



Lidl Supplier Day 2026

Lidl reúne a 300 proveedores en su Supplier Day 2026 para impulsar nuevas oportunidades de crecimiento en España y Europa

- *Bajo el lema “Crecer juntos vale la pena”, la compañía ha celebrado la tercera edición de su encuentro de referencia para proveedores con el objetivo de fomentar la transparencia y el intercambio con sus proveedores actuales y potenciales*
- *Lidl tiene previsto seguir impulsando su expansión en España en los próximos años; solo este ejercicio prevé poner en marcha unas 50 tiendas entre nuevas aperturas y modernizaciones, lo que genera grandes oportunidades para que sus proveedores puedan ampliar su negocio con la cadena, ante la perspectiva de abastecer una red de establecimientos cada vez más elevada y que no deja de aumentar*
- *Presente en más de 30 países, Lidl es desde hace años una de las principales plataformas para la exportación de los productos españoles en Europa. Actualmente, más de la mitad de lo que compra en España lo distribuye internacionalmente*
- *En un contexto de volatilidad, el Grupo Schwarz (al que pertenece Lidl) se erige como un ecosistema de seguridad y una oportunidad de crecimiento únicos en Europa para sus socios comerciales, gracias a su soberanía operativa*

Barcelona, 4 de junio de 2026. Lidl ha reunido a 300 proveedores en la tercera edición de su **Supplier Day 2026**, un encuentro diseñado para compartir su visión estratégica con sus proveedores y generar nuevas oportunidades de crecimiento conjunto en España y Europa. En este evento, celebrado hoy en la Terminal D del Puerto de Barcelona bajo el lema “Crecer juntos vale la pena”, la compañía ha reunido a más de 600 asistentes, entre empresas proveedoras, potenciales socios y su equipo de compras, en una demostración de fuerza del modelo de colaboración que ha convertido a la cadena de supermercados en uno de los motores económicos del país. Además, ha contado con la participación del ICEX- Invest in Spain.

Muestra de ello es que en los últimos años se ha consolidado como el tercer operador del sector en el país y como un generador de riqueza muy relevante, aportando más de 9.200 M€ anuales al PIB español.



En este sentido, **Claus Grande, CEO de Lidl España**, destaca: *“Este encuentro refleja nuestro firme compromiso con el tejido productivo nacional, respaldado por tres pilares clave: el éxito de la marca propia; nuestro papel como gran plataforma exportadora de la marca España; y la garantía logística, tecnológica y de sostenibilidad del Grupo Schwarz, que actúa como una red de seguridad para ofrecer a nuestros socios oportunidades de crecimiento únicas en España y Europa”.*

Un modelo basado en la marca propia y en la colaboración con proveedores

El modelo de Lidl se basa en ofrecer siempre la mejor calidad al mejor precio, para que los clientes no tengan que elegir entre cuidar su bolsillo y acceder a buenos productos. Durante la jornada, Lidl ha puesto en valor el papel estratégico que desempeñan los proveedores en su modelo de marca propia, un modelo de éxito en Europa y también en nuestro país, donde casi 6 de cada 10 artículos que compran los españoles ya son de marca de distribuidor.

Desde su primera edición en 2023, el Lidl Supplier Day se ha consolidado como un espacio de **diálogo y colaboración** entre la compañía y las empresas proveedoras. Con esta jornada, Lidl reafirma su voluntad de seguir siendo un socio atractivo, estable y con proyección para sus proveedores, acompañándolos en ámbitos clave como la calidad, la sostenibilidad, la innovación, la eficiencia y la internacionalización.

“Nuestro éxito como empresa es también el éxito de nuestros proveedores. Ellos son quienes nos permiten ofrecer productos de calidad al mejor precio, innovar en el surtido y responder a las nuevas necesidades del consumidor. Queremos que vean en Lidl un socio integral que les exige, acompaña y aporta estabilidad y oportunidades de crecimiento para llegar más lejos”, ha señalado **Carlos González-Vilardell, director general de Compras y Comercial de Lidl España**.

La compañía tiene previsto seguir impulsando su expansión en España en los próximos años; solo este ejercicio prevé poner en marcha unas 50 tiendas entre nuevas aperturas y modernizaciones. Este hecho genera grandes oportunidades para que sus proveedores puedan incrementar su volumen de negocio con Lidl, ante la perspectiva de abastecer una red de establecimientos cada vez más elevada y que no deja de aumentar.

Una plataforma estratégica para el producto nacional

El impacto de Lidl en la industria nacional trasciende el mercado doméstico. A día de hoy, más de la mitad de lo que la compañía adquiere a sus proveedores españoles, se exporta. Aprovechando la capilaridad de su extensa red de tiendas internacionales, Lidl actúa como un canal estratégico de internacionalización para el tejido productivo local. De este modo, la compañía facilita a los fabricantes el acceso a nuevos mercados y lleva el nombre y la calidad de la “Marca España” a millones de consumidores en el extranjero, ejerciendo de motor clave para el empleo y la economía nacional.

En un contexto global marcado por la volatilidad, Lidl ha querido transmitir un mensaje de absoluta garantía a sus socios, mostrando la fortaleza del ecosistema del **Grupo Schwarz**, al que pertenece. Con unas ventas netas globales de 175.000 millones de euros y una red de 14.200 tiendas en 32 países, el grupo se erige como una red de seguridad que permite a la cadena de supermercados y a sus proveedores operar con fortaleza, estabilidad y capacidad de crecimiento en un entorno cada vez más exigente.



Representantes de distintas divisiones del grupo —como **Schwarz Digits, Tailwind y PreZero**— han participado en la jornada para demostrar cómo este modelo de "soberanía operativa", único en Europa (que abarca desde el *retail* y la logística, hasta la digitalización y la gestión de residuos), permite a la compañía absorber impactos externos, asegurar la cadena de suministro y proteger el negocio de sus proveedores.

Un evento Residuo Cero

Como reflejo de su apuesta por la sostenibilidad y de la exigencia que la compañía aplica a su propia marca, esta tercera edición del Lidl Supplier Day ha sido certificada como un evento **Residuo Cero**, reforzando así el ADN de la compañía y poniendo el foco en una gestión más sostenible y responsable en toda su cadena de valor. En colaboración con **PreZero**, la división medioambiental del Grupo Schwarz, la jornada ha incorporado medidas específicas para minimizar, separar y valorizar los residuos generados durante el evento, fomentando la economía circular y reduciendo al máximo su impacto ambiental.

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 más de 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

