



KANNIBÁLOKKAL INDÍTTJA A GRILLSZEZONT A LIDL

Grillezzen velünk!

Budapest, 2020. május 28. – **Közel hetvenféle grilltermékkel, bővebb választékkal és környezetkímélő alternatívákból készült grilleszközökkel indítja az idei sütési szezont a Lidl Magyarország, melyhez az ütemet a magyar rap-szcéna egyik legmeghatározóbb párosa szolgáltatja és invitálja grillezésre a vásárlókat az áruházlánc új kampányában.**

Mindenki nagy várakozással tekint a nyár elé és alig várja már, különösen ezen nehéz időszak után, hogy újra élvezhesse az együtt töltött időt a családdal és a barátokkal. A Lidl Magyarország és az Animal Cannibals közös kampánya épp arra hívja fel a figyelmet, hogy otthon a családdal vagy a barátokkal milyen jó szórakozás a grillezés. Nincs szükség nagy összejövetelre, elég, ha kimegyünk a teraszra, a gangra vagy a kertbe és már indulhat is a sütés. Míg Qka MC a grillezés, addig Ricsi a bogrács nagymestere – mesélték a fiúk a forgatás alatt, akik Széll Tamással tökéletesíthették főzési-sütési technikájukat, majd hozzátették, hogy a szabadban készült ételek nem csak kiváló lakomát jelentenek számukra, hanem felejthetetlen családi élményekkel is gazdagodnak minden alkalommal.

„A Lidl elkötelezett az iránt, hogy vásárlóinak mindig magas minőségű termékeket kínáljon, a lehető legkedvezőbb áron. Nincs ez másképp a grilltermékek esetében sem, így arra törekszünk, hogy vásárlóink megtalálják áruházainkban a grillezéshez és a kerti sütéshez szükséges termékeket, alapanyagokat és eszközöket.” – mondta Tózsér Judit, a vállalat kommunikációs vezetője.

Mivel egyre népszerűbb a grillezés Magyarországon, ezért a Lidl folyamatosan bővíti szezonális kínálatát mind a grillhúsok és grillkolbászok, mind pedig a grillsajtok körében. „Az idei, közel hetvenféle tételből álló kínálatban a minőség és jó ár-érték mellett újdonságokat is kínál az áruházlánc, így kacsából, pulykából és nyúlból készült grillhúsok is elérhetőek. A választékban helyet kaptak olyan ínycségek is, mint a nyúl- vagy az Angus marha hamburger. Sőt a vállalat beszállító partnereivel közösen kifejlesztett ízesítésekkel – például édes-chilis vagy a chili-limegyömbér - kíván kedveskedni a hagyományos magyar ízvilág mellett az újdonságokra nyitott fogyasztóknak. A grillsajt is több ízben érhető el, így a natúr, a chilis-fokhagymás és a zöldfűszeres is megtalálható a kínálatban, de az akciók heteken további, különleges ízesítésekkel is lehet majd találkozni.” – fűzte hozzá Tózsér Judit.

A grillezés elengedhetetlen kellékei és eszközei is megtalálhatóak az áruházlánc kínálatában. A Lidl Magyarország a műanyag hulladék visszaszorítására irányuló stratégiájának megfelelően megszüntette kínálatában az egyszer használatos műanyag termékek - többek között a szívószálak, az eldobható műanyag poharak, műanyag tányérok és evőeszközök – értékesítését. A vállalat beszállítóival együttműködve környezetkímélő alternatívákból és újrahasznosítható



anyagok felhasználásával biztosítja ezeket az eszközöket vásárlóközönsége számára, így a papírpoharakat, a papírtányérokat, a papír szívószálakat, a természetben lebomló, cukornádból készült papír mélytányérokat, valamint a fa evőeszközöket mind megtaláljuk a szezonális kínálatban.

A nyár Kannibál slágere végigkíséri a Lidl 360 fokos grillkampányát. TV és rádió szpotok, háztartási szórólap, óriásplakát, online és nyomtatott sajtó, valamint social média is erősíti a gasztró-rop térhódítását és a Lidl grilltermékek népszerűségét.

A Lidl weboldalán külön aloldal segíti a grillezés szerelmeseit, ahol Széll Tamás a Lidl séfje ad technikai tippeket a grillezéssel kapcsolatban, de további hasznos információk, receptek és tanácsok is olvashatóak itt.

További információk:

<https://www.lidl.hu/grillezen-velunk>

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 183 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.

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