



NOTA DE PRENSA

En su compromiso por fomentar una alimentación saludable, sostenible y transparente

Lidl, comprometido con la transparencia nutricional: Incorporará Nutri-Score en todos sus productos y mejorará la composición de más de la mitad del surtido

- *La cadena de supermercados, que ya ofrece cerca del 50% de productos con el sistema de etiquetado nutricional Nutri-Score, refuerza su compromiso con la salud y la transparencia al incorporar progresivamente este logotipo a modo de semáforo en la totalidad de su surtido para 2026*
- *Lidl da un nuevo impulso a la popularización de Nutri-Score, una herramienta que cuenta con el apoyo por parte de científicos y especialistas en nutrición, así como de asociaciones de consumidores*

Barcelona, 10 de septiembre de 2024 –Lidl da un nuevo paso en su compromiso con la salud y el bienestar de los consumidores al comprometerse a incorporar el etiquetado frontal Nutri-Score en todos sus productos para el año 2026. La cadena de supermercados ha estado implementando progresivamente este sistema en su surtido de productos procesados y envasados de marca propia desde 2021, y este mes de septiembre ya alcanzará el 50% de su oferta. Asimismo, la implantación total de este etiquetado frontal, basado en un código de colores (de verde a rojo) y letras (de A a E), facilitará a los consumidores la identificación de las opciones más saludables entre más de 1.700 productos de la compañía.

Gracias a este compromiso, Lidl da un nuevo impulso al sistema Nutri-Score, una herramienta basada en publicaciones científicas que lo avalan y que cuenta con el apoyo de especialistas en nutrición y asociaciones de consumidores. Recientemente se ha optimizado su algoritmo para reforzar su efectividad en la clasificación de alimentos y bebidas y ganar mayor precisión en sus

puntuaciones, así como mayor coherencia en las recomendaciones nutricionales.

Esta decisión, que busca ofrecer una mayor transparencia en la información nutricional y mejorar la experiencia de compra de los clientes en la tienda, se complementa con el ambicioso objetivo de la cadena de supermercados de mejorar la composición nutricional de más del 50% de sus productos, enfocándose especialmente en la reducción de sal y azúcar, así como en la mejora del perfil nutricional general de su surtido, respondiendo así a la creciente demanda de los consumidores por adquirir alimentos más saludables.

En este sentido, Lidl, que en 2020 se convirtió en el primer supermercado en reformular el 10% de su surtido de marca propia en España, también se ha marcado el objetivo de reducir hasta un 20% el contenido de azúcar y sal en su surtido hasta 2025, un compromiso que vehicula a través de la Estrategia NAOS (Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad) de AESAN.

Lidl, líder en la promoción de una alimentación saludable y sostenible

Además de su compromiso con la mejora nutricional y la transparencia de sus productos, la compañía, consciente del papel crucial que desempeña en el abastecimiento de los hogares, está reduciendo la presencia de sal, azúcar o ácidos grasos saturados en su oferta. Asimismo, apuesta por el producto de proximidad, de temporada y si es posible, ecológico, y ofrece soluciones a aquellos consumidores que piden una alimentación más consciente, incorporando nuevos productos de su marca propia vegetariana y vegana Vemondo. Con el mismo objetivo, Lidl ha potenciado las fuentes de proteína vegetal en su surtido, en línea con el concepto de la Dieta Planetaria de la Salud, un enfoque alimentario diseñado para promover la salud humana y la sostenibilidad ambiental.

Como principal comprador de fruta y verdura en España y cliente número uno de la huerta nacional, Lidl trabaja para responder de la mejor manera posible a las necesidades nutricionales de sus clientes y continúa ofreciendo una amplia variedad de productos a precios competitivos. La cadena de distribución, que en 2023 alcanzó cifras inéditas de compras de alimentos frescos de origen nacional en nuestro país superando los 3.100M€, - un 4% más que en 2022 -, contribuye no sólo a fomentar una alimentación más saludable entre los consumidores, sino al desarrollo sostenible de la industria agroalimentaria española.

Con estas iniciativas, Lidl no solo mejora la calidad de su surtido, sino que también refuerza su posición como un referente en la promoción de una alimentación saludable y sostenible, que sea accesible para todos los consumidores gracias a la mejor relación calidad-precio de su surtido.

**Más información sobre la apuesta de Lidl por Nutri-Score y la transparencia alimentaria:*
<https://empresa.lidl.es/sostenibilidad/bueno-para-las-personas/fomentar-la-salud/nutriscore>

El compromiso de Lidl con España

Desde su responsabilidad como gran empresa, Lidl trabaja más que nunca para reforzar su compromiso con España y contribuir de forma decidida al desarrollo económico, laboral y social del país. En este sentido, la compañía continúa generando riqueza en todo el territorio gracias a la apertura de nuevas tiendas y plataformas logísticas, la creación de nuevos puestos de trabajo estables y de calidad y la compra de más producto nacional y regional, impulsando e internacionalizando los negocios de sus proveedores. Todo ello estando cerca de los colectivos más vulnerables con proyectos que permiten mejorar sus vidas, sin renunciar en ningún momento a la sostenibilidad como eje principal de su actividad y ofreciendo siempre la cesta de la compra más barata a sus clientes.

Acerca de Lidl

Lidl es una cadena de distribución alimentaria con presencia desde hace 30 años en España, donde gracias a la creciente confianza de sus clientes ya es el tercer operador del sector por cuota de mercado. Hoy en día, cuenta con una red de más de 680 tiendas y 13 plataformas logísticas y con una plantilla de más de 18.500 personas. Lidl también colabora estrechamente con unos 900 proveedores nacionales a los que ya compra producto por valor de más de 7.400 M€ anuales, exportando más de la mitad.

Lidl Supermercados es la filial en España de la alemana Lidl Stiftung, compañía integrada a su vez en el Grupo Schwarz, el cuarto operador mundial en el ámbito de la distribución alimentaria. Actualmente, Lidl como grupo es la cadena de supermercados líder en Europa y está presente en una treintena de países en el mundo, con una estructura de más de 12.350 establecimientos y 225 centros logísticos y con una plantilla de más de 375.000 personas.

Para más información

Gabinete de Prensa – Lidl España
93 576 14 44
prensa@lidl.es

