



## COMUNICADO DE PRENSA

*En el marco de las compras y exportaciones que la compañía ya realiza en la región regularmente*

# Lidl promueve el producto andaluz en sus tiendas internacionales

- *Lidl inicia, por primera vez, una campaña de promoción de productos andaluces en sus tiendas de 25 países de Europa y en Estados Unidos, en su apuesta por poner en valor los artículos de la comunidad y darlos a conocer más allá de nuestras fronteras*
- *Para esta acción, la cadena de supermercados ha suministrado a su red de puntos de venta internacional 2 millones de unidades de más de 30 referencias regionales distintas, entre las que destacan artículos típicos del territorio como aceitunas, aceite de oliva virgen extra, regañás, boquerones y tortilla de camarón, entre otros*
- *Se trata de una iniciativa que amplía la consolidada apuesta de la compañía por el producto de Andalucía y su internacionalización: durante el último año ha comprado mercancía a proveedores de la región por valor de más de 1.550M€, de los que ha exportado el 82% a través de sus más de 11.500 tiendas en una treintena de países*

**30 de junio de 2022.-** Lidl refuerza, una vez más, su compromiso con el producto y el proveedor andaluz y **redobla su apuesta por la internacionalización de los artículos de la comunidad**. En este sentido, la compañía ha iniciado, por primera vez y durante una semana, una **campaña de promoción de productos regionales en sus puntos de venta internacionales de Europa y Estados Unidos** para ponerlos en valor y darlos a conocer más allá de nuestras fronteras.

En concreto, para esta campaña, la cadena de supermercados ha exportado **2 millones de unidades de más de 30 referencias regionales distintas**. Entre los artículos que tienen presencia en sus establecimientos internacionales, en el marco de esta acción, destacan alguno de los productos más característicos de la gastronomía andaluza como

**las regañás, los boquerones, los pestiños, los buñuelos de bacalao, los filetes de caballa, la tortilla de camarón o el aceite de oliva virgen extra**, entre otros.

La campaña, que se inició la pasada semana en 25 países europeos como Irlanda, Alemania o Polonia, tendrá lugar en sus tiendas de Estados Unidos durante la última semana del mes de julio. Esta acción complementa la campaña de promoción de productos españoles 'Sol&Mar', que Lidl celebra periódicamente y desde hace años en sus tiendas internacionales para promover el consumo de productos españoles fuera de nuestras fronteras.

### **Lidl, plataforma de exportación de producto andaluz**

Este tipo de acciones no hacen más que ampliar la consolidada apuesta de Lidl por el producto andaluz y su internacionalización. Durante el último año la marca ha comprado mercancía a proveedores de la región por valor de más de **1.550 millones de euros**, dedicando hasta un **82% a la exportación (unos 1.280 millones de euros)** a su red de puntos de venta en una treintena de países.

Esto es solo un paso más en el firme compromiso de la compañía por impulsar el desarrollo de negocio tanto de compañías consolidadas como de pequeños proveedores regionales, que reafirma a la cadena como **una de las principales plataformas de exportación del producto local**, especialmente de su huerta, de la que es su cliente número uno desde hace años.

### **El compromiso de Lidl con Andalucía**

Lidl está presente en Andalucía desde 1994 y, actualmente, ya cuenta con **más de 3.100 empleados, cerca de 130 tiendas, dos plataformas logísticas** en funcionamiento (en Málaga y en Dos Hermanas -Sevilla-) y otra en construcción en Escúzar (Granada).

Gracias a su actividad, la compañía produce un impacto en el PIB de Andalucía de **1.414 millones de euros anuales** (1,03% del total) y es responsable de unos **30.350 puestos de trabajo**, entre empleos directos, indirectos e inducidos (1% del total de la región), según un estudio de PwC.

---

## **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 decidida al desarrollo económico, laboral y social del país ante el actual contexto de dificultad. En este sentido, la compañía continúa generando riqueza en todo el territorio gracias a la apertura de nuevas tiendas y plataformas logísticas, la creación de nuevos puestos de trabajo de calidad y la compra de más producto nacional y regional, impulsando e internacionalizando los negocios de sus proveedores. Todo ello estando cerca de los colectivos más vulnerables con proyectos que permiten mejorar sus vidas, sin renunciar en ningún momento a la sostenibilidad como eje principal de su actividad y ofreciendo siempre la cesta de la compra más barata del mercado a sus clientes.

## **Acerca de Lidl**

Lidl es una cadena de distribución alimentaria con presencia desde hace más de 25 años en España, donde gracias a la creciente confianza de sus clientes ya es el tercer operador del sector por cuota de mercado. A día de hoy, cuenta con una red de más de 630 tiendas y 11 plataformas logísticas y con una plantilla de más de 17.000 empleados. Lidl también trabaja estrechamente con unos 850 proveedores nacionales a los que compra producto por valor de 5.200 M€ anuales, exportando más de la mitad.

Lidl Supermercados es la filial en España de la alemana Lidl Stiftung, compañía integrada a su vez en el Grupo Schwarz, cuarto operador mundial en el ámbito de la distribución alimentaria. Actualmente, Lidl como grupo es la cadena de supermercados líder en Europa y está presente en una treintena de países en el mundo, con una estructura de cerca de 11.550 establecimientos y más de 200 centros logísticos y con una plantilla de más de 341.000 personas.

Para más información

### **Gabinete de Prensa de Lidl**

Daniel Rodríguez - 637 48 20 71  
José Luis Fernández - 605 15 66 88

[lidl@seis60.com](mailto:lidl@seis60.com)

