



## COMUNICADO DE PRENSA

*Balance de la compañía a cierre de su último año fiscal y planes en el país*

# **La apuesta de Lidl por España en 2023: más salario para empleados y ahorro para clientes, y unos 7.700 M€ entre compras nacionales y plan de expansión para seguir creciendo**

- *En un contexto marcado aún por la inflación, la estrategia de negocio de Lidl puso de nuevo a las personas en el centro: a sus empleados, con un aumento de masa salarial de unos 22 M€ dentro de su convenio colectivo propio; y a sus clientes, con políticas de contención y también bajadas de precios permanentes, extendiendo ofertas y promociones adicionales a las ya habituales para ahorrarles 176 M€ en la cesta de la compra*
- *Como plataforma de referencia para la distribución de producto nacional, el año pasado Lidl continuó acompañando el desarrollo sostenible de la industria agroalimentaria española con compras récord por valor de más de 7.400 M€ a alrededor de 900 proveedores, exportando más de la mitad a una treintena de países*
- *La cadena de supermercados continuó desplegando también en 2023 su plan de expansión sostenible en España: invirtió más de 260 M€ en abrir una veintena de tiendas y ampliar especialmente su red de almacenes en los próximos años, poniendo ya uno en marcha en Escúzar (Granada)*
- *Gracias a la progresiva confianza de los consumidores españoles en su propuesta comercial, Lidl consolidó un año más su posición como tercer operador del sector de la distribución alimentaria por cuota de mercado hasta alcanzar ya unas ventas netas de 6.572 M€*
- *En 2024, Lidl celebra su 30 aniversario en España dando nuevos pasos adelante para sentar las bases de su visión a largo plazo: convertirse en la 1ª opción de las familias a la hora de llenar sus despensas, ofreciendo siempre la mejor relación calidad-precio y generando riqueza compartida con la apertura de más tiendas y almacenes, la creación de más empleo, y la compra y exportación de más producto nacional*

**Barcelona, 16 de julio de 2024.**- En un contexto herencia todavía de las elevadas tasas de inflación registradas en España en los últimos años –cerrando 2021 en el 6,5%, 2022

en el 5,7% y 2023 en el 3,1%\*–, en 2023 la estrategia de negocio de Lidl puso de nuevo a las personas en el centro con un objetivo inequívoco: garantizar más salario para sus empleados y más ahorro para sus clientes. Todo ello sin renunciar en ningún momento la compañía a su vocación de servicio ni a su propósito de generar riqueza y de aportar valor compartido al conjunto de la sociedad a través de su actividad.

*“Como gran empresa del sector de la distribución alimentaria, tenemos no solo el deber sino también la responsabilidad de ser completamente permeables a las inquietudes de los ciudadanos españoles y de trabajar de forma persistente para encontrar soluciones capaces de satisfacer, e incluso superar, sus expectativas”, comenta el director general de Lidl España, Claus Grande, quien añade que “en 2023, contribuimos una vez más a hacer frente a los efectos de la inflación desde nuestro ámbito de actuación, priorizando a las personas con acciones que blindan el poder adquisitivo de nuestros empleados y favorecen la capacidad de ahorro de nuestros clientes”.*

A cierre de su último año fiscal –comprendido entre el 01/03/2023 y el 29/02/2024–, el balance y los planes de la cadena de supermercados en España son los siguientes:

### **Unos 22 M€ adicionales de masa salarial en un año**

En 2023, Lidl siguió creando empleo estable y de calidad en España. En esta ocasión, la compañía sumó más de 150 personas a su plantilla y centró sobre todo esfuerzos en ampliar el número de horas en contratos con jornadas más parciales –los de menos de 25 horas a la semana– para dotar a sus trabajadores de tiendas y almacenes de mayor estabilidad.

