



## ÉRTÉK ÉS MINŐSÉG NAGYDÍJAT KAPOTT A LIDL

Hét termékkategóriában díjazták a Lidl termékeit

Budapest, 2019.09.18. – **Hét termékkategóriában vehetett át elismeréseket a Lidl Magyarország a Parlament Felsőházi Termében szeptember 10-én, a Gazdaság Ünnepe**n megrendezett díjátadón. A szakmai megmérettetés zsűrije mindenekelőtt az áruk minőségét, piacképességét, gazdasági hasznosságát és exporterejét vizsgálta a kiválasztás során.

A Lidl Magyarország 2004-es hazai piacra lépése óta széles, magas minőségű, ugyanakkor kedvező árú kínálattal áll a vásárlók rendelkezésére. E szemléletének is köszönheti, hogy az Érték és Minőség Nagydíjon idén hét különböző kategóriában nyerte el a minőségtanúsító védjegyet és vehette át a díjakat a saját márkás hazai készítésű Tokaji Amethyst termékcsaládért, az első saját házasítású saját márkás prémium Celeste Egri Prémium Bikavérért, a Húsfarm GMO mentes baromfi termékcsaládért, a 100%-ban újrahasznosított öko bevásárló textiltáskákért, a helyben sült pogácsa termékcsaládért, a Trattoria Alfredo Magyaros Pizzáért, valamint az idén bevezetésre került új saját márkás Pikok Pure termékcsaládért.

Dr. Latorcai János, az Országgyűlés alelnöke és a pályázat fővédnöke a díjátadón elmondta, hogy az Érték és Minőség Nagydíjat a magas minőségű áruk, szolgáltatások, gazdasági szervezetek részére alapították, hogy ösztönözzék a szolgáltatások fejlesztését, ezáltal elősegítve a gazdaság fellendülését és az export növekedését.

*„A Lidl Magyarország évek óta kiemelt hangsúlyt helyez a magyar termékekre, a magyar termelők támogatására, külpiacokra történő segítségükre. Felelős vállalként feladatunk továbbá, hogy a fenntarthatóságot szem előtt tartva megfeleljünk a minőségre vonatkozó ígéretünknek. A tavalyi évben három kategóriában, illetve a most hét kategóriában elnyert Érték és Minőség Nagydíj is kiválóan bizonyítja, hogy a vállalatunk által forgalmazott termékek kimagasló minőséget képviselnek a hazai piacon.”* – nyilatkozta Tózsér Judit, a Lidl Magyarország vállalati kommunikációs vezetője.

A Lidl Magyarország kiemelt figyelmet fordít arra, hogy termékkínálatában minél nagyobb arányban kínálhasson magyar árut, valamint, hogy megbízható üzleti partnerként álljon a magyar termelők mellett, mindezzel támogatva a hazai gazdaság fejlődését és versenyképességét, ezért 2013-ban létrehozta a „Lidl a magyar beszállítókért” programot, majd 2016-ban a Beszállítói Akadémia eseménysorozatot. Ennek eredményeként mára több mint 300 hazai beszállító partnerrel dolgozik együtt az áruházlánc, a Lidl áruházakban közel 60%-os a magyar termékek aránya, így összesen 2500 hazai termék közül válogathatnak a vásárlók.



-----

## 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 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)