



CHAMPION DÍJAT KAPOTT A LIDL SAJÁT MÁRKÁS PEZSGŐJE

Budapest, 2020.09.16. – **Egy Champion, három arany és három ezüst díjat nyert a Lidl Magyarország a 21. VinAgora Nemzetközi Borversenyen. A díjak a vállalat azon innovációit és egyben törekvéseit ismerik el, melyek a Lidl a magyar borkultúra és hazai borászatok melletti elköteleződését bizonyítják. Az áruházlánc a 2019-es gazdasági évben több mint 23,7 millió palack bort értékesített a hazai és külpiacokon egyaránt, mellyel megőrizte, sőt tovább növelte piaci részesedését, így a teljes magyar palackos borexport közel 30 százalékát tudhatja magáénak.**

A Lidl Magyarország mindig is élen járt a magyar termékek népszerűsítésében, jól mutatja ezt az is, hogy diszkontáruházként folyamatosan bővülő borszortimentjében neves hazai pincészetek közreműködésével készült magas minőségű, saját házasítású borokat és pezsgőket kínál vásárlóinak. A VinAgora Borversenyen elnyert Champion díj is egy ilyen gyümölcsöző együttműködés eredménye, melyet az áruházlánc és a Garamvári Pincészet több éves, kiváló kapcsolatát megkoronázandó, közös munkaként megvalósult, kimagaslóan jó ár-érték aránnyal rendelkező, tradicionális eljárással készülő saját márkás Pannon Imperial Extra Dry pezsgője érdemelt ki.

„Örömmel tölt el bennünket, hogy e neves borversenyen a Champion díj, azaz a főkategória nyertes mellett további három arany és három ezüst díjat is elhozhattunk. Büszkék vagyunk egyedülálló borkínálatunkra és arra, hogy diszkontáruházként immár a szakma által nemzetközileg is elismert és díjazott, kiváló minőségű, elérhető áron kapható, saját márkás pezsgőket és borokat kínálhatunk vásárlóinknak. Kiemelten fontosnak tartjuk a magyar beszállítóktól származó termékkínálatunk további bővítését, ezáltal a magyar gazdaság versenyképességének tovább erősítését.” – mondta Tózsér Judit, a Lidl Magyarország vállalati kommunikációs vezetője.

A Lidl Magyarország számára kiemelt jelentőséggel bír a hazai bortermelők és pincészetek támogatása, ezért a „Lidl a magyar beszállítókért!” programjával összhangban azzal a céllal indította útjára 2014-ben a Lidl Wine Expo Hungary-t, hogy elősegítse a magyar borok nemcsak hazai, hanem határon túli ismertségét és népszerűségét, ezáltal minél több hazai bor kerüljön az európai Lidl áruházak polcaira. Ennek köszönhetően a vállalat Európa szerte 12 országba 142 féle hazai bort exportált 5,1 milliárd Forint értékben az elmúlt évben, így továbbra is a Lidl Magyarország tudhatja magáénak a legnagyobb hazai borexportőr címet. Az áruházlánc hazai értékesítése is folyamatosan növekvő tendenciát mutat, a 2019-es gazdasági évben 12 millió palack bort vásároltak a hazai áruházakban, ami 25 százalékos növekedést jelent az előző évihez képest.



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, 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: 0036-20-776-0017
E-Mail: sajto@lidl.hu