



CSÖKKENTI A FRISS SERTÉSHÚS ÁRÁT A LIDL

Budapest, 2020. augusztus 7. – **A Lidl Magyarország tartósan csökkenti a friss magyar sertéshús fogyasztói árát. Az árcsökkentés közel 20 terméket érint, a mérséklés mértéke kilogrammonként akár 150 forintot is jelenthet, átlagosan pedig eléri a 100 forintot. Az áruházlánc célja, a kiváló minőségű hazai sertéshúsok népszerűsítése, a megnövekedett kereslet révén a hazai termelői szektor támogatása.**

A Lidl Magyarország élen jár a hazai sertéshús értékesítésének növelésében, amit az is mutat, hogy az elmúlt évben 25 százalékkal több sertéshúst értékesített, mint az azt megelőző évben. A vásárlói igények maximális kiszolgálása érdekében az áruházlánc hosszabb távon biztosítja közel húsz, kizárólag magyar beszállítóktól származó friss sertéshús alacsonyabb árát. A friss sertéshúsok fogyasztói árcsökkenésének mértéke átlagosan kilogrammonként eléri a 100 forintot, de egyes termékek esetében még ennél is nagyobb mértékben viszi lejjebb az árakat a vállalat. Így a friss darabolt csont nélküli sertéskarajt kilogrammonként 150 forinttal, míg a friss csont nélküli sertéslapockát, a 30 százalékos zsírtartalmú friss darált sertéshúst és a csont nélküli friss sertéscsombot 100 forinttal olcsóbban tudjuk megvásárolni.

„A vállalat bízik abban, hogy az alacsonyabb fogyasztói árak biztosításával hozzájárul a magyar háztartások kiadásainak csökkentéséhez, és a vásárlók ezáltal gyakrabban választják a Lidl által forgalmazott, olcsóbban elérhető, kiváló minőségű magyar sertéshúsokat. A megnövekedett kereslet pedig nagyban elősegíti a hazai sertéságazat stabilitását és fejlődését.” – mondta Tózsér Judit, a Lidl Magyarország vállalati kommunikációs vezetője.

A Lidl Magyarország a friss húseladást tekintve is a fogyasztói igények kielégítésére törekszik, ezzel együtt stratégiai döntése, hogy kínálatában minél több hazai partnerrel dolgozzon együtt. Az elmúlt évek törekvése eredményeként ma már 100 százalékban magyar beszállítóktól származó friss sertéshúsokat forgalmaz az áruházak polcain.

A vállalat a jövőben is arra fog törekedni, hogy tovább erősítse az ágazat stabilitását és a magyar sertéstermelők fejlődését, mindezzel hozzájárulva a magyar gazdaság fejlődéséhez, versenyképességéhez.

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 183 áruházzal van jelen hazánkban,

Lidl Magyarország • Vállalati kommunikáció

Tózsér Judit • H-1037 Budapest – Rádl árok 6. • 0036-20-776-0017

1 | 2

sajto@lidl.hu



és több mint 7000 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