



Lidl presenta su surtido navideño a través de un menú que reinterpreta las recetas tradicionales y pone en valor el producto fresco de calidad

Para estas navidades, Lidl propone un menú con la mejor relación calidad-precio compuesto por crema de verduras asadas, merluza gratinada, magret de pato y un coulant de turrón y pistacho, con un coste de 14€ por persona.

El surtido navideño de Lidl para este año está compuesto por más de 600 productos entre los que se encuentran preparados cárnicos, embutidos, patés y foie, marisco, salmones y salazones, quesos, turrones y dulces navideños, además de las icónicas marcas Deluxe y Favorina.

La campaña global de Lidl para estas fechas invita a las personas a vivir cada día del año como si fuera Navidad bajo el lema "lo maravilloso vale la pena cada día".



Descarga las imágenes aquí.

Madrid, 19 de noviembre de 2025 – En unas fechas en las que los hogares españoles se preparan para compartir los momentos más esperados alrededor de la mesa, **Lidl arranca su campaña de Navidad** poniendo el acento en la **calidad y el ahorro**.

La Navidad es una época en la que **el gasto en alimentación y bebidas se incrementa** de manera significativa. Según datos de Kantar Worldpanel, en las últimas 4 semanas del año, el mercado experimenta un **repunte del 16% en valor** respecto al promedio anual. Este repunte viene dado, en gran parte, por la categoría de productos frescos.

Según la misma fuente, en 2024 el gasto de los españoles en **productos frescos** (fruta, verdura, carne, pescado y productos de panadería) supuso un **33% del total de la cesta de la compra**, una cifra que se ha mantenido estable en los últimos 3 años. Si además tenemos en cuenta categorías como el marisco, los dulces navideños, los platos preparados, el queso, los embutidos y los vinos y espumosos,



productos típicos en estas fechas, el **peso de estos productos en las cestas navideñas de los españoles es del 45% (2024)**.

Ante esta situación, los consumidores ajustan sus hábitos de compra. Según datos de AECOC Shopperview, **el 56% de los consumidores españoles adelantará sus compras, un 54% se decantará por productos más baratos y un 50% elegirá la marca de distribuidor**. Adicionalmente, uno de cada tres consumidores valora comprar menos cantidad de carne y pescado para ahorrar.

Para hacer frente a esta situación y acompañar a sus clientes en un momento clave para el consumo, **Lidl presenta un año más un surtido navideño compuesto por más de 600 productos** de alimentación como carne, marisco y embutidos, además de las icónicas marcas **Deluxe y Favorina**. Una propuesta con la **mejor relación calidad-precio**, diseñada para ayudar a las familias a disfrutar de estas celebraciones sin renunciar al ahorro. Para dar a conocer este surtido, la compañía celebró ayer un acto de presentación en el Museo del Ferrocarril de Madrid que contó con el presentador **Jorge Fernández** como maestro de ceremonias.



El menú navideño de Lidl por tan solo 14€ por persona

Para presentar su surtido navideño de este año, Lidl propone un **menú elaborado íntegramente con productos de la compañía**, donde los protagonistas son los **productos frescos** de máxima calidad. Recetas inspiradas en clásicos navideños con toques contemporáneos que ofrecen una **experiencia gastronómica completa por menos de 14€ por persona**. Con este menú, Lidl rinde un homenaje a los productos de siempre como el pato, la merluza y el turrón, mientras pone en valor una cocina emocional y cercana que puede disfrutarse durante todo el año, no solo en Navidad.

El entrante de este menú consiste una **crema de verduras asadas** protagonizada por la **calabaza**, de origen español y en temporada durante los meses de septiembre, octubre y noviembre. Una receta que permite potenciar el máximo sabor de las verduras gracias al asado y que se puede complementar con **garbanzos salteados** como *topping* para aportar una fuente adicional de proteínas de origen vegetal. El resultado es un plato completo, saludable y repleto de sabor.



