



## ÚJ VÉDJEGGYEL TÁMOGATJA A LIDL A MAGYAR TERMÉKEKET

Budapest, 2021.09.02. – **Szeptember elsejétől új védjeggyel látja el a hazai élelmiszerek ártábláját a Lidl. A vállalat célja, hogy felhívja a figyelmet a kiváló hazai termékekre, és tovább erősítse azok népszerűségét, hozzájárulva ezáltal a magyar agrárium és gazdaság versenyképességéhez, sikereihez.**

A Lidl Magyarország évek óta elkötelezett a kiváló magyar termékek népszerűsítése mellett, amelyet most új szintre emel. 2021. szeptember elsejétől ugyanis minden magyar, hazai és hazai feldolgozású, valamint magyar üzemben gyártott termékének ártábláját „Jó választás a hazai” védjeggyel látja el. Az új logó célja, hogy egyértelművé tegye a vásárlók számára, hogy melyek a hazai üzemekben gyártott, magyar hozzáadott értéket képviselő termékek és így megkönnyítse számukra a választást.

*„A hazai agrárium sok ezer embernek nyújt biztos megélhetést, a vásárlóknak pedig megbízható, kiváló termékkínálatot. Vállalatunknak, mint a magyar gazdaság egyik motorjának, meghatározó szerepe van abban, hogy ezeknek a magas minőségű termékeknek az értékesítését növeljük, ezáltal támogassuk a termelőket, beszállítókat és hozzájáruljunk a magyar gazdaság sikereihez. Ennek érdekében döntöttünk arról, hogy egy új, figyelemfelhívó védjegyet vezetünk be áruházainkban.”* – emelte ki Tózsér Judit, a Lidl Magyarország vállalati kommunikációs vezetője.

A piacvezető áruházlánc 8 éve indította el a „Lidl a magyar beszállítókért” programját, melynek eredményeként immár közel 450 hazai beszállítóval dolgozik együtt és kínálatában összesen 3800 hazai termék érhető el. Utóbbi 87%-os emelkedésnek felel meg a program első évéhez viszonyítva. A termékek népszerűségét jelzi, hogy a magyar beszállítóktól vásárolt élelmiszerek értéke az áruházlánc teljes élelmiszerbeszerzésének közel 60 százalékát jelenti, ami a 2020-as gazdasági évet tekintve mintegy 22 százalékos növekedést jelent az előző évhez képest. A legkeresettebb termékek a friss húsok, a zöldségek és gyümölcsök, a tejtermékek és a pékáruk. De az állandó kínálat esetében például a tojás és a friss baromfi 100%-ban hazai termelőktől származnak.

A vállalat a hazai értékesítésen túl az exportra is nagy hangsúlyt fektet és támogatja beszállítóit a külföldre jutásban. 2020-ban összesen 64 milliárd forint értékben bonyolított exportot a Lidl és 170 magyar beszállító 665 árucikke kapható 26 országban. Vagyis szinte az összes „Lidl-országban” elérhetőek a magyar termékek időszakos vagy állandó jelleggel. A legkelendőbbek a különféle rágcsálnivalók, az olajok és margarinok, a friss húsok, a tejek és tejtermékek és az



állateledelek. Emellett a Lidl a legnagyobb hazai borexportőr, összesen 6,3 milliárd forint értékben juttatott el magyar palackos borokat a külpiacokra, ami 25 százalékkal haladja meg az egy évvel korábbi.

-----

#### **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 187 áruházal 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: +36-20-776-0017

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