



Resultados 2018

Comunicado de Prensa

El 2018 de Lidl: 1.000 nuevos empleos y 320 M€ invertidos para impulsar su crecimiento en España

- *La compañía ha sido pionera en 2018 en materia de sostenibilidad, eliminando las bolsas de plástico para la compra y los huevos procedentes de gallinas enjauladas, así como lanzando una leche fresca doblemente certificada en bienestar animal y pastoreo*
- *Lidl continúa impulsando su presencia en España con un ambicioso plan de expansión que le ha llevado a invertir más 1.000 M€ y a abrir cerca de 100 tiendas en los tres últimos años*
- *La cadena ha creado en los últimos cuatro años más de 4.000 nuevos empleos estables y a día de hoy ya cuenta con más de 14.000 empleados en España*
- *Lidl compró en 2018 producto español por valor de 4.300 M€ (+10% vs. 2017) a cerca de 780 proveedores nacionales; de ese total exportó el 55% a su red internacional de más de 10.500 tiendas*
- *La compañía incrementó sus ventas un 11,5% en 2018, hasta alcanzar los 4.009 M€ de venta neta*

Barcelona, 11 de abril de 2019. – Lidl continúa impulsando su negocio en España. Con el objetivo de estar cada día más cerca del consumidor español y de aportar valor compartido a la sociedad, en 2018 la compañía aceleró su crecimiento en nuestro país abriendo nuevas tiendas, generando empleo de calidad, comprando producto nacional e invirtiendo en su expansión en España.

Y, en su voluntad de ser el supermercado de referencia en materia de sostenibilidad, en 2018 la empresa acompañó este crecimiento con la puesta en marcha de forma pionera de nuevos proyectos sostenibles que están impulsando cambios en el sector hacia prácticas más responsables, todo ello sin renunciar a su máxima de ofrecer los productos de mayor calidad al mejor precio del mercado.

Gracias a proyectos pioneros como [la eliminación de las bolsas de plástico para la compra](#), en el último año Lidl ha ahorrado al medio ambiente más de 100 millones de bolsas de plástico. [Asimismo, con su decisión de eliminar los huevos de gallinas enjauladas](#), Lidl ha contribuido de forma decisiva a que la cuota de mercado de los huevos de gallinas libres de jaula se haya duplicado en apenas dos años en España (pasando del 7 al 15%). Y la renovación de las instalaciones de sus proveedores de huevos ha significado la liberación de más de 1 millón de gallinas.

Empleo

En 2018 Lidl creó **1.000 nuevos empleos en España** y ya cuenta con más de 14.000 empleados. En los cuatro últimos años ha incrementado su plantilla en más de un 40%, consolidando más de 4.000 nuevos puestos de trabajo y afianzándose como una de las empresas que más empleo genera en nuestro país. De cara a 2019, la empresa prevé crear otros 900 nuevos puestos de trabajo.

Expansión e inversión

Con el objetivo de acercar su propuesta a cada vez más consumidores, Lidl mantuvo su ambicioso plan de expansión en España que le ha llevado a **invertir más de 1.000 M€ desde 2016, 320 de ellos en 2018**. Buena parte de esta inversión se destinó a abrir **más de 30 nuevos puntos de venta** por todo el país durante el pasado ejercicio. A día de hoy ya cuenta con una red de **alrededor de 580 tiendas**.

Desde 2016, Lidl ha inaugurado cerca de 100 nuevas tiendas en España, algunas en zonas donde no tenía presencia y otras sustituyendo a establecimientos con peor ubicación o que se habían quedado pequeños para albergar la actual oferta de la cadena. De cara a 2019, la empresa prevé invertir nuevamente más de 300 M€ en su plan de expansión e inaugurar 30 nuevas tiendas, siguiendo así la estrategia de expansión e inversión sostenida que mantiene desde hace años.

Compras

El compromiso de Lidl con nuestro país no solo se refleja en la inversión y la generación de empleo, sino en su continuada apuesta por el producto español. En 2018 la cadena adquirió producto local por valor de unos **4.300 M€ (+10% vs 2017)** y siguió contribuyendo de forma decisiva a su internacionalización, exportando un 55% del total. Gracias a Lidl, el aceite, la fruta y la verdura, los quesos o los embutidos que se producen en España se venden también en Berlín, París, Praga o Dublín...y en general en las más de 10.500 tiendas que la cadena tiene en Europa y EEUU. Actualmente Lidl ya trabaja con 780 proveedores españoles, un 10% más que el pasado año.

