



Nova Pazova, 25.02.2020.

SRBIJA SE IZJASNILA – „DA“ ZA LIDLOVE PROIZVODE

U velikom nezavisnom istraživanju, koje je u decembru prošle godine sproveda agencija IPSOS ispitivanjem više od 5700 stanovnika Srbije, testirano je 258 proizvoda Lidla, jedinog savremenog diskonta u Srbiji. Čak 77% ispitanika ocenilo je Lidlove proizvode proverenog kvaliteta kao vrlo dobre ili odlične, čime su potvrdili da je upravo asortiman, jedan od razloga zbog čega je ovaj trgovinski lanac postao izbor za kupovinu velikog broja potrošača Srbije.

Potvrda „Srbija je rekla DA proizvodima iz Lidla“ zasniva se na istraživanju koje je uključilo 5753 ispitanika, oba pola i različite starosne dobi, uzrasta od 18 do 60 godina, iz gradova koji reprezentuju regione Srbije. Testirani su prehrambeni i neprehrambeni proizvodi, koji se mogu kupiti isključivo u Lidlu, sa ciljem provere zadovoljstva lokalnih potrošača Lidlovim brendovima, kao što su Pilos - za mlečne proizvode, Dulano - za mesne prerađevine, Saguaro – za vodu, Fin Carre i J.D. Gross - za čokolade, itd.

„Želeli smo da već u ovoj prvoj fazi poslovanja čujemo mišljenje potrošača o Lidlovim proizvodima koje ranije nisu imali prilike da probaju u Srbiji. Jako smo ponosni zbog činjenice da su u proseku, na ovaj broj testiranih proizvoda, 3 od 4 ispitane osobe procenile naše proizvode kao vrlo dobre ili odlične. To nam je potvrda da potrošači cene to što smo se temeljno posvetili asortimanu, posebno u vidu provere kvaliteta i unapređenja receptura,“ izjavio je Daniel Petrovečki, direktor Nabavke u Lidlu Srbija.

Za potrebe Lidla proizvode mnogi veliki proizvođači, svetski poznate kompanije, ali i izvrsni domaći dobavljači, čime se obezbeđuju visok kvalitet i povoljne cene. Lidl, kroz širok dijapazon proizvoda koje nudi, omogućava potrošačima jednostavnu i „pametnu“ kupovinu, pri kojoj dobijaju dodatnu vrednost za uloženi novac. Ovo je potvrđeno i priznanjem **Best Buy Award Private Label 2019/2020** – koje je ova kompanija dobila za najbolji odnos cene i kvaliteta privatnih robnih marki u čak 21 kategoriji. Od januara ove godine, izbor pri kupovini u Lidlu dodatno je olakšao simbol „Tvoja Lidl cena“ koji predstavlja sinonim za posebno dobru kupovinu, jer posebno ističe proizvode vrhunskog kvaliteta po izuzetno povoljnim cenama.

VIŠE O METODOLOGIJI ISTRAŽIVANJA

„Srbija je rekla DA proizvodima iz Lidla“ zaključak je istraživanja koje je sproveda najveća nezavisna agencija IPSOS, sa tradicijom dužom od 20 godina, a kako bi metodologija u potpunosti odgovorila zahtevima istraživanja za objektivnošću, ocenjivan je veliki broj različitih grupa proizvoda, a posebno se vodilo računa o načinu samog ispitivanja.

Za proizvode iz kategorije hrane i pića, koji su u pakovanju, spremni za konzumaciju, poput sokova, keksa, čokolada, ispitanici su odmah nakon probavanja na centralnim lokacijama navedenih gradova, davali ocene od jedan do pet, bez uvida u to koji brend je u pitanju – takozvano testiranje „na slepo“.



Nešto kompleksniji proces bio je osmišljen za potrebe ocenjivanja proizvoda za čiju je procenu neophodna prethodna priprema, poput mesa, testenine i smrznutog povrća i na kraju, kao i onih, čija se procena može dati isključivo kod kuće, nakon višestruke upotrebe, poput kućne hemije ili hrane za ljubimce. Zbog toga, u samo istraživanje je uključeno ukupno 814 domaćinstava.

VIŠE O ISPITIVANIM PROIZVODIMA

U istraživanje su uključeni proizvodi iz gotovo svih kategorija proizvoda koji se mogu naći u Lidlu u Srbiji: sveže pecivo iz Lidlove pekare i bezalkoholna pića – Solevita, Saguaro, Freeway, Dizzy; čokolade i čokoladice – Fin Carre, J.D. Gross; kafa, čaj i kakao – Bellarom, Lord Nelson; keksi i vaflji – Mister Choc; bomboni, praline i ostali slatkiši – Sugarland; mesne prerađevine – Pikok, Dulano; mleko i mlečni proizvodi – Pilos, Milbona, Lovilio; musli, pahuljice za doručak – Crownfield; pivo i vino – Argus; proizvodi za pranje i čišćenje – W5, Formil, Dalvia; pudinzi – Milbona, Castello; sladoledi – Gelatelli; slane grickalice – Snack Day; slatki namazi – Choco Nussa, Maribel; smrznuta jela, voće i povrće – Freshona, Trattoria Alfredo; testenine – Combino; konzervirano povrće – Chira; hrana za kućne ljubimce – Coshida i Bellosan.

O LIDLU

Kompanija Lidl deo je nemačke Švarc grupe (Schwarz Gruppe), jednog od vodećih prehrambenih trgovinskih lanaca u Evropi. Posluje u 32 zemlje širom sveta i broji više od 287.000 zaposlenih. Na osnovu nacionalnih nagrada za najboljeg maloprodavca u više zemalja Evrope, Lidl je nosilac priznanja „Retailer of the Year Europe” za 2018/2019.

Lidl je u Srbiji svoje prve prodavnice otvorio u oktobru 2018. godine i trenutno ima 37 prodavnica u 26 gradova širom zemlje. Imamo dugoročne planove sa ciljem da potrošačima širom Srbije ponudimo jedinstveno iskustvo kupovine i najbolji odnos cene i kvaliteta, po čemu smo prepoznati u svetu.

Kontakt za medije:

Jovana Đinković, Executive Group, jovana_djinkovic@eg.rs, press@lidl.rs, +381 60 70 71 058

<https://www.lidl.rs>

[Media centar LINK](#)

[Facebook Lidl Srbija](#)

[Instagram Lidl Srbija](#)