

68 % Čechů se alespoň jednou za rok inspiruje japonskou kuchyní. Lidl spouští týden věnovaný japonským chutím

4.3.2024 - | PROTEXT

Lidl nabídne japonské pochoutky. Dle exkluzivního průzkumu společnosti Lidl aktivně vyhledává a ochutnává nová jídla téměř polovina českých spotřebitelů (46 %), zatímco pouze nepatrný počet (4 %) se novým chuťovým zážitkům vyhýbá. Tematické týdny v Lidlu nabízejí nejen kvalitní a pestrou nabídku produktů, ale také přinášejí inspiraci při nakupování.

"Společnost Lidl je hrdá na to, že může podporovat a rozšiřovat kulinářské obzory Čechů. Tentokrát nabídneme chuť Japonska, jejichž obliba v tuzemsku nadále roste," říká mluvčí společnosti Lidl Eliška Froschová Stehlíková. „Naše tematické týdny jsou navrženy tak, aby reagovaly na dynamické a různorodé preference našich zákazníků a poskytovaly jim nové zážitky a inspiraci.“

Touhu objevovat nové chutě podtrhuje povědomí zákazníků o tematických týdnech Lidlu, 86 % dotazovaných tyto týdny zná a 85 % z těch, kteří je znají, je rádi využívají při nakupování a jako zdroj inspirace.

V rámci nabídky tematického týdne Exotická rozmanitost na japonský způsob mohou zákazníci ochutnat věhlasné pochoutky. Kromě populárního sushi Lidl nabídne také například:

Rýžový ocet 250 ml, 39,90 Kč

Miso pasta 200 g, 49,90 Kč

Zmrzlinové mochi 6x35 g, 99,90 Kč

Mořská řasa nori 5 ks, 39,90 Kč

Rýže na přípravu sushi 500 g, 37,90 Kč

Konjakové těstoviny ve tvaru rýže 250 g

Gyoza omáčka 250 g, 59,90 Kč

Všechny tyto pochoutky bude navíc možné ochutnat s 10% slevou s aplikací Lidl Plus. Stačí jen zakoupit 3 a více produktů z této nabídky a aktivovat si speciální kupón. Více produktů z nového tematického týdne naleznete na stránkách [lidl.cz](https://www.lidl.cz).

Průzkum byl proveden agenturou Ipsos v období od 24. do 27. února 2024 a zúčastnilo se ho 525 respondentů ve věku 16 – 65 let.

O společnosti Lidl

Společnost Lidl vstoupila na český trh v červnu 2003, kdy otevřela prvních 14 prodejen. V současnosti provozuje síť 319 prodejen, které jsou zásobovány 5 logistickými centry. Filozofie prodeje společnosti Lidl je založena na privátních značkách, které tvoří více než 75 % veškerého

sortimentu. Kromě nejvyšší kvality za nejlepší cenu oceňují zákazníci prodejen Lidl také pravidelné, tematické týdny s nabídkou potravin a spotřebního zboží, které není součástí stálého sortimentu. Spotřební zboží Lidl nabízí také ve svém internetovém obchodě Lidl-shop. Společnost Lidl se snaží být ve všech oblastech podnikání maximálně odpovědná vůči svému okolí. V rámci společenské odpovědnosti se Lidl dlouhodobě zaměřuje na podporu dětí, pro něž realizuje různé projekty, například sbírku Srdce dětem či v minulých letech výstavbu Rákosníčkových hřišť.

Více informací naleznete na:

www.lidl.cz

www.twitter.com/lidlcz

www.instagram.com/lidlcz

www.youtube.com/user/LIDLCeskaRepublika

<https://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/68-cechu-se-alespon-jednou-za-rok-inspiruje-japonskou-kuchyni-lidl-spousti-tyden-venovany-japonskym-chutim/2488023>