



MÁR EGY ÉVTIZEDE PARTNERSÉGBEN A MAGYAR BORÁSZATOKKAL

10 év alatt több mint 200 millió palack magyar bor a Lidl hazai és nemzetközi áruzaiban

Budapest, 2024.05.23. – **A Lidl Magyarország tíz évvel ezelőtt kötelezte el magát a magyar borok hazai és külpiazi népszerűsítése és az értékesítési volumen növelése mellett. A vállalat törekvéseinek kiemelkedő sikerét mutatja, hogy az elmúlt egy évtized alatt több mint 200 millió palack magyar bort értékesített a hazai és a külföldi Lidl áruházakban, ráadásul az éves szinten eladott palackszámot is ötszörösére növelte 2014-hez képest. A piacvezető áruházlánc ennek köszönhetően nem csak a hazai borászatok és pincészetek, de a teljes borágazat sikereihez is jelentős mértékben hozzájárult.**

A magyar termékek népszerűsítése és az export növelésére irányuló aktivitások mindig is fontos szempontot képviseltek a Lidl Magyarország életében. A piacvezető élelmiszerkiskereskedelmi lánc még 2014-ben 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 kezdeményezés tehát idén ünnepli 10 éves évfordulóját és az elért eredmények egyértelmű sikerről tanúskodnak. A vállalat több mint 200 millió palack magyar bort értékesített az elmúlt 10 év alatt, melynek felét a külpiacokra juttatta el. Mindez összecseng az áruházlánc azon stratégiai céljával, hogy minél szélesebb magyar borkínálatot tegyen elérhetővé a hazai áruházakban, mindamelllett pedig a hazai családi pincészetek exportlehetőséghez jussanak a Lidl hálózatán keresztül, ami szervesen illeszkedik a magyar kormány nemzetstratégiai elképzeléseibe is.

„A borértékesítés egyike azon sikereinknek, amire rendkívül büszkék vagyunk. A rendezvénysorozat kezdete óta több mint 90 milliárd forint realizálódott hazai beszállítóinknál. A kezdeti 6 millió palackkal szemben pedig 2023-ban már közel ötször annyi, mintegy 29 millió palack magyar bor értékesítéséhez járultunk hozzá itthon és külföldön összesen. Említésre méltó az is, hogy míg a program indításakor Európa-szerte 6 országba jutottak el a kiváló minőségű és ár-érték arányú palackos magyar borok, addig tavaly már közel háromszor annyi, összesen 17 országban voltak megtalálhatóak a kiváló magyar italok” – közölte Tózsér Judit, a vállalat kommunikációs cégvezetője.

A Lidl Wine Expo kulcsszerepet játszik abban, hogy a magyar borok versenyképesek maradjanak a nemzetközi piacon. Az elmúlt évtizedben több mint 100 millió palack magyar bor került a külföldi Lidl áruházak polcaira, melyek közül a legnépszerűbbek borfajták a Szürkebarát, a Királyleányka, az Egri Bikavér, a Tokaji Furmint és az Irsai Olivér. A vállalat az export révén további lehetőségeket teremt a hazai borászatok számára, hogy tovább fejlődjenek és bővítsék piaci jelenlétüket világszerte.

Az áruházlánc borkínálatát meghatározott szakmai szempontok alapján állítja össze, így kisebb családi pincészetekkel és nagyobb borászatokkal egyaránt együttműködik. Mindezeknek köszönhetően kiváló ár-érték arányú magyar borokkal találkozhatnak a vásárlók itthon és a



SAJTÓKÖZLEMÉNY

külföldi Lidl áruházakban egyaránt. A magyar borkultúra és a hazai borágazat melletti elköteleződését bizonyítják a Lidl Magyarország a borágazat több neves versenyén elért kiemelkedő eredmények és elnyert díjak, melyek egyben a vállalat innovációit és törekvéseit is elismerik.

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 205 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