



A LIDL A NEHÉZ GAZDASÁGI KÖRNYEZETBEN IS MAXIMÁLISAN ELKÖTELEZETT A MAGYAR VÁSÁRLÓK MELLETT

Budapest, 2023.07.31. – **A Lidl Magyarország viszontagságos gazdasági évet tudhat maga mögött, ami bár jelentős, de az élelmiszerinflációs szinttől elmaradó árbevétel növekedést hozott. 2022-es üzleti évben a növekvő piaci részesedés mellett csökkenő adózás utáni eredménnyel zárta az évet a vállalat.**

A 2022-es gazdasági évben a KSH adatai szerint az élelmiszerek áremelkedése átlagosan 31,5 %-os volt. A Lidl a beszerzési árak emelkedése ellenére, a csökkentett árrés és haszon mellett számos egyéb előnyt biztosított vásárlói számára annak érdekében, hogy segítse a magyar családokat és a lehető legjobb árakat nyújtsa számukra ebben a nehéz gazdasági környezetben.

Magyarország kormányának törekvéseivel összhangban a Lidl számára az infláció letörése kulcsfontosságú. Ennek értelmében, tekintve a hivatalosan közzétett beszámolókat, egyértelműen elmondható, hogy a Lidl kevésbé hárította át a háború, valamint az energia árak emelkedéséből fakadó többletköltségeket, védve ezzel is a magyar fogyasztók érdekeit.

Az elmúlt gazdasági év során a vállalat az árstop révén több mint 19 milliárd forint költséget vállalt át a magyar családoktól, míg ugyanezen időszakban a megfizetett különadó mértéke, a megelőző év több mint duplájára emelkedve, 36,9 milliárd forint adókötelezettséget jelentett.

A terhek megfizetését követően a növekvő piaci részesedés ellenére is a vállalat 2021-es gazdasági évben elért eredményénél 24 százalékkal kevesebb, 25,2 milliárd forint nyereséget könyvelhet el.

A Lidl az elmúlt gazdasági év során piaci részesedését a kedvező árak, a kitartó és hatékony munkája eredményeként tovább tudta növelni és lett a hiper- és szupermarketek helyett még több bevásárlás elsődleges célpontja. A vásárlók által leginkább kedvelt áruházlánc jelenleg 3,5 millió magyar háztartás első választása a mindennapi bevásárláskor. A fogyasztói döntéshozatal során az egyik meghatározó döntési tényező az áruházlánc kínálatában megtalálható kiváló minőségű, kiemelkedő ár-érték arányú sajátmárkás termékek széles választéka, mely szintén komoly segítséget jelent jelen inflációs környezetben a magyar lakosság számára.

A vállalat továbbra is kiemelkedő partnere a magyar beszállítóknak. Közreműködésével 2022-ben több mint 100 milliárd forint értékben került áru exportálásra 28 Lidl országba, amely értékét tekintve 30%-kal magasabb, mint az 2021-ben volt. A közel 700 féle termék exportja mintegy 200 magyar vállalkozás fejlődéséhez járul hozzá támogatva ezzel a magyar családok megélhetését, a magyar gazdaságot és az ország versenyképességét.



SAJTÓKÖZLEMÉNY

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 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