



La compañía lidera el sector de la alimentación ecológica en España con la cesta completa bio más barata del mercado

Lidl ya es el supermercado nº1 en ventas *bio* en España

Lidl encabeza este mercado en crecimiento con una cuota de 16,5 puntos, 2 más que su inmediato competidor: más de 4,8 millones de hogares compraron productos bio en Lidl en 2018ⁱ.

Tendencia al alza: 6 de cada 10 hogares españoles ya consumen bio y compran hasta 8 veces productos ecológicos al año, según datos de 2018 de la consultora Kantar WorldPanel

La apuesta bio de Lidl con su marca propia BIO Organic es, además, la propuesta bio más sostenible del mercado. Lidl sigue avanzando en sostenibilidad: tras lanzar la bolsa de malla reutilizable más barata del mercado para la sección de fruta y verdura y certificar toda su carne BIO con el sello 100% Bienestar Animal de AENOR, la compañía está eliminando todo el plástico del empaquetado de su fruta y verdura bio.

Lidl es también el principal comprador de fruta y verdura ecológica de la huerta española, con 46.8000 toneladas al año, lo que representa un 9% de la producción total. De esta cantidad, cerca del 90% lo exporta al resto de países de Europa en los que opera.

Madrid, 18 de septiembre de 2019.- Lidl sigue avanzando en su objetivo de ser la cadena de supermercados referente en consumo sostenible en nuestro país, como reflejan los datos que ha presentado hoy y que demuestran que **Lidl es la enseña nº1 en ventas de productos *bio* en España**. La cadena de supermercados posee la cuota más alta del mercado *bio*, en concreto, **16,5 puntos** según datos de 2018 de la consultora Kantar WorldPanel (KWP). Le siguen Carrefour -con una cuota de 14,7 puntos- y Aldi, - con 12,4 puntos-. Según este estudio, **más de 4,8 millones de hogares españoles** compraron algún producto *bio* en Lidl el pasado año. Del análisis llama la atención que, del ranking de las 5 principales cadenas de la distribución en España, esté ausente en este mercado el primer distribuidor en nuestro país, mientras que el tercero y el quinto participan, aunque en menor volumen.

Lidl no es solo líder de mercado si no que, además, ofrece **la cesta completa “bio” más económica**. En concreto, la compra en un supermercado Lidl de los productos necesarios para elaborar un menú diario de cinco comidas 100% *bio* cuesta **solo 8€, un 7% más barato** que si compramos en un establecimiento de su inmediato competidor, y **hasta un 30% más económico** si los adquirimos en cadenas especializadas en productos ecológicosⁱⁱ.

La compañía ha dado a conocer estos datos durante la presentación de su **gama de productos ecológicos de marca propia BIO Organic**. Lidl quiere así dar respuesta a las necesidades de todas aquellas personas que no

solo se preocupan por seguir una alimentación saludable y variada, sino que también quieren contribuir a la conservación del entorno, la calidad de vida de los animales de granja y la economía local.

Según **Miguel Paradela, director general de Compras de Lidl en España**, *“estos datos demuestran que, avanzar para ser un supermercado cada vez más sostenible es compatible con ser los más baratos del mercado. Somos sostenibles para el cliente, por su salud y bienestar, y también con su bolsillo. Queremos hacer esta tendencia de consumo accesible a todo el mundo. Y esa relación calidad-precio es la que hoy en día nos hace ser líderes”*.

Radiografía del sector *bio* en España

La alimentación *bio* se está consolidando como una tendencia en auge en nuestro país y crece a un ritmo imparable. Según datos de 2018 de KWP, **6 de cada 10 hogares españoles ya consumen *bio*** y, de media, **compran 8 veces productos ecológicos al año**, lo que representa **11,2 millones de cestas de la compra anuales**.

