel támogatta a vásárlókat, legutóbb például a paradicsom, a narancslé, a sajt, a csokoládé és a vaj ára is csökkent. Számos alapvető és népszerű élelmiszer vált így tartósan kedvezőbb árává, ami jól mutatja, hogy a vállalat nem egyszeri kedvezményekben gondolkodik, hanem stabil, hosszú távú árelőnyt szeretne biztosítani.

## **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 beszállókra, 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.