En el marco de su III Convenio Colectivo en España, firmado en 2022 y que entre otros avances en derechos sociales contempla incrementos salariales de hasta un 19% en el periodo 2022-2025 –incorporando por primera vez una cláusula de revisión salarial de hasta un 4% más en función del IPC al terminar su vigencia–, en 2023 Lidl aumentó su masa salarial en unos 22 M€ tras subir un 5% la retribución de sus empleados –casi dos puntos porcentuales superior a la inflación con que acabó el año\*–. Desde la entrada en vigor de su actual convenio colectivo, la compañía ya ha incrementado su masa salarial en unos 45 M€ tras elevar un 12% la remuneración de su equipo en total.

Asimismo, y en línea con la apuesta de la cadena de supermercados por la creación de empleo estable y de calidad, el 96% de su plantilla en España dispone a día de hoy de un contrato indefinido. Gracias a hechos como este, Lidl ha sido reconocida con el sello Top Employer por séptimo año consecutivo –siendo la única empresa del sector de la distribución alimentaria en lograrlo–.

### **Más de 3.900 M€ en exportación de producto nacional**

En 2023, Lidl volvió a acompañar el desarrollo sostenible de la industria agroalimentaria española. Lo hizo tras ejercer un rol clave como *partner* de referencia y gran plataforma de distribución de sus productos, con compras récord por valor de más de 7.400 M€ –un 11% más que en 2022– a alrededor de 900 proveedores y exportando más de la mitad de éstas –por un valor también récord de más de 3.900 M€– a una treintena de países. Desde que aterrizó en España en 1994, la compañía ya acumula compras de producto nacional por valor de unos 70.000 M€ en total.

Especialmente destacadas fueron las compras de fruta y verdura de origen nacional por parte de Lidl, que en 2023 alcanzaron de igual manera cifras inéditas hasta sobrepasar ya los 3.100 M€ –un 4% más que en 2022–. Esto contribuyó a reafirmar a la cadena de

\*Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE)

supermercados como el cliente número uno de la huerta española y el principal socio de sus negocios a la hora de internacionalizar y poner en valor la calidad de sus productos –destinando más de un 80% de sus compras de fruta y verdura a exportación–.

### **Una veintena de tiendas y un almacén en Escúzar (Granada)**

Con la intención de estar cada vez más cerca de los consumidores españoles, en 2023 Lidl siguió dando pasos adelante para desplegar su plan de expansión sostenible en el país. Prueba de ello fueron los más de 260 M€ invertidos entre la inauguración de una veintena de tiendas en toda España –repartidas entre ocho CCAAs distintas, algunas de ellas en ciudades como Madrid o Barcelona– y, sobre todo, el impulso de proyectos con los que ampliar su red de almacenes en los próximos años. En este último caso, el hito más significativo fue la entrada en funcionamiento de su plataforma logística en Escúzar (Granada) –la más grande de Lidl en Andalucía y la segunda en el conjunto de España–.

### **De la contención de precios... a las bajadas permanentes**

En 2023, Lidl ejerció de nuevo como principal dique de contención de precios del sector de la distribución alimentaria en España, evitando trasladar íntegramente los efectos de la inflación al precio final de venta de sus artículos para favorecer el ahorro en la cesta de la compra. Ello ocurrió gracias a una política de contención de precios permanente –que permitió a Lidl mantener el importe de venta medio de sus productos por debajo del IPC alimentario medio del año– o a la multiplicación de descuentos y promociones adicionales a los que la empresa ya ofrece de manera habitual en sus puntos de venta, entre otras medidas.

Con el objetivo de facilitar aún más el ahorro de los hogares españoles, Lidl intensificó recientemente su liderazgo en precios anunciando una campaña de bajadas de precios permanente que, tras varias ampliaciones, ya engloba más de 800 productos –más de un 25% de su actual surtido–. Esta acción contempla todas las categorías de artículos comercializadas por la cadena de supermercados en sus establecimientos –haciendo especial hincapié en productos básicos como fruta y verdura, carne y pescado frescos o panadería– e incluye bajadas de precios de hasta un 50%.

Fruto de toda su estrategia en precios, Lidl logró ahorrar 176 M€ a sus clientes en 2023.

### **Tercer operador del sector de la distribución alimentaria**

Gracias a la progresiva confianza depositada día a día por los consumidores españoles en su propuesta comercial, en 2023 Lidl consolidó un año más su posición como tercer operador del sector de la distribución alimentaria por cuota de mercado en el país hasta alcanzar a unas ventas netas de 6.572 M€ –un 8% más que en 2022–.

