

Premiile Piața_ Premiul pentru cea mai bună INOVAȚIE în retail



Categorie: Premiul pentru cea mai bună INOVAȚIE în retail

Denumirea produsului nou: Ciocolata în stil Dubai Deluxe

Data lansării produsului pe piața din România: 2024 - 2025

Compania care a lansat produsul în România: Lidl România

Lidl România și produsele dezvoltate local

Cu o prezență de 14 ani pe piața din România, Lidl este astăzi ¹ și una dintre cele mai mari rețele de magazine la nivel local. Modelul de business Lidl se bazează pe un portofoliu de peste 80% produse marcă proprie, la cel mai bun raport calitate-preț, accesibile consumatorilor. Acest model asigură clienții că fiecare produs marcă proprie din magazinele Lidl îndeplinește standarde înalte de calitate și prospețime, la un preț corect.

Lidl România își consolidează continuu angajamentul față de producția locală prin extinderea constantă a gamei de produse marcă proprie, realizate în parteneriat cu furnizorii locali. În anul 2024, retailerul a colaborat cu peste 535 de producători locali, pentru sortimentul de produse din magazine și cu peste 2.200 de furnizori de bunuri și servicii din România, cheltuielile companiei cu furnizorii români depășind 2,16 miliarde de euro. În plus, retailerul facilitează exporturi ale furnizorilor locali în magazinele Lidl din țări precum Germania, Polonia, Ungaria, Serbia, Cehia, Slovacia, Cipru, Bulgaria, valoarea exporturilor situându-se la circa 60 de milioane de euro în ultimul an, de 3 ori mai mult ca în anul anterior.

Gama Deluxe

Dacă, inițial, produsele marcă proprie Deluxe de la Lidl erau asociate, în mod tradițional, cu perioadele sărbătorilor de iarnă și pascale, începând cu acest an, Lidl România a extins prezența la raft a celor mai populare produse din gamă, devenind o opțiune gourmet accesibilă pe tot parcursul anului.

Sortimentul permanent include peste **30 de produse premium**, precum profiterol cu caramel sărat, pate cu ficat de rață, mozzarella din lapte de bivoliță și ecler cu mango și fructul pasiunii. Pe timpul verii, Lidl a introdus până la **90 de articole în ediție limitată, în sortimentul in and out** – de exemplu, salam cu parmezan, ulei de măsline aromatizat, inel de creveți, sosul de mango și ardei iute, sosul de roșii și ardei iute jalapeno sau cel cu afine –, aducând rafinamentul culinar în meniurile zilnice ale românilor, la prețuri accesibile.

¹ Termene.ro, 27 august 2025, [Cele mai mari companii românești reprezintă 2% din piața de retail de 150 mld. lei, în timp ce Lidl și Kaufland acoperă aproape 29% din piață - Business Hub](#)



Rafinamentul gamei Deluxe completează promisiunea Lidl de a avea produse de cea mai bună calitate la cel mai bun preț, retailerul oferind clienților posibilitatea de a cumpăra articole gourmet premium la prețuri accesibile.

Ciocolata în stil Dubai Deluxe

1 Introducere și context

În ultimii ani, piața de produse premium a fost influențată tot mai mult de tendințe internaționale, iar „Dubai chocolate” a devenit un fenomen global. Ciocolata Dubai reprezintă o fuziune între influențele arabe și gusturile occidentale, combinând ingrediente tradiționale precum fisticul și kataiful cu ciocolata, oferind o experiență gustativă unică. Cu un aspect spectaculos și ingrediente rafinate, acest tip de produs a cucerit rapid rețelele sociale și a stârnit interesul consumatorilor din toată lumea.

Între lunile ianuarie și martie 2025, hashtagul *#dubaichocolate* inundase feed-urile utilizatorilor, acumulând nu mai puțin de 13,8 miliarde de views pe TikTok². Trendul a ajuns rapid și în România, unde cererea pentru ciocolată premium, inspirată din această modă internațională, a crescut într-un timp foarte scurt.

Lidl România a fost primul retailer care a transformat această tendință într-o realitate accesibilă consumatorilor locali, dar nu numai lor. Sub brandul propriu Deluxe, compania a lansat **Ciocolata în stil Dubai Deluxe**, un produs fabricat în România, dar cu ambiții și succes care a depășit granițele României.

