



NOTA DE PRENSA

Lidl lanza el Carrito de Lidl, un carrito de la compra personalizable y con los icónicos colores de la marca



El Carrito de Lidl, de edición limitada, estará disponible a partir del próximo lunes 11 de noviembre en todas las tiendas Lidl y en Lidl.es, por 19,99€.

Lidl estrena también un nuevo concepto de marca, La Molería, que agrupará los productos más queridos por los fans de la compañía y que reafirma la capacidad de Lidl de convertir productos cotidianos en objetivos de lo más cool.

Madrid, 8 de noviembre de 2024- El fenómeno fan de Lidl ya tiene nombre propio: **la Molería**. Desde los icónicos productos con los colores corporativos de la marca, hasta los más sorprendentes y diferenciales por su diseño o funcionalidad, este nuevo concepto paraguas agrupará de ahora en adelante los productos más molones de la compañía. Además, este concepto llega de la mano de un lanzamiento original y revolucionario: **el Carrito de Lidl**.

Bajo el claim **“Un producto de La Molería de Lidl”**, la compañía busca sorprender a todos sus clientes con la solución perfecta para los que quieren convertir el proceso de hacer la compra en toda una experiencia. El **Carrito de Lidl** estará **disponible a partir del próximo lunes, 11 de noviembre** en las más de **680 tiendas de Lidl en España** y en [su página web](#) por sólo **19,99€** y con un **descuento adicional de 5€** al adquirirse utilizando la aplicación Lidl Plus.

Con este lanzamiento, Lidl reafirma en clave de humor **su capacidad de decidir qué mola y qué no**, convirtiendo productos de lo más cotidianos en molones, siendo el Carrito de Lidl el perfecto ejemplo de ello.

mascota o la **colección festivalera Lidl Hype**, que **legitiman la capacidad que tiene Lidl para conseguir que sus productos molen**.

Y es que, a lo largo de los últimos años, **Lidl ha logrado forjar un vínculo único con sus clientes** gracias a la originalidad y calidad de sus lanzamientos, creando un fenómeno que va más allá de una compra rutinaria en el supermercado. En este sentido, el concepto de **La Molería** agrupa los **productos más icónicos de la compañía**, que por su diseño, su viralidad o su capacidad de convertirse siempre en los favoritos de los clientes, se han ganado ya un lugar en el podio de los productos más *cool* de Lidl. Ello incluye desde los **productos de las colecciones Lidl Fan** hasta **productos tan sorprendentes como la manta de Lidl o la lámpara solar decorativa para exterior**.

Todos los productos de **La Molería** estarán disponibles en su **propia página web dentro de [lidl.es](https://www.lidl.es)**. El fenómeno fan de Lidl es ahora más fuerte que nunca.

Ficha técnica de la campaña:

- **Anunciante:** Lidl España
- **Campaña:** El carrito de Lidl
- **Fecha de lanzamiento:** 9 de noviembre de 2024
- **Agencia creativa:** Cuinlab
- **Director creativo:** Javi Orovio
- **Equipo de cuentas:** Marta Navarro, Daniel Conde y Gerard Bou.
- **Equipo creativo:** Gonzalo Bagnasco, Javier Fernández, Xavi Bernabé, Laura Bellido, Adrià Segurana, Marc Fernández, Miguel de Llobet, Andrés Ibañez, Albert Terré y Francia Dykstra.
- **Equipo de estrategia:** Marc Sanz y Javi Orovio.

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 sigue generando valor compartido en todo el territorio a través de la apertura de nuevas tiendas y plataformas logísticas, la creación de empleo estable y de calidad, y la compra de producto nacional y regional - impulsando e internacionalizando los negocios de sus proveedores-. Todo ello estando cerca de colectivos vulnerables con proyectos que permiten mejorar sus vidas y sin renunciar en ningún momento a la sostenibilidad como factor clave en toda su actividad, para ofrecer siempre la mejor relación calidad-precio 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, la empresa 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, con una estructura de más de 12.350 establecimientos y más de 220 centros logísticos y con un equipo de más de 375.000 personas.

Para más información

Gabinete de Prensa – Lidl España

93 576 14 44

prensa@lidl.es