Pese a este registro récord, en 2023 Lidl obtuvo un beneficio de 182 M€ en España –un 2,76% sobre sus ventas netas–. En términos absolutos, esto se tradujo en 11 M€ menos respecto al año anterior, mientras que en términos relativos la rentabilidad disminuyó un 13% en comparación con 2022 –cuando el beneficio sobre sus ventas netas se situó en un 3,17%–. Esta realidad se explica por la renuncia de la cadena de supermercados a parte del beneficio para mantenerse fiel a su compromiso de ofrecer siempre la mejor relación calidad-precio a sus clientes. Todo ello sin olvidar que la estrategia de negocio de Lidl pasa por reinvertir íntegramente su beneficio para seguir creciendo en España, generando riqueza compartida con la apertura de más tiendas y almacenes, la creación de más empleo, y la compra y exportación de más producto nacional.

## **Planes 2024: 30 aniversario en España, foco en personas y tienda número 700**

En 2024, coincidiendo con su 30 aniversario en España, Lidl prosigue en su objetivo de garantizar el desarrollo de su negocio a largo plazo en el país. Lo hace priorizando otra vez a las personas: a sus empleados –incrementando ahora un 3,5% su salario y con la previsión de crear más de 200 nuevos puestos de trabajo– y a sus clientes –aplicando todavía más bajadas de precios permanentes para incentivar al máximo el ahorro a la hora de llenar sus despensas–.

Más allá de ello, Lidl continúa fortaleciendo su vínculo con la industria agroalimentaria española a través de más compras y exportaciones de producto nacional, al tiempo que sigue desplegando su plan de expansión sostenible en todo el territorio. En este último ámbito, la compañía prevé invertir alrededor de 220 M€ para inaugurar unas 40 tiendas –distribuidas entre 14 regiones diferentes, siendo Andalucía, la Comunidad de Madrid y la Comunidad Valenciana las más recurrentes, y que le permitirán sumar ya 700 puntos de venta en el país– y ampliar de nuevo sus infraestructuras logísticas. Recientemente, Lidl ha puesto en marcha un almacén en Constantí (Tarragona) y hoy en día avanza en las obras de construcción de su futura plataforma logística en Martorell (Barcelona) –la que está llamada a ser su mayor inversión logística desde que llegó a España–.

Entre los proyectos más relevantes acometidos recientemente también por la empresa destaca la implementación de cartelería 100% digital en todas sus tiendas del país, ya finalizada tras una inversión de más de 50 M€. Esta iniciativa se enmarca dentro de la apuesta de Lidl por la sostenibilidad –dejando así de imprimirse más de 290 toneladas anuales de papel– y la digitalización en todos sus procesos –mejorando de esta manera además la experiencia de compra de sus clientes–.

---

### **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 decisiva al desarrollo económico y social del país. En este sentido, la compañía sigue generando valor compartido en todo el territorio a través de la apertura de nuevas tiendas y plataformas logísticas, la creación de empleo estable y de calidad, y la compra de producto nacional –impulsando e internacionalizando los negocios de sus proveedores–. Todo ello estando cerca de colectivos vulnerables con proyectos que permiten mejorar sus vidas y sin renunciar a la sostenibilidad como factor clave en toda su actividad, para ofrecer siempre la mejor relación calidad-precio a sus clientes.

### **Acerca de Lidl**

Lidl es una cadena de distribución alimentaria con presencia desde hace 30 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, la empresa cuenta con una red de más de 680 tiendas y 13 plataformas logísticas y con una plantilla de más de 18.500 personas. Lidl también colabora estrechamente con unos 900 proveedores nacionales a los que ya compra producto por valor de más de 7.400 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, con una estructura de más de 12.350 establecimientos y 225 centros logísticos y con un equipo de más de 375.000 personas.

### **Para más información**

Gabinete de Prensa – Lidl España

93 576 14 44

[prensa@lidl.es](mailto:prensa@lidl.es)