El estudio de KWP refleja que el **consumidor** de productos *bio* en España es mayoritariamente **de clase media y media-alta**, en concreto un 78% del total. Respecto al tipo de hogares que consumen productos ecológicos, destaca el peso creciente de los formados por **familias con hijos pequeños** -que han pasado del 14,5% en 2017 al 18,1% en 2018-. Un factor que se explica, en gran parte, por el desarrollo del surtido de alimentación *bio* para bebés en los últimos años en nuestro país. No obstante, este tipo de hogares ocupa la segunda posición del ranking, por detrás de los formados por personas jubiladas, que representan el 23,9% del total. En tercer lugar, se encuentran los hogares formados por adultos sin hijos, que representan el 11,7% del total.

Lidl, principal comprador de fruta y verdura ecológicas de la huerta española

Con un volumen de **46.800 toneladas**, Lidl es la cadena que más fruta y verdura *bio* compra al campo español, lo que representa **un 9% de la producción total**. De esta cantidad, **el 89% lo exporta** al resto de países de Europa en los que operaⁱⁱⁱ.

El mercado de productos *bio* en nuestro país registró el pasado año una facturación total de **385 millones de euros** y un crecimiento del **16,6% en valor**^{iv}.

España ocupa el primer lugar en superficie de agricultura ecológica de la Unión Europea y está entre los cinco primeros países del mundo, según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. España cuenta con una superficie de más de 2 millones de hectáreas dedicadas al cultivo *bio*, un 20% más que en 2013 (1,6 Mio ha)^v.

Más avances en sostenibilidad

Lidl sigue avanzando en su plan contra el plástico y recientemente ha anunciado el **lanzamiento de la bolsa de malla reutilizable más barata del mercado**. La compañía está testando con éxito en Baleares esta nueva bolsa sostenible para la sección de fruta y verdura. La medida tiene como objetivo fomentar la reutilización de las bolsas. La malla se comercializa a un precio de 0,50€ (pack de 2 unidades) para ser una alternativa asequible y real y fomentar así su uso.

Tras ser pionera en la eliminación de bolsas de plástico para la compra y para la fruta y la verdura, este año la compañía también está eliminando el plástico de los envases de fruta y verdura BIO y aumentando el surtido a granel. Todas estas y otras medidas permitirán a la compañía ahorrarle al medio ambiente unas 1.600 toneladas de plástico en 2019, el equivalente en superficie a cerca de 4.000 campos de fútbol.

El surtido BIO Organic® de Lidl

Lidl cuenta con la gama **BIO Organic®** formada por **más de 150 referencias** de productos ecológicos frescos, secos y envasados. Productos que, si son de origen vegetal, no han sido tratados con ningún tipo de producto químico, se han cultivado respetando los ciclos propios de la naturaleza y no se han modificado genéticamente. En el caso de carnes, pescados y lácteos, se trata de productos elaborados respetando el bienestar animal, como lo certifica toda la carne ecológica que se vende en las tiendas Lidl y que cuenta con el sello 100% Bienestar Animal de AENOR.

Además de productos frescos *bio*, el surtido abarca productos de despensa como arroz, pasta, conservas vegetales, zumos, cereales de desayuno, frutos secos, leche y bebidas vegetales, chocolates y bollería/panadería.

Lidl también ofrece la gama infantil Lupilu 100% *bio*, siendo la primera cadena de distribución en apostar por la alimentación complementaria infantil exclusivamente de origen *bio*.

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 garantiza el desarrollo 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 1994 y desde entonces no ha dejado de crecer. En la actualidad posee una estructura de más de 550 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 32 países del mundo con una red de más de 10.800 establecimientos.

Atención a medios:

Laura Montaner lmontaner@atrevia.com Tel. 93 419 06 30 - M. 625 82 43 70

Sara García sgarcia@atrevia.com Tel. 93 419 06 30 - M. 625 48 55 25

ⁱ Fuente: Kantar WorldPanel, 2018

ⁱⁱ Fuente: Lidl España

ⁱⁱⁱ Fuente: Lidl España

^{iv} Fuente: Kantar WorldPanel, 2018

^v Agricultura Ecológica. Estadísticas 2017. Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente.