



## A LIDL A LEGMAGYARABB KISKERESKEDELMI LÁNC

Budapest, 2019. szeptember 12. – Hatodik alkalommal rendezte meg a Lidl Magyarország a Lidl Wine Expo Hungaryt, melyet Magyar Levente, a Külgazdasági és Külügyminisztérium miniszterhelyettese nyitott meg. Az Expo célja – a kormányzati törekvésekkel összhangban – a hazai borexport elősegítése, támogatása, ami megoldást jelenthet a hazai borászatok számára is az egyre nehezedő külpiacon értékesítésben. Az elmúlt öt év során a vállalat 31 millió palack bort juttatott el a külpiacon több mint 13 milliárd forint értékben és 2019-re Magyarország legnagyobb borexportőrévé lépett elő. A miniszterhelyettes az eredményeket összegezve kiemelte, hogy ezen tevékenységével a Lidl a legmagyarabb kiskereskedelmi lánc az élelmiszer szektorban.

A Lidl Magyarország 2014-ben, „Lidl a magyar beszállítókért!” programjának részeként indította útjára a Lidl Wine Expo Hungary elnevezésű rendezvénysorozatát, melynek célja, hogy a magyar borok Európán belüli népszerűsítésével elősegítse a palackos borok külpiacon jutását, ezáltal támogassa a hazai bortermelőket, élénkítse a magyar gazdaságot. A rendezvénysorozat elindítása óta jelentősen bővült a borértékesítés itthon és külföldön egyaránt: a kezdeti 6 millió palackot követően 2018-ban már 20,5 millió palack bort értékesített a vállalat, és külföldre 57 százalékkal több palack bort juttatott el az előző évhez képest.

Magyar Levente a Külgazdasági és Külügyminisztérium miniszterhelyettese a Lidl Wine Expo Hungary megnyitóján kiemelte: „A Lidl olyan segítséget nyújt az egész magyar borágazatnak, ami példanélküli és ami megerősíti azt, hogy a Lidl a legmagyarabb kiskereskedelmi lánc az élelmiszer szektorban. Olyan mértékű hozzáadott értéket semelyik másik piaci szereplő sem biztosít, mint amit a Lidl tesz Magyarországotért.” Továbbá hozzátette: „Nagyra értékeljük, ha egy külföldi háttérű szereplő, mint amilyen a Lidl is, felvállalja azt a nemzetstratégiai és nemzetgazdasági érdeket, hogy a magyar termelőket segítse és magyar termelők és beszállítók termékeit eljuttassa a külpiacon saját hálózatán belül.”

Az idei év során 7 hazai borrégió, 21 borvidékének 350-féle borát kóstolhatták meg a Lidl európai országokból érkező képviselői, akik ebből a széles kínálatból választhatják ki azokat a magyar borokat, amelyeket saját piacon tesznek elérhetővé vásárlóik számára. Az Expo végéig tíz ország, köztük az Egyesült Királyság, Lengyelország, Németország és Románia adja le rendelését az általuk legjobbnak ítélt borokra.

„A Lidl Magyarország sikereit jól jelzi, hogy míg 2014-ben 3,1 millió palack bort exportáltunk összesen 1 milliárd forint értékben, addig 2018-ban már elértük a 11 millió palack bort 4,6 milliárd forint értékben, ami a teljes hazai borexport mintegy 27 százalékát jelenti. Büszkén kijelenthetjük, hogy a Lidl Magyarország a legnagyobb borexportőrré vált hazánkban. A Wine Expo-nak köszönhetően a kisebb családi és kézműves pincészetektől a nagyobb beszállítókig mindenki egyformán lehetőséget kap a bemutatkozásra és ezáltal a külpiacon lépésre, amely biztosabb megélhetést és fejlődési lehetőséget biztosít számukra. Vállalatunk segítő kezét nyújt a borászatok számára az egyre nehezedő külpiacon értékesítésben, hiszen közös érdekünk a bor szektor stabilizálása, sikerre juttatása. – hangsúlyozta Nepp Zoltán, a Lidl Magyarország beszerzési ügyvezető igazgatója.

A borok mellett magyar beszállítók élelmiszerei is helyet kaptak az Expón, így a Lidl külföldi képviselői megkóstolhatták például a hazai libamájast, szárazkolbászt, gulyáskrémet és a túródesszertet. A kóstolás eredményeképp várhatóan a magyar ételek, magyar ízek még több külföldi áruházban jelennek meg majd.

### Lidl Magyarországról

Az 1930-as években, Németországban alapított Lidl hazánk egyik legdinamikusabban fejlődő élelmiszerlánc. A Lidl Magyarországon 2004-ben nyitotta meg első logisztikai központját és 12 üzletét, ma pedig már 181 áruházzal van jelen hazánkban, és több mint 5000 munkavállalót

### Lidl Magyarország · Vállalati kommunikáció

Tózsér Judit · H-1037 Budapest – Rádl árok 6. · +36-20-776-0017

[sajto@lidl.hu](mailto:sajto@lidl.hu)



foglalkoztat. A vállalat 2004-es magyarországi piacra lépése óta 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.

A Lidl Magyarország az FMCG szektor meghatározó foglalkoztatójaként kiemelt figyelmet fordít munkavállalói elismerésére. Országos szinten egyedülálló ütemben és mértékben növeli munkavállalóinak bérét: 2019. március 1-jével átlagosan 15%-kal emelte bolti és raktári fizikai munkavállalói munkabérét, így 2016 januárja óta összesen 75%-os béremelést valósított meg.

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.

-----  
**További Információk:**

**Lidl Magyarország**

Tózsér Judit

Vállalati kommunikációs vezető

Tel: 0036-20-776-0017

E-Mail: [sajto@lidl.hu](mailto:sajto@lidl.hu)