**LIDL U NOVOJ POSLOVNOJ GODINI ZADRŽAVA NISKE CENE**

**Lidl Srbija na početku nove poslovne godine, koja je za ovu kompaniju počela juče, 1. marta, obaveštava potrošače da nastavlja politiku redovno niskih cena. Uprkos brojnim ekonomskim i regulatornim promenama koje su se u prethodnom periodu desile na tržištu, Lidl najavljuje da će ostati dosledan svom obećanju, omogućavajući stabilnost kućnog budžeta i visok kvalitet proizvoda u svim poslovnim okolnostima i u narednoj godini.**

U svetlu predstojećih promena privrednog ambijenta i zakonske regulative, Lidl Srbija obaveštava potrošače da kompaniji ostaje u fokusu ono što je za njih najvažnije, a to su stalno povoljne cene.

Doslednost obećanju koje je dato potrošačima, potvrđuje i činjenica da je Lidl u prethodnih 8 meseci imao najpovoljniju nedeljnu potrošačku korpu, prema nezavisnom istraživanju Agencije za istraživanje tržišta NMS Market Research\*. Takođe, iako je uobičajena tržišna praksa da se porast akciza direktno odrazi na maloprodajne cene, Lidl je tokom februara doneo odluku da trošak poslednjeg povećanja akciza u potpunosti preuzme na sebe, potvrđujući svoju posvećenost strategiji redovno niskih cena.

Umesto oslanjanja na kratkoročne finansijske dobiti koje se mogu ostvariti kroz tržišna i cenovna kretanja, Lidl svoj model poslovanja temelji na optimizovanim procesima, efikasnim sistemima i posvećenosti u upravljanju asortimanom uz održavanje fer odnosa sa svojim dobavljačima.

„*Mi smo trgovinski lanac koji bira da ne prati uobičajene prakse, već da kroz sopstvenu efikasnost investira u dugoročan odnos poverenja sa potrošačima. Zato, ostajemo čvrsto usmereni na to da i u budućnosti Lidl ostane mesto gde se najviše dobija za uloženi novac. Bez obzira kako se tržišni uslovi menjaju, naš fokus na 'Niske cene svaki dan' ostaje nepromenjen*“, ističe **Nikola Balaban,** direktor Nabavke i član Uprave Lidla Srbija, i dodaje *da su poverenje potrošača i doslednost brenda osnovni pokretači poslovanja i dugoročnog uspeha na tržištu*.

Sinergija inovativnog pristupa, jednostavnosti procesa, operativne efikasnosti i snažnog partnerstva sa inostranim i domaćim dobavljačima, omogućava kompaniji da zadrži lidersku cenovnu poziciju i da “amortizuje” promene u opštim uslovima poslovanja i dinamici tržišta. Zato Lidl poruka ostaje jasna: kompanija će i u budućnosti, kao i do sada, nastaviti da se snažno zalaže za najpovoljniju potrošačku korpu uporednog kvaliteta na tržištu, čak i kada okolnosti nalažu drugačije, jer se kupovina u Lidlu uvek isplati.

\*Izvor: Agencija za istaživanje tržišta NMS Market Research. Rezultati istraživanja u periodu Jul 2025 - Feb 2026. Analiza vrednosti nedeljne potrošačke korpe hrane i bezalkoholnih pića. Istraživanje se zasniva na prosečnoj potrošačkoj korpi definisanoj od strane Republičkog zavoda za statistiku i sadrži najviše 73 proizvoda. Analiza je vršena u 5 maloprodajnih lanaca: DIS, Idea, Lidl, Maxi, Roda, u 4 grada. Detaljnije o metodologiji istraživanja:<https://monitorpotrosackakorpa.nms.rs/>

**O Lidlu**

Kompanija Lidl, kao deo nemačke Švarc grupe (Schwarz Gruppe), jedan je od vodećih prehrambenih trgovinskih lanaca u Nemačkoj i Evropi. Sa oko 12.600 prodavnica i više od 230 distributivnih i logističkih centara u 31 zemlji, broji ukupno više od 382.400 zaposlenih širom sveta. Jednostavnost i usmerenost na procese određuju svakodnevne aktivnosti u prodavnicama, regionalnim distributivnim centrima i nacionalnoj centrali Lidla. Istovremeno, Lidl kroz svoje aktivnosti preuzima odgovornost za ljude, društvo i planetu. Za Lidl, održivost znači svaki dan iznova ispunjavati svoje obećanje o kvalitetu. Učinak, poštovanje, poverenje, čvrsto na zemlji i pripadnost Lidlove su korporativne vrednosti koje su srce korporativne kulture i oblikuju svakodnevno poslovanje čineći osnovu uspeha. Kompanija Lidl je u 2024. fiskalnoj godini ostvarila prodaju od 132,1 milijarde evra, vrednujući najbolji odnos cene i kvaliteta za svoje potrošače, dok su ostale kompanije u sastavu Švarc grupe zabeležile ukupni prihod od 175,4 milijarde evra u istom periodu.

Lidl je u Srbiji svoje prve prodavnice otvorio u oktobru 2018. godine i trenutno ima 85 prodavnica u 49 gradova širom zemlje. Ima dugoročne planove sa ciljem da potrošačima širom Srbije ponudi jedinstveno iskustvo kupovine i najbolji odnos cene i kvaliteta, po čemu je prepoznat u svetu. Na osnovu sertifikovanja od strane Top Employers Institute za najboljeg poslodavca, Lidl je nosilac sertifikata „Top Employer Serbia“ šestu godinu zaredom i „Top Employer Europe” devetu godinu zaredom.

**Kontakt za medije:**

Tamara Ivankovic, Represent, Email: [tamara.ivankovic@represent.rs](mailto:tamara.ivankovic@represent.rs); Mob: +381 63 384 047

Đorđe Odavić, Represent Communications, Email: [djordje.odavic@represent.rs](mailto:djordje.odavic@represent.rs); Mob: +381 62 154 21 58

Tijana Đorđević, Represent, Email: [tijana.djordjevic@represent.rs](mailto:tijana.djordjevic@represent.rs); Mob: +381 64 94 88 833

Jasmina Stakić, Represent, Email: [jasmina.stakic@represent.rs](mailto:jasmina.stakic@represent.rs); Mob: +381 69 2980 839

[press@lidl.rs](mailto:press@lidl.rs)

[www.lidl.rs](https://www.lidl.rs/)

[Media centar LINK](https://www.lidl.rs/sr/Press-883.htm)

[Instagram Lidl Srbija](https://www.instagram.com/lidlsrbija/)