



COMUNICADO DE PRENSA

En su compromiso con el medio ambiente y la innovación

Lidl invierte 50 M€ en la digitalización de sus tiendas y genera un ahorro de 2.900 toneladas anuales de papel

- ***La cadena eliminará todos los carteles de precio impresos en papel y los sustituirá por cartelería digital, a través de un etiquetado electrónico de estanterías que permite la transmisión rápida de datos, como la descripción del producto y su precio***
- ***Tras realizar con éxito una prueba piloto en sus establecimientos ubicados en Zaragoza, la compañía ha decidido desplegar de forma progresiva esta nueva tecnología en todas sus tiendas del país durante este año y el próximo, lo que en la práctica supondrá implementar de media unos 3.500 carteles digitales por punto de venta***
- ***Además de su impacto positivo sobre el medio ambiente, esta medida también mejora la experiencia de compra y la comunicación con el cliente -garantizando la uniformidad visual y nitidez de la información y del precio del producto- y simplifica el trabajo del equipo de tienda, permitiéndoles así centrarse en tareas de mayor valor añadido***
- ***Con la intención de ofrecer siempre al cliente una experiencia de compra atractiva, Lidl apuesta por la digitalización de sus procesos, impulsando proyectos como su app Lidl Plus, que permite entre otras funciones acceder al e-ticket, sin necesidad de imprimir el recibo de compra, o consultar su folleto digital a través de la propia app o recibéndolo vía WhatsApp***

Barcelona, 16 de mayo de 2023.- Lidl continúa avanzando para afianzarse como referente en sostenibilidad e innovación dentro y fuera de su sector, esta vez implementando en todas sus tiendas de España la cartelería digital, que sustituirá a todos sus paneles de precio y descripción de producto convencionales. Esta medida supondrá la implantación, de media, de unos 3.500 carteles digitales en cada punto de venta, y un ahorro de más de 2.900 toneladas anuales de papel, lo que equivale a más de 49.000 árboles.

Se trata de un etiquetado electrónico o ESL (*Electronic Shelf Labels*) que está conectado de forma inalámbrica a un sistema centralizado y que permite la transmisión rápida de

datos como la descripción del producto y su precio. De este modo las etiquetas electrónicas muestran la información necesaria en una pantalla digital y en tiempo real.

Tras el éxito de la prueba piloto realizada recientemente en sus tiendas de Zaragoza, la cadena ha decidido desplegarla de forma progresiva en las más de 650 tiendas que tiene en España, durante este año y el próximo.

Una medida innovadora y sostenible

En total, Lidl invertirá más de 50 millones de euros para el despliegue de la nueva cartelería digital en todas sus tiendas. Una iniciativa más que corrobora el compromiso de la compañía para ser cada vez más sostenible y reducir su impacto sobre el medio ambiente.

Michaela Reischl, directora de RSC de Lidl España, asegura que *“como empresa nos encontramos ante una constante búsqueda de procesos y soluciones que nos permitan reforzar nuestro compromiso con la conservación de los recursos y que a su vez supongan una mejora tanto en la experiencia de compra de nuestros clientes como en la gestión del equipo de tienda”*.

Y es que, además de sus ventajas medioambientales, esta iniciativa mejora la experiencia de compra y la comunicación con el cliente en el punto de venta, ya que, entre otros, garantiza la uniformidad visual y la nitidez de la información vinculada al precio y a la descripción de los productos. Con ello también se evitan las dificultades de lectura que pueda generar el papel por una mala calidad de impresión o una incorrecta ubicación del cartel.

Asimismo, esta tecnología también simplifica uno de los procesos más recurrentes en una tienda, gracias a la automatización centralizada del cambio de descripción y precio de los productos. De este modo, el equipo de tienda puede dedicar más tiempo a otras tareas de mayor valor añadido como la atención al cliente.

Apuesta por alternativas más digitales y respetuosas con el medio ambiente

Con el objetivo de ofrecer siempre al cliente una experiencia de compra atractiva y sostenible, Lidl apuesta cada vez más por la digitalización de sus procesos, impulsando a su vez su estrategia omnicanal. Un buen ejemplo es su app Lidl Plus, lanzada al mercado en 2018. Se trata del primer programa de fidelización 100% digital del sector que a día de hoy ya cuenta con más de cinco millones de usuarios.

Entre las prestaciones que integra Lidl Plus, destaca el servicio exclusivo Lidl Pay –un sistema de pago móvil –, así como la posibilidad de ahorrar papel, gracias a que permite contar solo con el recibo de compra digital, renunciando por tanto a imprimirlo por defecto. En paralelo, Lidl implementó en 2021 una medida adicional para reducir el papel en sus tickets de compra físico al disminuir unos 9 centímetros la longitud de los mismos, logrando ahorrar más de 63.000 kilos de papel cada año.

La app Lidl Plus también permite consultar el folleto digital, y desde la semana pasada el cliente puede recibirlo también desde su WhatsApp. El consumidor puede contactar a través de esta aplicación al número 682 290 839 y, con un simple “hola” e indicando su código postal, recibirá semanalmente el folleto digital. De esta forma la compañía continúa adelante en su estrategia por conectar cada vez más con sus clientes en el entorno digital.

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. 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 estables y 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 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. Hoy en día, cuenta con una red de más de 650 tiendas y 11 plataformas logísticas y con una plantilla de más de 17.500 personas. Lidl también colabora estrechamente con más de 900 proveedores nacionales a los que ya compra producto por valor de unos 5.700 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, el 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 más de 12.000 establecimientos y más de 200 centros logísticos y con una plantilla de más de 360.000 personas.

Para más información

Gabinete de Prensa – Lidl España

93 576 14 44

departamento.comunicacion@lidl.es

