

Két év alatt megtöbszörözte az ALDI a magyar termelőknek adott megrendeléseinek értékét

Biatorbágy, 2023. 08. 24. – Az ALDI Magyarország számára kiemelten fontos a magyar mezőgazdaság és élelmiszeripar támogatása. A vállalat 2021 végén önként vállalta, hogy kizárólag magyar friss húst és tojást kínál szortimentjében, továbbá 65 alapvető tejterméke is hazai forrásból érkezik üzleteibe. A vállalás óta eltelt időszakban az ALDI több tízmilliárd forinttal növelte a magyar cégeknek adott megrendeléseit, amelyek a magyar élelmiszer-kapacitások bővítését, munkahelyek megtartását és fejlesztését tették lehetővé. A magyar termékek arányának növelése érdekében újabb élelmiszerek esetében keres hazai beszállítókat az ALDI. A diszkontlánc augusztusban „Válassza a hazait!” szlogennel marketingkampányt indított a hazai termékek értékesítésének támogatása érdekében.

Az ALDI az ország legdinamikusabban fejlődő diszkontáruházláncaként¹ elkötelezett az iránt, hogy a magyar fogyasztók igényeit a lehető legtöbb termékkör esetében magyar termelőktől és élelmiszergyártóktól származó termékekkel szolgálja ki. Az áruházlánc 2021 vége óta – az országos kiskereskedelmi láncok közül elsőként – vállalta, hogy az állandó kínálatában található valamennyi szárnyas-, sertés- és marhahús esetében kizárólag magyar beszállítóktól vásárol terméket, akik csak hazai tartásból, vágásból és feldolgozásból származó friss hússal látják el az áruházlánc valamennyi üzletét. Ugyancsak 2021 végén kötelezte el magát az áruházlánc, hogy 65 alapvető tejterméke – valamennyi konvencionális tej, trappista sajt, tejföl, kefir, natúr joghurt, rögös túró, túró rudi – magyar tejből, hazai feldolgozónál készül. A nyári szezonban a diszkontlánc zöldség-gyümölcs kínálatának mintegy 80%-a is magyar termelőktől érkezik, továbbá az ALDI pékárú kínálatának zömét 18 magyar pékség biztosítja, amelyek vagy naponta friss áruval látják el közvetlenül az áruházakat, vagy az ALDI központjába szállítják a csomagolt, illetve az üzletek látványpékségeiben kínált pékárut.

Az ALDI vásárlói pozitívan fogadták az áruházlánc lépését, amit a legtöbb érintett kategóriában növekvő értékesítési mennyiségek is visszaigazoltak. A vállalat 2021 ősze óta így jelentősen nagyobb értékű megrendelést adott a magyar hús- és tejbeszállítóinak. A friss hús esetében több mint kétszeresére nőtt a rendelés értéke, ami – az elmúlt közel két év során – 14 milliárd forinttal haladta meg a megelőző időszak rendelésállományát. A friss hús esetében a szortiment termékek 100%-a, míg a szezonális és akciós termékek immár 90%-a magyar forrásból érkezik.

A deklaráltan magyar forrású tejtermékek esetében a vállalás óta 11 milliárd forinttal többet fizetett hazai beszállítóinak a cég. Ezen felül 50%-kal növelte tejbeszállítóinak számát az ALDI, amelyek számára további 5 milliárd forintos megrendelést nyújtott.

A pékárú területén a látványpékségek számára, illetve a központba szállító vállalatoknak mintegy 7, a regionális pékségeknek közel 2 milliárd forinttal fizetett többet a vállalat, mint egy évvel korábban.

Az ALDI 2022-ben közel 50 milliárd forinttal nagyobb értékű megrendelést adott a magyar beszállítóknak szortiment termékekre, mint egy évvel korábban, ami 40%-os növekedést jelent 2021-hez képest. A vállalat állandó kínálatában forgalmazott termékek mintegy ötöde kapta meg a Magyar Termék vagy a Hazai Termék vagy a Hazai Feldolgozású Termék védjegyet, a diszkontláncok közül egyedülálló módon hét terméke pedig Kiváló Magyar Élelmiszer tanúsítvánnyal is rendelkezik.

