



## SEGÍTŐ KEZET NYÚJT A LIDL A MAGYAR TERMELŐKNEK

Budapest, 2020. április 30. – **A Lidl Magyarország az elsők között csatlakozott a Nemzeti Agrárgazdasági Kamara NAK PiacTér elnevezésű platformjához, melynek célja, hogy összekapcsolja a nehéz helyzetbe került magyar kistermelőket, élelmiszer-előállítókat a kereskedői oldallal, ezáltal támogatva a hazai termékek értékesítését, a munkahelyek megőrzését. A Lidl évek óta kiemelt figyelmet fordít arra, hogy minél több, a fogyasztói igényeknek megfelelő, magas minőségű, hazai termékeket kínáljon vásárlói számára, ennek köszönhetően kínálatának közel 60 százalékát magyar beszállítóktól szerzi be.**

A járványhelyzet során bevezetett korlátozások miatt sok élelmiszertermelő, -előállító, valamint kistermelő részben vagy egészében elveszítette termékeinek piacát. A NAK PiacTér online vállalkozói (B2B) platformja őket hivatott segíteni azáltal, hogy összekapcsolja a piaci keresletet a kínálattal.

Tózsér Judit, a Lidl Magyarország vállalati kommunikációs vezetője elmondta: „A Lidl Magyarország az elsők között csatlakozott ehhez a platformhoz. Évek óta kiemelt figyelmet fordítunk arra, hogy a kínálatunkban minél nagyobb arányban jelenjenek meg a magyar árucikkek, valamint megbízható üzleti partnerként álljunk a magyar kistermelők mellett, mindezzel hozzájárulva a magyar gazdaság stabilitásához, fejlődéséhez, versenyképességéhez. Bízunk benne, hogy a kezdeményezésnek köszönhetően újabb együttműködésekre kerülhet sor és együttes erővel mihamarabb túljuthatunk ezen a nehéz időszakon.”

Az áruházlánc 2013-tól működő, „Lidl a magyar beszállítókért” programjának köszönhetően már több mint 300 hazai beszállítóval dolgozik együtt és közel 60%-os a magyar termékek aránya, a vásárlók pedig összesen már 2500 hazai termék közül válogathatnak. A vállalat törekszik arra, hogy a fogyasztói igényeknek megfelelő, sokféle magyar árucikk kerüljön a polcokra, ezért nagy hangsúlyt fektet beszállítói fejlesztésére, a kínálat folyamatos bővítésére. Így jött létre például a magyar ízvilágot kedvelő, a hagyományokhoz kötődő fogyasztók számára a Hazánk Kincse termékcsalád, illetve a kialakult helyzetre rendkívül gyorsan reagálva a legújabb innováció, az otthon süthető pékáru kínálat is. A hazai értékesítés mellett jelentős a magyar termékek exportja is, a Lidl Magyarország tudhatja magáénak például a legnagyobb hazai borexportőr címet a palackos borok tekintetében.

---

### Lidl Magyarországról

Az 1930-as években, Németországban alapított Lidl hazánk egyik legdinamikusabban fejlődő élelmiszerláncja. A Lidl Magyarországon 2004-ben nyitotta meg első logisztikai központját és 12 üzletét, ma pedig már 182 áruházzal van jelen hazánkban, és több mint 6000 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.

---

### Lidl Magyarország • Vállalati kommunikáció



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: +36-20-776-0017

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