Como primer plato, Lidl propone unos **lomos de merluza gratinados con bechamel de puerro**. Un plato que combina una bechamel elaborada con ingredientes como puerros, espárragos y mantequilla con unos **lomos de merluza procedente de pesca sostenible certificada por MSC**. Para emplatarlo, Lidl propone espolvorear la merluza con perejil y decorar con **espárragos blancos**, logrando así un plato saludable que combina clásicos navideños imprescindibles.



A continuación, Lidl propone una combinación de un clásico tradicional navideño con un toque moderno. Consiste en un **magret de pato con una guarnición de verduras, salsa de naranja y un puré de zanahoria caramelizada**. Un plato donde el **magret de pato de máxima calidad** es el protagonista, y se complementa con los sabores de las **verduras salteadas al dente**, una **salsa de naranja** reinventada que combina soja y miel para aportar un contraste perfecto entre el dulce, ácido y salado, y finalmente un **puré de zanahorias** suave y sedoso que aporta el broche final.





El menú navideño de Lidl culmina con un **postre** que fusiona sabores tan conocidos como el del turrón blando con otros sabores en tendencia como el pistacho. Se trata de un **coulant elaborado con el turrón blando Favorina de Lidl** bañado en una **salsa de chocolate blanco y pistachos** y espolvoreado con **arándanos y trozos de barquillo crujiente**. El resultado es un postre que combina dulzor, cremosidad y un toque crujiente de forma irresistible.



Para maridar este menú, Lidl propone el vino blanco **Tabagonia Rías Baixas Albariño** (8,39 €), el vino tinto **Finca La Cruz D.O. Ribera del Duero** (8,49 €) y, para acompañar el postre, el **cava Amorany** (6,99 €).

Para facilitar la elaboración paso a paso de este menú, **las recetas completas estarán disponibles en el [canal de YouTube de Lidl](#)**, donde la marca ya cuenta con más de medio millón de suscriptores y 500 millones de visualizaciones, consolidándose como la cadena de distribución líder en esta plataforma.

Un surtido completo y variado para unas Navidades llenas de sabor

El surtido navideño de Lidl para este año cuenta con **más de 600 productos**, de los cuales **casi la mitad pertenecen a su icónica marca Deluxe**, y más de un centenar son **nuevos lanzamientos**. La propuesta de Lidl está encabezada por **productos frescos**, categoría clave en esta época, que se complementan además con el **surtido permanente** de la compañía, disponible todo el año.

Esta oferta incluye **carne fresca** de origen español, **pescado y marisco** procedentes de pesca sostenible y **vinos y espumosos** reconocidos en la prestigiosa Guía Peñín, que ahora se complementan con un surtido adicional compuesto por preparados cárnicos, embutidos, patés y foie, salmones y salazones, quesos, turroneos y dulces navideños, además de los productos de las marcas propias de Lidl **Deluxe y Favorina**.

Los consumidores podrán encontrar productos como:

- **Carne fresca:** redondos de cerdo, pollo y pavo rellenos, codorniz y pato.
- **Embutidos y patés:** jamón de pato, paleta ibérica, salchichón ibérico, mousse de pato, foie gras y patés de caza.
- **Pescado, marisco, salmones y salazones:** salmón en hojaldre, bogavante, langostinos, carabineros, pulpo, mejillones, anchoas, huevas y salmón ahumado.



- **Quesos:** quesos rellenos, quesos en crema, Grana Padano, Tête de Moine, Flor de Esgueva, con trufa y al Pedro Ximénez.
- **Postres:** cremas, polvorones, mazapanes, bombones, barquillos, turrones, *panettones* y roscones.
- **Vinos y espumosos:** vinos blancos, tintos, rosados, cerveza de Navidad, espumosos y cavas.

En palabras de **Antonio Alarcón, director general de Cliente y Marketing de Lidl España**, *“En estas fechas, sabemos que factores como la calidad, la confianza y el ahorro son fundamentales a la hora de llenar las cestas de la compra. Nuestros consumidores buscan productos de la máxima calidad posible, en los que puedan confiar, y además teniendo en mente el ahorro como factor clave. Con nuestra propuesta para este año, queremos convertirnos en el aliado perfecto para que las familias puedan disfrutar de las reuniones alrededor de la mesa con total tranquilidad de que están tomando la mejor decisión de compra posible.”*



El surtido de Navidad de Lidl se complementa además con los **productos de bazar** que ofrece la compañía, como una selección de **más de 700 juguetes**, artículos de **decoración**, **jerséis navideños** (también para perros) y **productos para regalar**, incidiendo así en Lidl como un único destino donde los clientes podrán encontrar todo lo que necesitan para celebrar estas fiestas.

