

Lidl otworzył 700. sklep w Polsce. Sieć nie zwolni tempa ekspansji [GALERIA]

data aktualizacji: 2019.10.24



W czwartek Lidl dobił do granicy 700 sklepów w Polsce. Sieć uruchomiła tego dnia cztery nowe placówki: w Warszawie, Lwówku Śląskim, Krzeszowicach i Bielsku-Białej. Decyzją Lidla, to sklep zlokalizowany w stolicy uznany został oficjalnie za 700. punkt sieci na handlowej mapie Polski.

Co ciekawe, Lidl starał się zachować w tajemnicy fakt osiągnięcia kolejnego kamienia milowego w rozwoju w naszym kraju. Firma nie komunikowała tego głośno i nie zaprosiła na uruchomienie warszawskiego sklepu przedstawicieli mediów. Nawet w informacji prasowej dotyczącej innego tematu, rozesłanej przez biuro prasowe Lidla w czwartek rano - już po otwarciu sklepu - sieć utrzymywała, że posiada w Polsce zaledwie "ponad 670" placówek.

Osiągnięcia granicy 700. sklepów nie próbowano skrywać jedynie przed klientami najnowszego sklepu w Warszawie. Przygotowano dla nich m.in. tort i kawę, konkursy, pokazy degustacyjne, porady dietetyka, czy live cooking ze wspierającym marketingowo Lidla Karolem Okrasą. Na miejscu pojawił się również inny ambasador sieci, