



Jornada sobre “La Exportación de la Marca España”

Lidl impulsa la Marca España con exportaciones récord de 3.500 M€ en productos agroalimentarios nacionales

- *En 2022 la compañía volvió a jugar un papel decisivo a la hora de internacionalizar y poner en valor el producto español fuera de nuestras fronteras, exportándolo a sus más de 11.500 tiendas internacionales y contribuyendo a reducir el déficit de la balanza comercial del país en un 2,9%.*
- *Además de ser la principal plataforma de internacionalización de la huerta española, al concentrar el 14,8% de todas las exportaciones de frutas y verduras a nivel nacional, también impulsa el producto español a través de la campaña comercial Sol&Mar, que pone en marcha varias veces al año en la treintena de países donde está presente.*
- *La apuesta por el producto nacional y el compromiso con la exportación contribuyen de manera decisiva al impacto que la actividad de Lidl genera en nuestro país: ya aporta 8.190 M€ anuales al PIB y genera más de 172.000 puestos de trabajo.*
- *Según el ICEX, las exportaciones españolas de bienes marcaron en el año 2022 un nuevo máximo histórico anual después de superar por primera vez los 389.000 millones de euros, en lo que destacan los más de 66.000 millones de euros provenientes de las exportaciones agroalimentarias.*

Madrid, 30 de noviembre de 2023.- Lidl se ha consolidado en el ejercicio 2022 como uno de los **grandes embajadores de la Marca España** con **exportaciones récord de 3.459 millones de euros** en productos agroalimentarios nacionales. Con ello, la cadena de supermercados ha aumentado su **contribución a la economía española** hasta los **8.190 M€ anuales**, lo que representa un impacto equivalente al **0,68% del PIB nacional**.

Así se desprende del **Informe de Impacto Corporativo 2022 de Lidl en España**, elaborado por la consultora PriceWaterhouseCoopers (PWC) y que ha dado a conocer en la mañana de hoy el director general Corporativo de Lidl España, Ferran Figueras, en una **jornada** organizada junto al ICEX bajo el título **“La exportación de la Marca España”**, en Madrid. Este evento, que ha sido inaugurado por el director general de Industria Alimentaria del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, José Miguel Herrero, ha contado con la presencia de importantes personalidades como la directora ejecutiva de ICEX - Invest in Spain, Elisa García; su directora de Industria Alimentaria, María Naranjo; así como con diversos representantes de las organizaciones empresariales y sectoriales, además de colaboradores y proveedores de Lidl.

Precisamente, María Naranjo, directora de Industria Alimentaria de ICEX, ha puesto en valor el **compromiso de las empresas del sector con la excelencia, la innovación y la diversidad**, verdadero motor del posicionamiento de España como uno de los países exportadores líderes. En este sentido, la directora ejecutiva de ICEX-Invest in Spain, Elisa García, ha destacado el **papel fundamental de la inversión extranjera de las multinacionales extranjeras en España**, cuyas exportaciones representan un 40% del total de exportaciones del país y suponen más del 15% del empleo total. Además, ha subrayado el papel clave que juegan inversores como Lidl como impulsor de la internacionalización del sector agroalimentario, gracias a su estrecha colaboración con proveedores españoles.



Por su parte, el director general Corporativo de Lidl, Ferran Figueras, ha afirmado que *“la internacionalización de las empresas y las **exportaciones** son la punta de lanza del desarrollo económico de España, pero también la **gran base** para entender la **apuesta de Lidl por el producto español**, nuestra **capacidad de exportación** y el **impacto positivo** que tenemos tanto en la **creación de riqueza económica** como en la **generación de empleo de calidad** a lo largo de todo el país”*.

Apuesta por los proveedores locales y exportación de productos españoles

Ferran Figueras ha hecho hincapié en la dimensión internacional de Lidl que, a través de sus más de 11.500 tiendas, está presente en 32 países del mundo y lidera el mercado europeo. Este hecho, unido a la decidida apuesta por el producto nacional y por su exportación, han convertido a la cadena en un socio de referencia para la industria agroalimentaria española y para centenares de empresas, que ven la oportunidad de internacionalizar su actividad e incrementar su negocio en colaboración con Lidl.

