vinetur

Lidl lanza en España su campaña de Navidad con más de 620 productos

La oferta incluye más de 160 novedades, entre ellas una puntuación para 19 vinos revisados por Almudena Alberca

jueves 19 de noviembre de 2026



Lidl ha puesto en marcha este jueves, 19 de noviembre, su campaña de Navidad en España con un surtido de más de 620 productos, de los que más de 160 son novedades. La cadena centra una parte de su oferta en dos lanzamientos de la marca

Favorina, un sistema de puntuación para 19 vinos y espumosos revisados por Almudena Alberca, y una propuesta de menú navideño que la empresa sitúa en unos 12€ por persona.

La compañía ha presentado la campaña en Madrid y la acompaña con el lema Descubrir la magia de la Navidad vale la pena. La pieza creativa gira en torno a Niko, un cascanueces, y cuenta con la participación de Karlos Arguiñano, embajador de la marca. Lidl vincula esta campaña al aumento del consumo de alimentos y bebidas en diciembre, que el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación situó en un 2,3% en los datos de diciembre de 2025.

En alimentación navideña, la empresa subraya el peso de los dulces en estas fechas. El Informe Anual 2025 de la Asociación Española del Dulce cifra en 396 millones de euros la facturación de turrones y mazapanes, un 10% más que en 2024. Ese mismo informe atribuye al turrón el 86% del consumo de esa categoría y señala que la campaña navideña es el periodo en el que más se prueban novedades.

Uno de los productos con los que Lidl quiere captar esa demanda es el turrón Golden Ticket de Favorina, con un precio de 2,79€. Se trata de una tableta de chocolate con praliné de avellana que incorpora una promoción ligada a mil unidades premiadas. Si el comprador encuentra en el interior una tableta dorada, recibe 100€ a través de la aplicación Lidl Plus. Por cada uno de esos premios, la empresa dona otros 100€ a la Federación Española de Bancos de Alimentos, FESBAL. En total, la campaña reparte 100.000€ entre clientes y prevé una donación adicional de otros 100.000€ a esa entidad.

Junto a ese lanzamiento, Lidl pondrá a la venta este viernes, 20 de noviembre, el Roscón de Reyes Golden, con un precio de 9,99€, relleno de crema de avellanas y cubierto con crema dorada de cacao con avellana crujiente. Ambos productos estarán disponibles en las más de 730 tiendas que la cadena tiene en España.

La oferta de dulces se completa con referencias ya habituales y otras nuevas. Entre ellas figuran el turrón de yema artesanal con naranja, a 4,29€; variedades de praliné de cacahuete, tiramisú y chocolate blanco con limón y jengibre, a 1,99€; la combinación de almendra y pistacho, a 4,99€; y un nuevo turrón crujiente con aceite de oliva virgen

extra y sal, a 2,99€. También forman parte del surtido las trufas clásicas, a 2,09€; el panettone envasado a mano, a 9,99€; el turrón blando artesanal, a 3,99€; y los barquillos rellenos de pistacho, a 2,99€.

Otra de las novedades de esta campaña está en la bodega. Lidl ha incorporado un sistema de puntuación de 0 a 100 puntos en 19 vinos, cavas y espumosos que, según la empresa, han sido catados y evaluados por Almudena Alberca, la primera y única mujer española con el título de Master of Wine. Esa acreditación la concede el Institute of Masters of Wine del Reino Unido.

Alberca afirma que la selección busca facilitar la elección al consumidor y que las calificaciones se basan sobre todo en el equilibrio del vino, su concentración de fruta y su capacidad para reflejar el origen. Lidl añade que todos los vinos valorados superan los 88 puntos.

Entre las referencias que ya llevan esa calificación figura la gama premium Manifiesto Sualma, creada para estas fiestas, con un Ribera del Duero Gran Reserva por 9,99€ y 93 puntos, un Rioja Reserva por 8,99€ y 92 puntos, y un verdejo de Rueda por 6,99€ y 90 puntos. A ellos se suma el cava Deluxe Amorany Brut Cuvée, con 90 puntos y un precio de 6,99€.

La campaña de Navidad no se limita a dulces y vinos. Lidl mantiene una oferta amplia en carne fresca, pescado y marisco, salmones y salazones, embutidos, patés, foie y quesos. La empresa cita entre sus referencias redondos de cerdo, pollo, pavo y vacuno Black Angus, codorniz, pato, solomillo de vacuno y cochinillo; mejillones, pulpo, gambas y langostinos; lomos de salmón ahumado, sardinas ahumadas, anchoas y huevas de salmón; además de paleta y lomo ibéricos, jamón de pato, fuet con higos o queso, micuit de foie y patés de caza. En quesos, incluye tête de moine, pecorino, Grana Padano, camembert y tablas surtidas.

Dentro de esa estrategia, la cadena propone un menú navideño elaborado por completo con artículos de su catálogo y con un precio aproximado de 12€ por persona. En los entrantes incluye mini twister de langostino con salsa kimchi por 3,99€ el paquete, croquetas de chuleta de vacuno y de queso azul con cebolla caramelizada por 2,79€, tablas de quesos Gran Reserva y de trufa por 3,59€ y 2,99€, mermelada de

higos por 2,49€, jamón ibérico de cebo por 4,79€ y salmón ahumado con pistacho por 4,99€.

Como primer plato, Lidl propone un salmón envuelto en hojaldre de la marca Deluxe por 9,99€, en dos variedades, con salsa de espinacas o con salsa de eneldo. Para el plato principal, la cadena plantea un redondo de ternera Black Angus relleno de bacon, cebolla y castañas confitadas por 12,49€, acompañado de verduras. El postre elegido por la compañía es el roscón Golden, al que suma otros dulces de Favorina.

Lidl afirma que esta campaña se apoya en su estructura en España, formada por más de 730 tiendas, 14 plataformas logísticas y una plantilla de más de 20.000 personas. La empresa añade que trabaja con unos 800 proveedores nacionales y que sus compras a estos superan los 8.400 millones de euros al año, con más de la mitad del volumen destinado a exportación.