¹ https://trademagazin.hu/wp-content/uploads/2023/05/FMCG-TOPLISTA_2022_Poszter_HU_final.pdf



Számos magyar beszállító számára biztosít exportlehetőséget az ALDI Magyarország, idén például az energiaital-gyártó HELL ENERGY Magyarország Kft. négy országra szólóan az ALDI SÚD és az ALDI NORD vállalatcsoporttól is kapott megrendelést, összesen 16 millió palackra.

A vállalat nem csupán megrendeléseivel támogatja a magyar mezőgazdaságot és élelmiszeripart, hanem marketingaktivitásaival is felhívja a fogyasztók figyelmét a magyar termékek előnyeire: a frissességre, a rövidebb szállítási láncok révén az alacsonyabb környezeti terhelésre, a magyar gazdaság támogatására. Az ALDI augusztusban „Válassza a hazait!” szlogen alatt futó marketingkampánya is a magyar termékek vásárlására ösztönzi a fogyasztókat.

„Az elmúlt két évben számos esetben kaptunk ajánlatot a hazai beszerzésnél alacsonyabb áron import termékekre. Ezeknek a külföldi termékeknek a minősége azonban jellemzően elmaradt a magyar termékekétől, és bár kétszámjegyű értékkel lettek volna olcsóbbak, az ALDI tartotta magát korábbi vállalásához, és a magyar minőség mellett tette le a voksát. A friss hús és az alapvető tejtermékek esetében továbbra is magyar cégektől származó, hazai termékeket biztosítunk vásárlóink számára. A tavalyi év során mintegy 50 milliárd forint értékű többletmegrendelést adtunk magyar beszállítóinknak, amellyel magyarországi munkahelyek megtartását és fejlesztését tettük lehetővé. Valamennyi üzletünkben modernizáljuk a hűtőket, erre 3 milliárd forintot fordítunk. Az új álló hűtőknek köszönhetően 20%-kal nagyobb lesz az egész évben kapható frishús-kínálatunk” – mondta Bernhard Haider, az ALDI Magyarország Élelmiszer Bt. országos ügyvezető igazgatója.

Nagy István agrárminiszter a sajtótájékoztatón arra hívta fel a figyelmet, hogy tárca feladatköre átfogja az egész élelmiszerláncot, és termőföldtől az asztalig terjed. Hozzátette, a magyar élelmiszer nemzetközi szinten is versenyképes, a kormány pedig elkötelezett amellett, hogy minél több forrást biztosítson a szektor fejlesztéséhez. Mindazonáltal a hazai élelmiszeripar a magyar gazdák legfontosabb és legbiztosabb piaca, ezért is szükséges jelentős mértékű támogatása. Az élelmiszeripar fejlesztésére a következő években további 400 milliárd forint támogatás áll majd rendelkezésre a KAP stratégiai tervünk keretében, a pályázatok várhatóan 2024 első negyedévében indulnak.

A miniszter a tudatos vásárlói döntésre is felhívta a figyelmet, vagyis arra, hogy a vásárlók magyar árut emeljenek le az üzletek polcairól. A fogyasztók tudatossága, tájékozottsága kedvez a magyar termelőknek, de ennek a tudatosságnak az erősítéséhez sok mindenre szükség van. Hasznosak a szemléletformáló kampányok, de ugyanígy a védjegyek is, például a Kiváló Minőségű Élelmiszer (KMÉ) védjegyrendszer. *„Mindezek az eszközök segítenek annak a célnak az elérésében, hogy minél több magyar termék legyen a boltokban, és a magyar termékeket keressék is a vásárlók. Szeretnénk, ha a magyar emberek szívében lenne egy iránytű, amely megmutatja, hogy merre találják a magyar termékeket, hová érdemes nyúlni a boltok polcain. A tudatos vásárlással ugyanis nemcsak a magyar termelőket és a magyar családok megélhetését, hanem a nemzetgazdaságot is támogatjuk”* – fejtette ki a tárcavezető.

