



KÖZEL 30 MILLIÓ ÉRTÉKESÍTETT PALACK ÉS RANGOS MASTER OF WINE ELISMERÉS A LIDL MAGYAR BORAINAK

Budapest, 2026.03.30. – **A Lidl Magyarország 2025-ben is kiemelkedő sikereket ért el a hazai borágazat támogatásában: több mint 18 milliárd forinttal járult hozzá a magyar borászatok bel- és külpiaci értékesítéséhez. Ez az eredmény 50 százalékos növekedést jelent az öt évvel korábbi adatokhoz képest, miközben a kínálat minőségét nemzetközileg elismert Master of Wine minősítések is igazolják.**

A Lidl Magyarország több mint egy évtizede elkötelezett partnere a hazai borászatoknak. A 2013-ban útjára indított „Lidl a magyar beszállítókért” program keretében az áruházlánc kiemelten kezeli a kiváló magyar palackos borok népszerűsítését és a belföldi értékesítés növelése mellett a „Lidl Wine Expo Hungary”-n keresztül a nemzetközi piacokra való kijutásban is aktívan segíti a hazai termelőket. A vállalat stratégiai sikerét igazolja, hogy 2025-ben a vásárlók mintegy 16 millió palack magyar bort emeltek le a hazai polcokról, az összértékesítés pedig – a külpiaci eredményeket is beleszámítva – megközelítette a 30 millió palackot. Mindezek az eredmények egyértelműen igazolják, hogy a magyar borok továbbra is őrzik népszerűségüket és versenyképességüket mind a hazai, mind a külföldi Lidl áruházakban.

Kiemelkedő siker a hazai és nemzetközi piacokon

A vállalat az ország egyik legnagyobb palackos borexportőreként meghatározó szerepet tölt be a hazai agrárium kivitelében és szívényének tekinti, hogy minél több helyen legyenek elérhetőek a magyar borászatok minőségi termékei. „Nemzetközi hálózatunknak köszönhetően tavaly több mint 13,5 millió palack magyar bor jutott el a külpiacon, Európa 14 országába. 2014 óta összesen már több mint 260 millió értékesített palacknál tartunk, melynek közel a fele külföldön talált gazdára, ahol továbbra is a Tokaji borok a legkeresettebbek. Ezek az eredmények jól mutatják, hogy a hazai borok nemcsak itthon, hanem a nemzetközi piacokon is népszerűek. Büszkék vagyunk rá, hogy a Lidl a borágazat fejlődésének támogatása mellett és a hazai gazdaság erősítésében is aktív szerepet vállal” – mondta Nepp Zoltán, a Lidl Magyarország beszerzési igazgatója.

Újabb elismerés a magyar boroknak

A Lidl Magyarország borkínálatának magas színvonalát a nemzetközi borvilág elismert szakértője Richard Bampfield Master of Wine* értékelése is megerősítette. A nemzetközi 100 pontos rendszerben végzett vizsgálat során – amely a borok illatát, komplexitását és egyensúlyát elemzi – 12 magyar tétel kapott 85 pont feletti minősítést, ebből 5 bor pedig 90 pont feletti, „kiemelkedő” eredményt ért el. Mostantól már az üzletek polcain megtalálható borok ártábláin is láthatóak ezek a pontszámok, amelyek igazodási pontként szolgálnak a vásárláskor. A minősített termékek közül a vállalat saját házasítású Grand Tokaj 5 puttányos Tokaji Aszúja, amely 92 pontos, az Amethyst Tokaji Szamorodni pedig 95 pontos eredménnyel



SAJTÓKÖZLEMÉNY

zárta a mustrát. Ez a visszajelzés fontos iránytű a vásárlóknak és egyben bizonyíték arra, hogy a diszkontlánc polcain elérhető tételek világszinten is megállják a helyüket.

A Lidl Magyarország számos neves pincészettel működik együtt, amelyekkel közösen házasít exkluzív, kizárólag a diszkontlánc kínálatában elérhető borokat. A vállalat összességében közel 30 állandó magyar bor beszállítóval dolgozik, az akciós kínálattal együtt pedig mintegy 100 hazai termelő számára biztosít megjelenési lehetőséget. A hazai közönség elsősorban a tokaji, balatoni és kunsági borokat keresi. A vállalat célja, hogy a magyar borászatok fejlődését hosszú távon segítse, és a magyar borok erős, versenyképes pozíciót töltsenek be a nemzetközi piacon.

*A Master of Wine (MW) a borászat világának egyik legelismertebb szakmai címe, amelyet a londoni Institute of Masters of Wine ítél oda. A minősítés megszerzése rendkívül összetett és szigorú követelményrendszerhez kötött, a jelölteknek magas szintű elméleti tudásról, kifinomult vakkóstolási képességről és átfogó borismeretről kell tanúbizonyságot tenniük. A cím különlegességét jól mutatja, hogy 1953 óta világszerte mindössze 521 szakember nyerte el azt.

Lidl Magyarországról

A Lidl Magyarországon 2004-ben nyitotta meg első logisztikai központját és 12 üzletét, ma pedig már 220 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 2026-ban ismét elnyerte a Top Employer Hungary minősítést.