2 Inovație și diferențiatori

Lidl România este primul retailer din țară care a oferit o ciocolată tip Dubai sub marcă proprie, consolidând astfel poziția sa ca promotor al produselor de calitate la prețuri accesibile. Această lansare a extins gama Deluxe – brandul Lidl dedicat produselor gourmet – prin introducerea primei ciocolate în stil Dubai sub marcă proprie, inspirată de un trend global și adaptată pieței locale. Produsul este realizat în colaborare cu un furnizor român și se remarcă printr-o **umplutură generoasă de 70%**, mult peste media categoriei. Ingredientele sunt atent selecționate pentru a garanta o experiență unică: **fistic iranian**, recunoscut pe plan internațional pentru calitatea sa superioară, și **ulei din sâmburi de struguri**, care contribuie la o textură fină și o aromă naturală.

² [Wgsn.com](https://www.wgsn.com), 11 iunie 2025, [Dubai chocolate trend: how WGSN predicted your latest](https://www.wgsn.com)

Premiile Piața_ Premiul pentru cea mai bună INOVAȚIE în retail



În doar două luni de la apariția trendului în România, produsul nou dezvoltat era deja disponibil în magazine, confirmând atenția Lidl la trenduri și dorințele consumatorilor, dar și capacitatea de a răspunde prompt la tendințele de consum din piață.

3 Impact și rezultate

Succesul ciocolatei a fost vizibil imediat. Produsul a fost inițial disponibil în 70 de magazine Lidl din România și a beneficiat de un plan de extindere la nivel național. Mai mult, succesul său nu s-a limitat la piața locală. În scurt timp, **12.000 de bucăți au fost exportate către magazinele Lidl din Croația**, urmate de listări în Serbia și Bulgaria.

Astfel, Ciocolata în stil Dubai Deluxe a devenit nu doar un produs apreciat de consumatorii români, ci și un ambasadore al calității românești pe piețele internaționale, confirmând potențialul său de a cuceri publicuri diverse.

4 Sustenabilitate și sprijin pentru producția locală

Lidl România a dezvoltat acest produs în parteneriat cu un producător local, continuând astfel strategia companiei de a susține economia românească și de a crea oportunități pentru furnizori locali de a-și extinde prezența pe piețe externe. Această colaborare pe termen lung a făcut posibilă lansarea rapidă a ciocolatei și menținerea unui nivel ridicat de calitate.

Prin exporturile deja realizate și prin planurile de extindere pe alte piețe europene, Lidl contribuie la promovarea industriei alimentare românești și la integrarea acesteia într-o rețea internațională de distribuție.

5 Experiența consumatorului

Disponibilă la prețul de 24,99 lei pentru 100 de grame, Ciocolata în stil Dubai Deluxe se poziționează în segmentul premium, oferind ingrediente de calitate superioară la un preț accesibil. Astfel, produsul reușește să îmbine rafinamentul cu accesibilitatea, consolidând promisiunea Lidl de a livra cel mai bun raport calitate-preț.

Ingrediente atent selecționate, o rețetă unică și un ambalaj premium transformă produsul într-o alegere deosebită pentru consumatorii care caută rafinament, dar și siguranța unui preț corect. Faptul că produsul a fost atât de bine primit și pe alte piețe europene demonstrează că Lidl România a reușit să lanseze un produs care s-a înscris cu succes în tendințele de consum.

Concluzie

Prin lansarea Ciocolatei în stil Dubai Deluxe, Lidl România demonstrează capacitatea de a identifica trenduri internaționale și de a le adapta rapid la cerințele pieței locale. În același timp, reușește să

Premiile Piața_ Premiul pentru cea mai bună INOVAȚIE în retail



transforme un produs fabricat în România într-un succes european, validând astfel strategia de a combina inovația, sustenabilitatea și accesibilitatea.

Această ciocolată nu este doar un produs de raft, ci o poveste de succes care reflectă angajamentul Lidl: **să ofere consumatorilor produse inovatoare și premium, fabricate local, la cel mai bun raport calitate-preț.**