

NOTA DE PRENSA

La cadena nombra a Antonio Alarcón nuevo director general de Cliente y Marketing

Lidl España refuerza su estructura directiva con una nueva Dirección General centrada en el cliente

- ***Con una sólida trayectoria en Lidl y en el sector de gran consumo, Antonio Alarcón se incorpora al Comité de Dirección de la compañía para liderar áreas clave como Marketing, Experiencia de Cliente y e-Commerce***
- ***La promoción de Alarcón refuerza el compromiso de Lidl con el crecimiento interno, respaldado por un sólido programa de formación. Solo en el último año, la compañía ha realizado más de 1.000 promociones internas, una cifra que se eleva a más de 4.100 en los últimos cinco años***

Barcelona, 15 de julio de 2025.- Con el objetivo de disponer de una estructura organizativa aún más alineada con su propósito de convertirse en la primera opción para los clientes y reforzar su compromiso de situarlos en el centro de todas sus decisiones, Lidl España ha reestructurado su Comité de Dirección mediante la creación de una nueva Dirección General de Cliente y Marketing.

Para liderar esta nueva área estratégica, la compañía ha nombrado a Antonio Alarcón, profesional con cerca de una década de experiencia en Lidl y una sólida trayectoria en el sector de gran consumo dirigiendo áreas vinculadas a la experiencia de cliente como Marketing, Digital, CRM y e-Commerce. Además de estas áreas, se suman a su responsabilidad la gestión de la experiencia de cliente en los canales de venta, así como los equipos de Atención al Cliente, ahora desde el Comité de Dirección de Lidl en España.

Con esta reorganización, Lidl refuerza una palanca clave para el desarrollo de su negocio, dotándola de la estructura y liderazgo necesarios para continuar impulsando su crecimiento en un entorno cada vez más exigente.

Claus Grande, CEO de Lidl España, ha declarado: *“Con la creación de esta nueva Dirección General damos un paso firme hacia una organización aún más centrada en el cliente, reforzando además un área clave para el desarrollo de nuestro negocio. Antonio aporta la visión, el liderazgo y la experiencia necesarias para consolidar nuestra ambición de ser la primera elección del consumidor español”.*

Por su parte, **Antonio Alarcón, nuevo director general de Cliente y Marketing**, ha manifestado: *“Es un orgullo asumir esta responsabilidad y seguir contribuyendo al crecimiento de Lidl en España. Tenemos un gran equipo y el reto ilusionante de potenciar la marca Lidl entre los consumidores españoles para que nos perciban como una marca cercana, y de ofrecerles una experiencia de compra excelente que responda a sus necesidades y les ayude a llevar una vida saludable y sostenible.*

Con este movimiento, Lidl apuesta de nuevo por el talento interno y la promoción desde dentro. En los últimos cinco años, la compañía ha realizado más de 4.100 promociones internas, y solo en el último año, más de 1.000, consolidando así su compromiso con el desarrollo profesional de sus empleados. La enseña cuenta, desde 2005, con un programa formativo orientado a futuros directivos y diseñado para detectar perfiles con capacidades de alta dirección y acompañarlos desde un planteamiento transversal e internacional, complementado con formación en escuelas de negocio externas de gran prestigio.

-

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 decisiva al desarrollo económico 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 –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 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 700 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 unos 14.200 establecimientos, más de 220 centros logísticos y con un equipo de unas 595.000 personas, guiado por los valores de desempeño, respeto, confianza, humildad y pertenencia.

Para más información

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

