Nota de prensa

La cadena de supermercados amplía su compromiso con el ciclismo de España

Lidl será el nuevo patrocinador principal de La Vuelta y de otras cuatro grandes pruebas del ciclismo español con el objetivo de promover la vida activa y la alimentación saludable

- ***El acuerdo comenzará en 2027 e incluirá La Vuelta, La Vuelta Femenina, la Itzulia Basque Country, la Volta a Catalunya y la Clásica San Sebastián***
- ***Lidl, principal comprador de la huerta española, será el Patrocinador Oficial de Alimentos Frescos de las cinco pruebas***
- ***La cadena dará nombre a La Vuelta Femenina by Lidl, reforzando su compromiso por la igualdad en el deporte***

Barcelona, 4 de noviembre de 2026 – Lidl amplía su apuesta por el ciclismo español al convertirse en el Patrocinador Oficial de Alimentos Frescos (*Official Fresh Food Partner*) de cinco de las principales pruebas del calendario nacional: La Vuelta, La Vuelta Femenina, la Itzulia Basque Country, la Volta a Catalunya y la Clásica San Sebastián, gracias a la alianza sellada con Unipublic. El acuerdo comenzará en 2027 y está previsto que se prolongue durante varios años.

Con esta alianza, Lidl vincula su experiencia como distribuidor de alimentos frescos con un deporte que reúne a distintas generaciones de aficionados y recorre pueblos y ciudades de todo el país. Su objetivo es aprovechar esa cercanía para promover una alimentación equilibrada, animando a más personas a incorporar la actividad física a su vida cotidiana.

Compromiso con las grandes citas del ciclismo español

Lidl ejercerá como Patrocinador Oficial de Alimentos Frescos en las cinco competiciones. Además, dependiendo de la carrera, asumirá los siguientes roles de patrocinio, que refuerzan su apuesta por la igualdad y la promoción del deporte:

- **La Vuelta Femenina by Lidl**: *Presenting Partner*, Patrocinador principal y Patrocinador del Maillot Rojo.
- **La Vuelta**: Patrocinador Principal y Patrocinador del Maillot Rojo.

- **Itzulia Basque Country**: Patrocinador Principal y Patrocinador del Maillot de líder de la clasificación.
- **Volta a Catalunya**: Patrocinador Principal.
- **Clásica San Sebastián**: Patrocinador Principal.

En este sentido, una de las grandes prioridades de esta alianza es el impulso firme al ciclismo femenino. Al dar nombre a La Vuelta Femenina y patrocinar su emblemático Maillot Rojo, Lidl tiene como objetivo potenciar el seguimiento de la prueba y contribuir de forma activa a garantizar una visibilidad igualitaria para los logros deportivos de mujeres y hombres.

La huerta española como protagonista

Como Patrocinador Oficial de Alimentos Frescos, Lidl enmarca esta alianza en su lema internacional, "*Feed Your Passion*" (Alimenta tu pasión), destacando la conexión directa entre los alimentos frescos, una nutrición equilibrada y un estilo de vida activo. En este escenario, España cobra una relevancia especial al consolidarse como la gran huerta de Europa y una fuente clave de las frutas y hortalizas que la compañía exporta a nivel internacional. Así, este patrocinio servirá para poner en valor el trabajo de los agricultores y el papel de la cadena como principal comprador del campo español; una apuesta respaldada por su relación con más de 800 proveedores locales, a quienes adquirió producto por unos 8.400 millones de euros en 2025.

Un deporte que conecta familias y territorios

El recorrido de estas carreras por pueblos y ciudades permite disfrutar del ciclismo en familia y dar visibilidad a muchos municipios de la 'España vaciada', impulsando su desarrollo. Este fuerte arraigo territorial conecta directamente con la actividad de Lidl, un actor clave para la cohesión del país: el 53 % de su impacto laboral y el 58 % del económico se concentran en aquellas provincias con mayor nivel de desempleo y menor renta que la media nacional, según el *Informe de Impacto corporativo de Lidl en España* elaborado por PwC.

En este sentido, **Antonio Alarcón, director general de Cliente y Marketing de Lidl España**, señala: *"El ciclismo conecta de forma única con las familias al llevar el espectáculo del deporte directamente a las calles de nuestros pueblos. Queremos aprovechar esta cercanía para fomentar hábitos saludables, poner en valor los productos frescos de nuestro país y a quienes los cultivan, y dar al ciclismo femenino la visibilidad que verdaderamente merece"*.

