



MEGINT ÁRAT CSÖKKENT A LIDL: 20%-KAL OLCSÓBBAN VÁSÁROLHATUNK SZÉPSÉGÁPOLÁSI TERMÉKEKET ÉS VEGYIÁRUKAT

Budapest, 2025. 05. 14. – A piaci versenyhez igazodva folytatódik a Lidl árcsökkentési kampánya: az élelmiszerek után elsőként, már csütörtöktől jelentős mértékben mérsékli az áruházlánc több szépségápolási termék és vegyiáru árát. A vállalat célja, hogy a vásárlók a teljes nagybevásárlást továbbra is egy helyen és a lehető legjobb áron intézhessék.

A heti akciók mellett tovább folytatja árcsökkentési kampányát a Lidl, így az élelmiszerek után most a drogériás termékek árát mérsékli a vállalat. Május 15-től tucatnyi árucikket, köztük mosószereket, samponokat, tusfürdőket és különféle tisztítószerket minimum 20%-kal olcsóbban lehet megvásárolni, ami a legtöbb termék esetében több száz forintos megtakarítást jelent. A 2,7 literes Bonux Folyékony mosószer 800 forinttal, a 4 literes Ultra Free Extra Universal folyékony mosószer 580 forinttal lesz olcsóbb.

„Fontosnak tartjuk, hogy vásárlóink gyorsan, egyszerűen intézhessék a mindennapi bevásárlást. Hiszünk a piaci verseny erejében és folyamatosan azon dolgozunk, hogy áruházainkban minden szükséges terméket biztosítani tudjunk számukra jó minőségben és a lehető legjobb áron. Az év eleje óta számos élelmiszer ára mérséklődött, most pedig több szépségápolási termékkel és vegyi áruval folytatjuk a sort, így nem csak pénzt, hanem időt és energiát is spórolhatnak a Lidl áruházakban vásárlók” – tájékoztatott Tózsér Judit, a Lidl Magyarország vállalati kommunikációs vezetője.

Májusi extra kedvezmény

Az árcsökkentési kampány és a normál heti akciók mellett a Lidl Plus alkalmazás felhasználói számára egész májusban extra kedvezményt is kínál az áruházlánc: egy úgynevezett [villámakció](#) keretén belül 40%-os kedvezménnyel vásárolhatnak meg egy terméket. A "villámakció" az adott napon megadott egy termékre vonatkozik, amit a nap végéig és legfeljebb egyszer lehet felhasználni.

Lidl Magyarországról

A Lidl Magyarországon 2004-ben nyitotta meg első logisztikai központját és 12 üzletét, ma pedig már 213 áruházal van jelen hazánkban, és közel 9500 munkavállalót foglalkoztat. Az elmúlt két évtized alatt a vállalat 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, így a kereskedelmi toplista alapján negyedik éve az első helyen áll az FMCG szektorban az éves forgalom alapján. 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 2025-ben ismét elnyerte a Top Employer Hungary minősítést.