



TOVÁBBRA IS SZÁMÍTHATNAK A BORÁSZATOK A LIDLRE

Budapest, 2023.04.27. – **A Lidl Magyarország 2022-ben 14,2 milliárd forinttal járult hozzá a magyar borágazat bel- és külpiaci értékesítéséhez, mely több mint 60 százalékos növekedést jelent az öt évvel ezelőttihez képest. A vállalat tovább tudta növelni a magyar borok belföldi értékesítését, miközben az exportpiacokon továbbra is sikerrel teljesítettek a hazai borok. A kiemelkedő sikereket jelzi, hogy 2018-2022 között több, mint 60 milliárd forint realizálódott a hazai beszállítóknál. Az áruházlánc célja, hogy stabil partnerként álljon a magyar borászatok, pincészetek mellett és ezáltal hozzájáruljon a teljes borágazat és a hazai gazdaság fejlődéséhez.**

A piacvezető élelmiszerkiskereskedelmi lánc közel egy évtizede határozta el, hogy a „Lidl a magyar beszállítókért” programjának részeként kiemelten kezeli a kiváló magyar palackos borok népszerűsítését és a belföldi értékesítés növelése mellett a Lidl Wine Expo-n keresztül a külpiacokra jutásban is segíti a hazai borászatokat, pincészeteket.

A vállalat törekvéseit jól jelzi, hogy az elmúlt időszak nehézségei ellenére a magyar borok megőrizték versenyképességüket mind a hazai, mind a külföldi Lidl áruházakban, ami a teljes hazai borágazat szempontjából is meghatározó.

„Vállalatunk a tavalyi évben a belföldi értékesítés során közel 8 milliárd forint értékben vásárolt kitűnő ár-érték arányú magyar borokat mind a hazai neves mind pedig a családi pincészetektől, ami öt év alatt több mint 80%-os növekedést jelent. Emellett rendkívül büszkék vagyunk arra is, hogy tavaly több mint 15 millió palack bort értékesítettünk a külpiacokon, és már 16 európai országban több mint 200 féle hazai borral találkozhatnak a vásárlók. A kiemelkedő sikereket mi sem mutatja jobban, mint hogy 2018-2022 között összesen több mint 60 milliárd forinttal járultunk hozzá a hazai borágazat további fejlődéséhez, sikereihez” – mondta Tózsér Judit a Lidl Magyarország vállalati kommunikációs vezetője.

Borkínálatát meghatározott szakmai szempontok alapján állítja össze az áruházlánc, így kisebb családi pincészetekkel és nagyobb borászatokkal egyaránt együttműködik a vállalat. Mindezeknek köszönhetően kiváló ár-érték arányú magyar borokkal találkozhatnak a vásárlók itthon és a külföldi Lidl áruházakban egyaránt. A külpiacokon a legkedveltebb fehérborok a Furmint, a Királyleányka és a Szürkebarát, melyekből az elmúlt öt évben 44,7 millió palack fogyott.

A diszkontlánc kiváló minőségű borai több nivós elismerésben is részesültek az elmúlt évek során. Idén a Lidl két saját márkás borát, az 5 Puttonyos Tokaji Aszúját és a Feind Magaspart borát is aranyéremmel jutalmazták a borágazat egyik legnagyobb és legrangosabb megmérettetésén, a 2023-as Berliner Wein Trophy nemzetközi borversenyén.

Lidl Magyarországról

Lidl Magyarország · Vállalati kommunikáció

Tózsér Judit · H-1037 Budapest – Rádl árok 6. · +36-20-776-0017

sajto@lidl.hu



SAJTÓKÖZLEMÉNY

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 197 áruházzal van jelen hazánkban, és közel 8000 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. A Lidl Magyarország 2023-ban ismét elnyerte a Top Employer Hungary minősítést.

További információk:

Lidl Magyarország

Tózsér Judit

Vállalati kommunikációs vezető

Tel: +36-20-776-0017

E-Mail: sajto@lidl.hu