



Lidl-Trek presenta en Barcelona al equipo que pedaleará en esta edición del Grand Tour francés

El equipo refuerza este año una de las escuadras más versátiles y dominantes del panorama internacional con las nuevas incorporaciones de ciclistas como el español Juan Ayuso y el canadiense Derek Gee-West.

Desde 2025, Lidl es ya el accionista mayoritario del equipo ciclista, un hito que refuerza el compromiso de la cadena de supermercados con el deporte como motor del cambio y promotor de la salud.

Del 1 al 6 de julio, Barcelona será el escenario de diversas activaciones del equipo que incluyen la creación de una zona para fans con diferentes actividades pensadas para promover el deporte y la alimentación consciente.



BARCELONA, 29 de junio de 2026 – En el marco de la salida de la carrera ciclista más importante del mundo, cuyo inicio tendrá lugar el próximo sábado, 4 de julio en Barcelona, **Lidl ha presentado la formación del equipo Lidl-Trek que participará este año en el Grand Tour francés.** Concretamente, los ciclistas que formarán equipo para disputar el maillot amarillo en la mítica ronda francesa serán: **Juan Ayuso (España), Mads Pedersen (Dinamarca), Derek Gee-West (Canadá), Carlos Verona (España), Toms Skujins (Letonia), Mathias Vacek (Chequia), Mattias Skjelmose (Dinamarca), Quinn Simmons (EEUU).**

Desde el inicio de la alianza con Lidl en 2023, el Lidl-Trek ha experimentado una evolución espectacular hasta consolidarse como **una de las escuadras más versátiles y dominantes del panorama internacional**, incorporando además este año nuevos talentos como el español **Juan Ayuso** y el canadiense **Derek Gee-West**. Estos fichajes evidencian la robustez del equipo, que cerró el 2025 en tercera posición del ranking global UCI, y la ambición de situarse en los podios de las principales competiciones ciclistas.

La estructura del Lidl-Trek, compuesta por un total de **64 ciclistas**, de los cuales 57 proceden de países donde opera la cadena de supermercados, se distribuye en tres equipos: el **equipo masculino** (30 ciclistas), el **femenino** (19 ciclistas) y el **equipo de desarrollo Lidl-Trek Future Racing** (15 ciclistas). Esta formación demuestra su apuesta por el talento de primer nivel, incluyendo campeones consolidados de la talla de **Jonathan Milan, Mads Pedersen y Giulio Ciccone** para el equipo masculino y **Elisa Balsamo, Gaia Realini y Shirin van Anrooij** para el equipo femenino, además de su apoyo al desarrollo de futuros talentos en su camino hacia la élite mundial del UCI World Tour, como es el caso del español **Héctor Álvarez**.

Combinando la precisión tecnológica de Trek con el músculo estratégico de Lidl, el conjunto ha construido un bloque sumamente competitivo y multidisciplinar, que busca posicionarse como un **referente para ciclistas de élite, jóvenes promesas y empleados cualificados a nivel internacional**.

Adicionalmente, en 2025 Lidl y Trek Bicycle Corporation anunciaron un paso más en su alianza estratégica con la **adquisición de una participación mayoritaria del equipo por parte de la cadena de supermercados**. Con Trek conservando una participación significativa, esta unión más sólida y ambiciosa se orienta directamente hacia un único objetivo: **convertirse en el equipo más exitoso en el ciclismo de carretera internacional**, manteniendo siempre el espíritu de equipo y la pasión por la competición. Esta reestructuración tiene como ejes principales garantizar e incrementar el éxito deportivo, potenciar la visibilidad global de la marca y profundizar en el mensaje corporativo de salud y sostenibilidad.

Entre las iniciativas previstas, destaca la **creación de un centro de alto rendimiento** centrado en salud, recuperación y análisis de datos, así como el refuerzo del equipo de desarrollo. Además, Lidl seguirá siendo el **Patrocinador Oficial de Alimentos Frescos**, proporcionando al equipo un suministro constante de productos frescos entre los que destacan la fruta y verdura, para proporcionarles la energía y nutrición necesarias para afrontar con éxito los desafíos de la competición.

Mediante la promoción del talento joven, la igualdad de oportunidades y el fomento de un estilo de vida más activo, el Lidl-Trek se proyecta no solo como una escuadra deportiva, sino como un **movimiento que une comunidades e impulsa un cambio positivo** para las personas y el planeta.

Thomas Rohregger, vicepresidente de asociaciones de marca y responsable de ciclismo en Lidl Stiftung & Co. KG: *"Ver al Lidl-Trek prepararse para el Grand Tour francés como uno de los mejores equipos del mundo es un momento de gran orgullo para nosotros. Nuestra profunda alianza y nuestra visión compartida a largo plazo han sentado las bases estructurales para traducir la excelencia organizativa de Lidl directamente en un éxito deportivo sostenido. La Gran Salida de este año en Barcelona y el Grand Tour francés nos proporcionan el escaparate definitivo: no solo estamos aquí para luchar por el maillot amarillo y las victorias de etapa, sino para inspirar un estilo de vida activo y demostrar que una alimentación consciente puede ser accesible y asequible para todos".*

