



Alimentación Consciente

Lidl y La Patrulla Canina®: cuando los héroes infantiles inspiran una alimentación más saludable a través de aventuras llenas de diversión

- **A partir de este viernes 14 de agosto, Lidl lanza un mensaje claro con su nueva colaboración con La Patrulla Canina®: en España y en otros 29 países, los personajes de la popular franquicia infantil aparecerán por primera vez en productos de alimentación de marca propia Lidl que cumplen tanto los criterios nutricionales de la OMS como los requisitos adicionales de la cadena**

Barcelona, 13 de agosto de 2026.- ¿Y si personajes tan populares como Ryder, Chase y los cachorros de La Patrulla Canina® ayudaran a llenar la cesta de la compra con opciones más saludables? Gracias a Lidl, esto es posible: a partir de este viernes 14 de agosto, la cadena se alía con La Patrulla Canina® y, por primera vez, incorpora una franquicia global infantil a una selección de productos de alimentación de marca propia que cumplen tanto los criterios nutricionales de la OMS como los requisitos propios de Lidl. La campaña se lanza coincidiendo con el reciente estreno en cines de *La Patrulla Canina: la Dino Película®* de Paramount Pictures y está dirigida a familias de 30 países europeos.

Productos atractivos para niñas y niños y en los que las familias pueden confiar

En el día a día familiar, ofrecer una alimentación saludable a los más pequeños no siempre es sencillo. Por este motivo, resulta aún más importante contar con productos que llamen la atención de niñas y niños y que, al mismo tiempo, sean opciones de confianza para las familias. Ese es precisamente el objetivo de esta colaboración: la imagen de La Patrulla Canina® aparece en Lidl exclusivamente en productos de marca propia que cumplen los criterios nutricionales de la Organización Mundial de la Salud (OMS), así como los requisitos propios de Lidl. Para ello, se ha ajustado la composición nutricional de productos populares de marca propia Lidl del surtido de alimentación. Además, la iniciativa también incluye frutas y verduras frescas, con el objetivo de inspirar a niñas y niños a seguir una alimentación equilibrada.

Stefan Haensel, responsable de Quality & Sustainability en Lidl Stiftung & Co. KG, señala: “Somos conscientes de la importancia de nuestro rol como cadena de distribución alimentaria en el día a día de las familias. También entendemos los retos que implica preparar comidas saludables para los más pequeños de la casa. Precisamente por eso, queremos ponérselo más fácil. Con la campaña de La Patrulla Canina®, utilizamos fórmulas divertidas y lúdicas para inspirar a las niñas y niños a comer de forma más saludable, ofreciendo productos en los que las familias pueden confiar. Seguimos un principio claro: nuestros productos de marca propia dirigidos al público infantil solo llegan a los lineales si cumplen los estrictos criterios establecidos por la OMS, así como los requisitos de Lidl. Así contribuimos a que sea más sencillo comer de forma saludable”.

Massimo Tortora, responsable de Trade & Promotion en Lidl Stiftung & Co. KG, añade: “Con La Patrulla Canina®, en Lidl aprovechamos el atractivo de una de las franquicias infantiles más populares del mundo y la colaboración de un socio internacional tan sólido como Paramount para acompañar tanto a las niñas y niños como a sus familias hacia opciones más saludables en su día a



día. De este modo, integramos de una forma lúdica una alimentación más consciente en la cesta de la compra y la visita a la tienda se convierte en una experiencia compartida para pequeños y mayores”.

A partir de agosto de 2026, los productos de alimentación infantil de marca propia Lidl solo se comercializarán si cumplen tanto los criterios nutricionales de la OMS como los requisitos propios de la cadena. De este modo, la compañía limitará este tipo de propuestas infantiles a productos que cumplan unos criterios claramente definidos. La colaboración va más allá de una campaña puntual: desde 2023, Lidl ya no realiza publicidad dirigida al público infantil de productos de marca propia que no cumplen estos criterios. Ahora, la alianza con La Patrulla Canina® da visibilidad a este principio, con excepciones limitadas a promociones estacionales claramente definidas, como Navidad, Semana Santa y Halloween.

Lidl responde a los retos reales de las familias

El 25% de la población infantil en Europa presenta sobrepeso¹. Para hacer frente a esta realidad, Lidl apuesta por productos asequibles para todo el mundo y una comunicación cercana y útil, pensada para facilitar el día a día de las familias. La colaboración forma parte de la estrategia internacional de RSC “Alimentación Consciente”, que la compañía impulsa hasta 2030. Su marco de referencia es la Dieta Planetaria Saludable, un modelo de alimentación con base científica que integra salud y sostenibilidad respetando los límites del planeta.

Durante 10 semanas, a partir del 14 de agosto, la campaña estará activa en España y contará con los personajes de La Patrulla Canina® para promocionar productos de alimentación de marca propia Lidl, así como frutas y verduras frescas, con el objetivo de inspirar a familias, niñas y niños a elegir productos más saludables. Más información sobre la campaña disponible [aquí](#).

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 20.000 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.

¹ WHO European Childhood Obesity Surveillance Initiative (COSI): *report on the sixth round of data collection, 2022-2024*. Copenhagen: Oficina Regional de la OMS para Europa; 2025.



Sobre Paramount Products & Experiences

Paramount Products & Experiences supervisa todas las licencias, merchandising y experiencias en espacios físicos de Paramount, una compañía de Skydance Corporation (Nasdaq: PSKY), empresa global líder de medios y entretenimiento de nueva generación. La división da vida a franquicias icónicas y personajes muy queridos a través de productos innovadores y experiencias inmersivas en categorías como juguetes, moda, publicaciones, alimentación y bebidas, parques temáticos, hoteles, cruceros, atracciones y entretenimiento en vivo. Su portfolio global se apoya en contenidos de marcas como Nickelodeon, Paramount Pictures, CBS, MTV, Comedy Central y Paramount+, así como en franquicias favoritas del público como La Patrulla Canina, Bob Esponja, las Tortugas Ninja, Star Trek y Yellowstone. Para descubrir la gama de productos de consumo y merchandising de Paramount, visita ParamountShop.com.

Para más información:

Gabinete de Prensa - Lidl España

[Sala de Prensa - Lidl España](#)

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