„A Nemzeti Agrárgazdasági Kamara részéről kiemelten fontosnak tartjuk az ALDI immáron következetesnek mondható vállalását, illetve nyílt kiállítását a hazai termékek mellett meghatározott, kiemelt termékcsoportok terén. Az üzletlánc korábban tett és most megerősített elköteleződése példaértékű – és üzenetértékű is. Egyrészt biztos piacot, stabilitást, másrészt tervezhetőséget biztosít a beszállítóknak, ami mind fontos szempont. Bízom abban, hogy más üzletláncok is csatlakoznak ehhez a példához, hiszen nemzetgazdasági jelentőségű az, hogy a boltokban emelkedjen a hazai termékek aránya” – mondta Gyórfy Balázs, a Nemzeti Agrárgazdasági Kamara elnöke.

„Az ALDI Magyarország Élelmiszer Bt. több mint 7 éve, 2016 áprilisában vált a Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács tagjává. Akkor olyan közös célokat, illetve olyan témaköröket fogalmaztunk meg, amelyekben egyértelmű volt a piaci szereplők érdekközössége. Az egyik ilyen cél az volt, hogy a hazai tejtermelők és feldolgozók hazai tejjel és tejtermékekkel tudják kiszolgálni a magyarországi kiskereskedelmi láncokat, de az is, hogy a Tejszívlogó védjegy egyre több tejtermékre felkerüljön, ezzel



is hangsúlyozva a termékek magas minőségét és megbízhatóságát. Az infláció és az európai tejfeleslegek okán a hazai tejfeldolgozók belföldi értékesítése a sajt és túró kategóriában idén sajnálatosan 20%-ot esett, miközben az import jelentősen nőtt. A Tej Terméktanács nevében ezért is köszönöm az ALDI által bejelentett tejtermék-beszerezésre vonatkozó lépéseket” – mondta Harcz Zoltán, a Tej Terméktanács elnöke.

„Az ALDI az ország egyik meghatározó kiskereskedelmi láncaként szavát adta arra, hogy fontos, alapvető élelmiszerek esetében magyar termékeket tart a polcain, és ezt az ígétét a jövőben is be kívánja tartani, amivel tovább erősödhet a hazai beszállító partnerek és a kiskereskedelmi lánc közötti üzleti és bizalmi kapcsolat. Reménykedek abban, hogy a vállalat mostani megerősítése mellett mind több élelmiszer-kategória esetében növekszik tovább a jövőben a hazai termékek jelenléte az ALDI üzleteinek polcain” – mondta Éder Tamás, a Felelős Élelmiszergyártók Szövetségének elnöke.

Az ALDI-ről

Az ALDI a diszkontfilozófia megalkotójaként kiváló minőségű élelmiszereket és non-food termékeket biztosít vásárlói számára a lehető legkedvezőbb áron. Az ALDI Magyarország Élelmiszer Bt. 2008-ban nyitotta meg hálózatának első boltját Magyarországon, jelenleg 167 áruházzal áll a vásárlók rendelkezésére, és több mint 6000 főt foglalkoztat. A vállalat ALDI UTAZÁS márkanév alatt egyéni és csoportos utazások, szállások széles körét kínálja online platformon, továbbá öt üzletének parkolójában diszkontbenzinkutakkal várja a vásárlókat. Az ALDI mind biatorbágyi logisztikai központjának, mind pedig saját tulajdonú boltjainak teljes áramellátását zöldárammal biztosítja. A vállalat frisshús-kínálatának fejlesztéséért „Az Év Friss Húsáru Kereskedője 2023”, az általa létrehozott 1300 munkahelyért és jóléti intézkedéseikért „Az Év Munkáltatója az FMCG Kiskereskedelemben 2023” díjat kapta meg. A NÉBIH az ALDI egri üzletének ítélte „Az Év Boltja 2023 NÉBIH KMÉ különdíjat”. Az ALDI Magyarország negyedik alkalommal nyerte el a Német–Magyar Ipari és Kereskedelmi Kamara „Megbízható Munkaadó” díját. A vállalatról bővebb információ a www.aldi.hu honlapon található.

Sajtófotók az alábbi oldalról tölthetők le: <https://www.aldi.hu/hu/az-aldirol/sajtoszoba/fotogaleria.html>

Sajtókapcsolat

Pákolicz Attila

Solutions Communications Kft.

E-mail: a.pakolicz@solutionscom.hu / sajto@aldi.hu