Aprovechando precisamente esta cercanía con el territorio y su gente, el acuerdo servirá también para vincular el ciclismo profesional con la actividad física en la vida cotidiana. Para ello, se desarrollarán diversas activaciones a lo largo de los recorridos pensadas para

los aficionados, con un enfoque especial en iniciativas dirigidas a fomentar el ciclismo entre niños y jóvenes.

Ampliación del compromiso internacional de Lidl con el ciclismo

Esta alianza marca un nuevo hito en el compromiso global de Lidl con el ciclismo.

"Estamos encantados de comenzar esta nueva colaboración con Lidl, una compañía con una trayectoria sólida y de demostrado compromiso con el ciclismo. Su alcance internacional y su enfoque en la alimentación consciente y en fomentar un estilo de vida activo, convierten a Lidl en un socio natural para nuestros eventos. Compartimos la ambición de seguir desarrollando nuestras pruebas, mejorando la experiencia de los aficionados y acercando el ciclismo a las familias y a nuevos públicos. Asimismo, nos alegra especialmente que este acuerdo refuerce aún más el apoyo de Lidl a La Vuelta Femenina y al ciclismo femenino", asegura **Javier Guillén, director general de La Vuelta**.

El objetivo de la empresa es trascender el papel tradicional de un patrocinador. Por ello, Lidl aportará su alcance, su experiencia organizativa y su profundo conocimiento como cadena internacional de distribución alimentaria. La meta es trabajar codo con codo con sus socios para impulsar el desarrollo continuo de estos eventos y lograr que el ciclismo sea accesible a un público cada vez más amplio.

Lidl, un ecosistema global de apoyo al deporte y a los valores compartidos

Esta apuesta por el ciclismo de élite se suma al histórico respaldo de la marca a otros grandes eventos deportivos de impacto global, como sus alianzas en el fútbol a través de la UEFA (de quien es partner estratégico y patrocinador de diversas competiciones masculinas y femeninas) y en el balonmano a través de la IHF (Mundiales de Balonmano). Con esta nueva iniciativa en las carreteras españolas, Lidl demuestra a sus equipos, clientes e instituciones su firme voluntad de actuar como un verdadero motor de cambio social, fomentando la salud, el espíritu de equipo y la igualdad de oportunidades a través de hechos concretos en todo el territorio nacional.

Acerca de La Vuelta

La Vuelta es la competición ciclista más épica y abierta de España, y una de las más prestigiosas del mundo. Junto con el Tour de Francia y el Giro de Italia, es una de las tres Grandes Vueltas del ciclismo profesional en ruta. Celebrada por primera vez en 1935, La Vuelta se compone de 21 intensas etapas a través de la impredecible orografía de nuestro país. Disputada en agosto y septiembre, La Vuelta es el gran fin de fiesta del ciclismo europeo en el calendario anual, una competición de máxima exigencia que solo revela a su vencedor en el último suspiro.

A lo largo de más de 90 años, La Vuelta ha evolucionado hasta convertirse en un acontecimiento verdaderamente internacional, llegando a millones de aficionados de todo el mundo gracias a una amplia cobertura mediática en 190 países, y congregando a millones de espectadores a lo largo de todo el recorrido y en nuestras zonas de animación, donde el evento se transforma en una auténtica fiesta popular.

Asimismo, La Vuelta está comprometida con el progreso y la inclusividad a través de su prueba femenina, La Vuelta Femenina by Lidl, que no deja de crecer en impacto y visibilidad. La Vuelta ha ido más allá del deporte. Mediante su nuevo programa «La Vuelta es Más», la carrera refuerza su compromiso con una organización de eventos deportivos más responsable con el medioambiente, fomentando el ciclismo como estilo de vida, apoyando causas sociales y promocionando las diferentes regiones de España como destinos ideales para la práctica ciclista.

Por todo ello, La Vuelta se compromete a impulsar un país más conectado y lleno de vida.

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, 14 plataformas logísticas y una plantilla de más de 20.000 personas. Lidl también colabora estrechamente con unos 800 proveedores nacionales a los que ya compra producto por valor de más de 8.400 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 más de 13.000 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