



MEGÚJUL A LIDL SNACKMÁRKÁJA, AZ ALESTO

Budapest, 2026. július 9. – **Friss arculatot kap az Alesto, a Lidl magvakból és aszalt gyümölcsökből álló márkája. A stratégiai átalakítás célja egy egységesebb és karakteresebb márkaidentitás megteremtése. Ennek köszönhetően az Alesto klasszikus kínálata egy modern, a minőséget, a valódi élvezetet és a tudatos termékválasztékot ötvöző koncepcióvá alakul át, amely hozzájárul a tudatos táplálkozás támogatásához.**

Prémium minőség elérhető áron – tudatos választás a mindennapokra

Legyen szó edzés előtti feltöltődésről, munka közbeni természetes nassolásról vagy egy filmnézéshez választott finomságról, az Alesto minden alkalomra kínál megfelelő alternatívát. A gondosan összeállított termékkínálatban natúr, pörkölt és olajos magvak, változatos magvakból álló mixek, valamint kiváló minőségű aszalt gyümölcsök is megtalálhatóak.

„Az Alesto megújításával olyan márkát építünk, amely a nassolás élményét állítja a középpontba, és változatos kínálatával mindenki számára tartogat valami különlegeset. Célunk, hogy könnyedséget vigyünk a mindennapokba a gondtalan nassolás és széles választék révén. Mindezt a Lidl alapértékeire, vagyis az átláthatóságra, a megbízhatóságra és a minőségre építjük” – mondta Sebastian Hein, a Lidl Stiftung & Co. KG márkaigazgatója.

Több növényi fehérje: Fókuszban a Planetary Health Diet

Az Alesto megújulása nemcsak a márka megjelenésében hoz változást, hanem szorosan kapcsolódik a Lidl fenntarthatósági törekvéseihez is. A vállalat “Tudatos Táplálkozás” stratégiájának célja a növényi alapú alternatívák népszerűsítése, valamint az egészséges és fenntartható táplálkozás támogatása, ennek érdekében a Lidl a termékkínálatát a Planetary Health Diet bolygóbarát egészséges étrendhez igazítja.

A Lidl Magyarország azon dolgozik, hogy 2030-ig 15%-ra növelje a növényi eredetű fehérjeforrások arányát teljes kínálatában az állati eredetű fehérjeforrásokhoz viszonyítva 2022-höz képest. Ebben kiemelt szerepet kapnak az olajos magvak, amelyek az Alesto választékának meghatározó elemei. Az olajos magvak értékes telítetlen zsírsavakat, növényi fehérjét és élelmi rostot tartalmaznak, így ideális részét képezik a kiegyensúlyozott étrendnek. A dió például természetes omega-3 zsírsavforrás*, míg a mandula és a kesudió jelentős magnéziumtartalommal rendelkezik**. Az Alesto így egyszerre kínál ízletes nassolási élményt és értékes tápanyagokat a változatos táplálkozáshoz.

Németországi feldolgozás, kiemelkedő minőség

A márka magas minőségének háttérében professzionális beszerzési csapat és korszerű technológia áll. A legtöbb termékalapanyag a származási országokban történő gondos kiválasztást követően a Schwarz Csoporthoz tartozó Solent ultramodern rheinei és



übach-palenbergi (Németország) üzemeibe kerül, ahol feldolgozzák és csomagolják őket. Mivel – a termesztést kivéve – a gyártási folyamat jelentős része a Schwarz Csoporton belül zajlik, a vállalat minden lépésnél biztosítani tudja a magas minőségi követelményeket és a hatékony működést. Ennek köszönhetően az Alesto termékek mindig frissen és kiváló minőségben kerülnek a Lidl üzleteinek polcaira.

A márka frissítésével az Alesto egyértelműen jelzi növekedési ambícióit, és mélyebb kapcsolatot épít ki a tudatos vásárlók azon csoportjával, amely a kiváló ízekről és a minőségi tápanyagokról egyaránt kompromisszumok nélkül szeretne dönteni. Az új márkavilágot egy omnichannel kampány is bemutatja, amely humoros élethelyzeteken keresztül szemlélteti, hogy az Alesto miért lehet a tökéletes választás a mindennapi nassoláshoz. [A reklámfilmek itt érhetők el.](#)

Az Alestoról:

A Lidl saját márkája, az Alesto kiváló minőségű olajos magvak és aszalt gyümölcsök széles választékát kínálja. Legyen szó sportolás előtti energiapótlásról, munka közbeni természetes nassolásról vagy egy esti kikapcsolódásról, az Alesto minden alkalomra kínál megfelelő alternatívát. A natúr és olajos magvakból, változatos magkeverékekből és kiváló minőségű aszalt gyümölcsökből álló kínálat a tudatos táplálkozást követők és a természetes nassolás kedvelői számára egyaránt ideális választás. Az Alesto a tudatos élvezetet, a kiváló minőséget és a Lidltre jellemző kedvező árakat ötvözi.

* Omega-3 zsírsav [alfa-linolénsav]: 9,9 g / 100 g dió

** Magnéziumtartalom: átlagosan 260 mg / 100 g mandula, illetve 258 mg / 100 g kesudió.

A Lidl Magyarországról

A Lidl Magyarországon 2004-ben nyitotta meg első logisztikai központját és 12 üzletét, ma pedig már 220 áruházal van jelen hazánkban, és több mint 9500 munkavállalót foglalkoztat. Az elmúlt két évtized alatt a vállalat töretlenül fejlődik: nemcsak 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.