Un pan solidario con corazón, de la mano de Karlos y Joseba Arguiñano



Como parte de su compromiso con la sociedad y las personas, Lidl se ha aliado por segundo año consecutivo con **Karlos y Joseba Arguiñano** para lanzar una **acción solidaria** para estas navidades. En esta ocasión, la acción consistirá en el **lanzamiento de unos packs de 5 panecillos de centeno y arándanos** firmados por los embajadores de la cadena.



Los panecillos estarán disponibles a partir del próximo **lunes, 1 de diciembre** en las más de 700 tiendas de Lidl en España por un **precio de 0,99€**. El importe íntegro se donará a la **Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL)** con el objetivo de contribuir a paliar la pobreza alimentaria entre los colectivos en situación de vulnerabilidad.

En palabras de **Karlos Arguiñano, chef y embajador de Lidl**, *“En estas fechas, debemos pararnos a pensar en los que no podrán disfrutar de las fiestas como nosotros. Por eso, estoy orgulloso de unirme a Lidl por segundo año consecutivo para lanzar un pan solidario que ayudará a los bancos de alimentos en su labor tan importante para asegurar que a nadie le falte el pan en la mesa”*.

En palabras de **Joseba Arguiñano**, *“Este año hemos optado por un pan de centeno y arándanos, una versión más saludable pero igual de deliciosa. Y, además, con un propósito muy bonito. Esperamos que os guste”*.

Una invitación a vivir cada día como si fuese Navidad

La **campaña global de Navidad de Lidl** para este año, en emisión desde el pasado 2 de noviembre, supone una invitación a extender el espíritu de la Navidad a lo largo del año.

Bajo el lema **“lo maravilloso vale la pena cada día”**, la pieza principal narra, desde la óptica de la joven protagonista, cómo **en Navidad nuestra actitud y comportamiento cambian**: pensamos más en los demás, pasamos más tiempo con los nuestros, compartimos momentos alrededor de la mesa y nos tomamos las cosas con más sentido del humor. El spot reflexiona sobre cómo en esta época todos nos esforzamos para que cada día sea más maravilloso, y cómo podríamos **extender esta intención más allá de la Navidad**. Porque si viviésemos cada día como si fuera Navidad, **cada día valdría la pena**.



Un spot que se ameniza con la canción **Wouldn't It Be Nice de The Beach Boys**, un clásico lanzado en 1966 que transmite a la perfección la intención de la campaña de Lidl.

La campaña de Navidad de este año supone una continuación de la campaña global **"Lidl vale la pena"**, que refleja el compromiso de Lidl con acompañar a las personas en todos los momentos de su vida, ayudándolas a centrarse en lo que realmente importa.



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, la empresa cuenta con una red de más de 700 tiendas y 14 plataformas logísticas y con una plantilla de más de 19.700 personas. Lidl también colabora estrechamente con unos 860 proveedores nacionales a los que ya compra producto por valor de más de 7.900 M€ anuales, exportando más de la mitad.

Lidl Supermercados es la filial en España de la alemana Lidl Stiftung, compañía que forma parte del Grupo Schwarz, el cuarto operador mundial en el sector de la distribución alimentaria. Lidl como grupo es la cadena de supermercados líder en Europa y está presente en más de treinta países, con una estructura que incluye aproximadamente 12.600 establecimientos, más de 230 centros logísticos y una plantilla superior a 382.000 personas, guiada por los valores de pertenencia, respeto, humildad, confianza y desempeño.

Para más información:

Gabinete de Prensa - Lidl España

[Sala de Prensa - Lidl España](#)

E: prensa@lidl.es T: +34 93 576 14 44