Juan Ayuso, corredor español del equipo Lidl-Trek, ha declarado: *"Estos próximos días se tratará de afinar, mantener la concentración y confiar en que el trabajo que estamos haciendo nos llevará a la línea de salida del Tour de Francia en la mejor forma posible. Sé que llevaremos un grupo fuerte de ciclistas a Barcelona y tengo mucha confianza en que, juntos, podemos hacer una gran carrera, empezando por la contrarreloj por equipos de la primera etapa. Será muy especial para mí tener la Gran Salida en mi país, escuchar al público español, sentir esa energía desde los primeros kilómetros y hacerlo juntos como equipo, luchando codo con codo. Este será mi primer Tour de Francia con el Lidl-Trek y me enorgullece representar a dos marcas tan cercanas a tantas personas, que ves a diario en casi cualquier barrio. Esto le da a este viaje un significado que va mucho más allá del ciclismo".*



Antonio Alarcón, director general de Cliente y Marketing de Lidl España, comenta: *"Que el arranque de la carrera ciclista más famosa del mundo sea en Barcelona, ciudad donde también está*

ubicada nuestra sede nacional, es todo un orgullo y también una gran oportunidad para nosotros para transmitir la pasión por el deporte y la alimentación consciente a nuestros consumidores. A través del Lidl-Trek, queremos inspirar a las personas a llevar un estilo de vida más activo y saludable, apostando por un deporte accesible como es el ciclismo, y también por fomentar una dieta equilibrada a través de nuestro surtido de productos frescos”.

La apuesta de Lidl por las alianzas deportivas como motor de cambio

Desde grandes eventos deportivos hasta competiciones locales, el deporte inspira a las personas a mantenerse activas. El apoyo al Lidl-Trek es una prueba más de la apuesta de Lidl por **las alianzas deportivas como motor de cambio y promotor de la salud**, inspirando a sus consumidores a llevar un estilo de vida más activo a través del deporte y de una **alimentación consciente** basada en una dieta equilibrada y saludable.

Lidl también reconoce cómo el deporte promueve **valores fundamentales como el trabajo en equipo y la igualdad**, y cuenta con la capacidad de **unir a las personas** de distintas generaciones y comunidades, una visión que se refleja en el lema de la campaña **“Ganas de más”**. Además, a través del **apoyo al deporte femenino**, la compañía ejemplifica su compromiso con el empoderamiento femenino a través del apoyo equitativo, la visibilidad y las oportunidades para las mujeres atletas.

De la misma manera que los productos Lidl son accesibles para todos, **el ciclismo es un deporte universal y válido para cualquier persona** que quiera llevar una vida más activa. La bicicleta es además un modo de transporte saludable y medioambientalmente consciente.

Democratizar la alimentación consciente a través del deporte

La alimentación es uno de los pilares fundamentales para quienes practican deporte, ya sea profesionalmente o a nivel *amateur*, y para todas las personas que apuestan por un estilo de vida activo y saludable.

A través de su estrategia de Responsabilidad Social Corporativa la cadena de supermercados fomenta una **alimentación consciente**, haciéndola accesible y asequible para todos los consumidores, al mismo tiempo que trabaja en reducir el impacto medioambiental de la cadena alimentaria. Como parte de este compromiso, Lidl adopta el modelo de la **Dieta Planetaria Saludable** que promueve un consumo mayoritario de vegetales, frutas, legumbres y cereales integrales para nutrir a la población creciente minimizando el impacto en el planeta.

La compañía trabaja desde 2015 en un programa propio de mejora nutricional a través del cual **ya ha reformulado más de 800 productos reduciendo la presencia de sal y azúcar**. Además, está trabajando en ampliar su gama de productos integrales, con el compromiso de **ofrecer al menos una alternativa de grano integral en todas las familias de producto relevantes para 2030**, y alcanzar una **proporción de cereales integrales de hasta el 20%** en toda esta categoría.

En cuanto a alimentación sostenible, Lidl se compromete a **ampliar su oferta de alimentos vegetales para 2050**, así como a **aumentar hasta el 20% la proporción de proteínas de origen vegetal** en todo su surtido para 2030. La compañía también trabaja para mejorar la claridad y transparencia del etiquetado de sus productos a través de iniciativas como la **eliminación de elementos visuales diseñados para atraer la atención del público infantil** en más de 60 envases.

Barcelona, el escenario de la gran salida ciclista más famosa del mundo

Con el objetivo de inspirar a los aficionados al ciclismo y a todas las personas a formar parte de este hito histórico, **Lidl-Trek convertirá la ciudad de Barcelona en el escenario de diversas acciones** relacionadas con el ciclismo y la alimentación consciente.



Entre las activaciones planificadas por la cadena de supermercados, destaca la **creación de un espacio de más de 300m2 ubicado en el Moll de la Barceloneta** dirigido a fans de todas las edades que estará **abierto al público del 2 al 5 de julio**. En este espacio exclusivo, los asistentes podrán disfrutar de diversas actividades como talleres y charlas, participar en retos con las bicicletas Trek, degustar los productos frescos de Lidl a través de su original bar de batidos de frutas y también conseguir merchandising oficial del Lidl-Trek.

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 730 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 12.900 establecimientos, más de 230 centros logísticos y una plantilla superior a 395.000 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