Ventas

Como resultado de la creciente confianza del consumidor español en la oferta de Lidl, la cadena de supermercados **incrementó sus ventas netas en un 11,5% en 2018, hasta alcanzar los 4.009 M€**.

Precios

En 2018 Lidl también mantuvo el liderazgo en precios **ahorrando a sus clientes 89 M€ en sus compras**. En un contexto general de subida de precios (+3,4% vs 2017, según la Radiografía de Gran Consumo en 2018 de Nielsen), Lidl destacó por ofrecer la cesta de la compra un 2,6% más barata que la media del sector. Especialmente destacada fue la evolución en todas las familias de frescos, que Lidl vendió casi un 4% más barato, con ahorros muy significativos, por ejemplo, en la fruta (8,5%), las verduras (6,1%) o los huevos frescos (7,6%), respecto a la media del sector.

Nueva tienda online, Lidl Plus y más sostenibilidad

Este crecimiento ha venido acompañado de una continuada apuesta por la sostenibilidad, con proyectos pioneros que están impulsando cambios en los hábitos de consumo y en el sector, hacia prácticas cada vez más responsables. Así, en 2018 Lidl se convirtió en el primer supermercado en España (y hasta ahora el único) en eliminar las bolsas de plástico para la compra, en una decisión muy aplaudida entre sus clientes. Y en el ámbito del bienestar animal, además de eliminar los huevos de gallinas enjauladas, [lanzando al mercado una leche fresca doblemente certificada](#) en bienestar animal y pastoreo, contribuyendo a la mejora de las condiciones de vida de los animales y al desarrollo del mundo rural español.

El pasado 2018 fue también el año en el que Lidl estrenó en España lidlonline.es, [su tienda online](#) para la venta de sus marcas propias de bazar. Gracias a este nuevo canal de venta, la compañía está logrando

acercar su oferta cada vez a más clientes en nuestro país. A través de lidlonline.es, el cliente puede adquirir, al mismo precio, los artículos de moda, hogar, ocio o bricolaje que la cadena pone a la venta semanalmente en sus tiendas bajo sus marcas propias exclusivas.

Y en su apuesta por la comunicación digital para conectar con el cliente español, [la empresa también lanzó el pasado año Lidl Plus](#), una App que permite al usuario acceder a ventajas y servicios exclusivos a través de su teléfono móvil. Se trata de un programa innovador y único en su sector, ya que es 100% digital. La aplicación se puede usar ya en más de 300 tiendas de Lidl y en los próximos meses se desplegará en todos los establecimientos de la cadena en España.

La sostenibilidad, es de Lidl

Como empresa responsable, Lidl no solo se preocupa por lo que hace sino también por cómo lo hace. Por ello la sostenibilidad es el eje sobre el que gira su modelo de negocio, un valor que le diferencia del resto de operadores y que está integrado en todas sus actividades. **Sostenibilidad desde el punto de vista de las personas**, apostando por el desarrollo y el bienestar de los empleados; **sostenibilidad en producto**, apostando por el producto español, la alimentación sana y saludable y la producción responsable; **sostenibilidad medioambiental**, minimizando el impacto ecológico de su actividad; y **sostenibilidad del negocio**, con una inversión continuada que, acompañada de la aplicación de su modelo, garantiza el desarrollo continuado del negocio de Lidl en España.

Acerca de LIDL

Lidl Supermercados es una cadena de distribución posicionada a medio camino entre el hard discount y el supermercado tradicional. La compañía entró en el mercado español en el 1994 y desde entonces no ha dejado de crecer. En la actualidad posee una estructura de unas 580 tiendas, diez plataformas logísticas y un equipo humano integrado por más de 14.000 profesionales.

Lidl Supermercados es la filial en España de la alemana Lidl Stiftung, quien, junto a la cadena de hipermercados Kaufland, conforma el Grupo Schwarz. Actualmente, el Grupo Schwarz ocupa el 5º puesto a nivel mundial en el ranking de distribución de alimentación y está presente en 30 países del mundo con una red de más de 10.500 establecimientos.

Para más información:

Gabinete de Prensa de Lidl Supermercados

Tel.: 93 5761444

departamento.comunicacion@lidl.es