El directivo ha indicado que una de las máximas de la compañía siempre ha sido **apoyar el desarrollo local e invertir en producto nacional**, lo que les hace trabajar de forma estrecha con más de 900 proveedores nacionales. *“Sólo en 2022, el total de **gastos e inversiones** realizadas por Lidl a **proveedores** españoles creció un 17% respecto a 2021, hasta los **7.559 M€**. El pasado año compramos producto nacional por valor de **6.700 M€**, lo que supone que desde 2016 y en solo seis años hemos duplicado el volumen de compras a los proveedores locales”*.

Figueras ha destacado que, de toda esta compra, más de la mitad se exporta a la treintena de países en los que la compañía está presente y que, consecuentemente, el **volumen de exportaciones** de Lidl fue de **3.459 M€** en productos agroalimentarios, hasta un **58% más respecto al año 2017**.

Asimismo, Lidl cerró el pasado ejercicio con un **superávit de balanza comercial** de **1.946 millones de euros**, lo que ha contribuido a reducir el déficit de la balanza comercial del país en un **2,9%**.

Las exportaciones de bienes agroalimentarios también han provocado que la compañía se posiciona como un actor fundamental en el comercio exterior, especialmente para regiones como Andalucía, Murcia, Comunidad Valenciana y Extremadura. *“Lidl es desde hace años el **primer comprador de la huerta española**, así como su plataforma de internacionalización, al concentrar el **14,8% de todas las exportaciones de frutas y verduras a nivel nacional**. Solo desde 2015, Lidl ha aumentado su contribución a la exportación de frutas y hortalizas españolas en un 103%”*.

Sol&Mar

La cadena de supermercados también ha puesto como ejemplo de esta política de exportaciones el lanzamiento de **campañas promocionales de productos españoles** bajo la marca **Sol&Mar**, una semana temática que pone en marcha tres veces al año en sus establecimientos de Europa y Estados Unidos desde 2014, para acercar los productos españoles a consumidores de otros países e impulsar su **internacionalización**.

Adicionalmente, desde 2022 complementa las campañas **Sol&Mar** con la llamada **Semana Andaluza**, en la que promociona productos andaluces en puntos de venta internacionales de Europa y Estados Unidos.



Gracias a estas dos iniciativas, y sólo durante el pasado año **2022**, Lidl generó un volumen de negocio de **110 millones de euros** con los productos de 75 proveedores de toda España en 28 países diferentes en el caso de Sol&Mar, y de 24 países en el de la Semana Andaluza. En concreto, y sólo **desde 2017**, la iniciativa Sol&Mar ha generado un volumen de negocio de **400 millones de euros**.

Récord histórico nacional en exportaciones

La **internacionalización** de la industria alimentaria, en su aspecto más global, tanto en lo que refiere a la **capacidad exportadora** de las empresas españolas como a su enorme **potencial de atracción de inversiones extranjeras**, ha reforzado la posición de España en los mercados internacionales.

Las empresas del sector agroalimentario han duplicado la tasa de exportación regular de la media de la industria española (67% vs 29%) y han puesto en valor el compromiso con la internacionalización. No en vano las exportaciones españolas de bienes marcaron en el año 2022 un nuevo máximo histórico anual después de superar por primera vez los 389.000 millones de euros, con más de **66.000 millones de euros provenientes de las exportaciones agroalimentarias**.

Durante la celebración de esta jornada también ha tenido lugar una mesa redonda sobre la importancia del sector de la distribución como exportador de la Marca España, en la que han participado la directora de la Industria Alimentaria de ICEX, María Naranjo; el director general de Compras de Lidl España, Miguel Paradela; el secretario general de UPA Andalucía, Cristóbal Cano, y la directora comercial de Aceitunas Cazorla, Zulema Beresaluce.

La directora de Industria Alimentaria de ICEX ha subrayado el papel tractor que tienen los operadores del *retail* como Lidl en ampliar la **capacidad exportadora de la industria alimentaria** y a consolidar la imagen de excelencia de los productos españoles en todos los mercados donde operan.

En este sentido, el director general de Compras de Lidl España, Miguel Paradela, ha destacado la flexibilidad que ofrece Lidl a sus proveedores a través de los **proyectos “Llave en mano”** que incluyen desde el diseño del producto hasta la gestión administrativa y la distribución internacional.

Por su parte, el secretario general de UPA Andalucía, Cristóbal Cano ha resaltado el **papel de las asociaciones interprofesionales** como “*herramienta de apertura y consolidación de los mercados*” y ha indicado que “*es fundamental la diferenciación y la comercialización con valor*”.

Finalmente, Zulema Beresaluce ha indicado que “*hay ciertos elementos que cuando vas a exportar tienes que tener en cuenta y en los que el **sector de la distribución facilita mucho las cosas**. Hay temas que son muy complejos a la hora de exportar, como puede ser la logística, la burocracia administrativa, el tema del packaging, los idiomas y demás, y en nuestro caso, Lidl nos ha facilitado mucho toda la parte de exportación y nos ha permitido llevar nuestra **Marca España** a muchísimos países*”.



Contribución récord al PIB español

La apuesta de Lidl por el producto nacional y su compromiso con la exportación contribuyen de forma muy decisiva al impacto positivo que la actividad de la cadena genera en el país, tanto a nivel económico como laboral.

Tal y como se desprende del Informe de Impacto Corporativo realizado por PwC, en 2022 Lidl incrementó un 15,6% su aportación al PIB español, alcanzando los 8.190 M€, lo que supone el 0,68% del total del país. Por cada euro de beneficio, la compañía genera 14,8 euros adicionales a las arcas del país. De toda esta contribución, los **sectores más beneficiados** han sido la **agricultura y la ganadería** con 2.361 M€, cerca del 30% del total.

*“Esta **gran huella económica** generada por la actividad de Lidl se caracteriza por la **capilaridad**, ya que se extiende por todas las provincias españolas. Sin embargo, me gustaría remarcar el impacto de **Lidl** como **agente dinamizador** sobre las zonas más desfavorecidas, despobladas y las zonas rurales de nuestro país, ya que casi el **60% del impacto**, es decir, **4.738 M€**, se ha generado en provincias con un PIB per cápita inferior a la media española como Almería (3,08%), Murcia (2,13%), Huelva (1,68%), Palencia (1,52%) y Castellón (1,33%)”,* ha subrayado Figueras.

Lidl, generador de empleo: Al menos 1.000 empleos en el 80% de las provincias españolas

El director general Corporativo también ha repasado el impacto social de Lidl, destacando que la actividad de la compañía ha generado una alta incidencia en la creación de puestos de trabajo, no solo a nivel directo (con unos 18.500 empleos), sino también de manera indirecta e inducida. En concreto, Lidl generó en España **172.214 puestos de trabajo en 2022**, lo que supone un incremento del 69% en los últimos siete años, y ya representa el 0,84% del empleo total del país.

Según se desprende del mismo informe de PwC, **por cada empleo directo que crea, Lidl genera en España otros 8,4 empleos adicionales, de forma indirecta e inducida**. De este modo, **1 de cada 118 puestos de trabajo de nuestro país está vinculado actualmente a la actividad de Lidl**.

Esta contribución positiva al mercado laboral se extiende por todo el territorio nacional, con la creación de al menos 1.000 puestos de trabajo en el 80% de las provincias de España (41 de las 52). Además, los **principales sectores favorecidos** por Lidl fueron la **agricultura y la ganadería**, con 62.453 empleos generados, lo que representa un 37% de la aportación global y pone de manifiesto el impacto de la actividad de Lidl en la España vaciada.

Asimismo, un **41% del total del empleo** que genera Lidl en todo el territorio nacional se ha concentrado en **provincias con una tasa de paro superior a la media española, con la creación de más de 71.000 puestos de trabajo**, lo que, en opinión de Figueras, *“pone en valor nuestro papel decisivo como dinamizador del empleo en España, especialmente allí donde es más necesario”*.

El **30% del empleo** se ha localizado en **provincias poco pobladas o envejecidas**, siendo Almería (3,51%), Murcia (2,29%), Huelva (1,86%), Ciudad Real (1,46%) y Cáceres (1,30%) las más beneficiadas en términos relativos.



Para concluir, el director general Corporativo de Lidl, ha resaltado que *“Lidl va a continuar **redoblando sus esfuerzos para seguir exportando** productos españoles, para **crear riqueza y generar empleo** a lo largo y ancho del territorio español y, sobre todo, para seguir potenciando su **compromiso con la Marca España** y con la sociedad española”*.

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 valor compartido 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 1994 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 670 tiendas y 12 plataformas logísticas y con una plantilla de unas 18.500 personas. Lidl también colabora estrechamente con más de 900 proveedores nacionales a los que ya compra producto por valor de unos 6.700 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 12.200 establecimientos y más de 220 centros logísticos y con una plantilla de más de 375.000 personas.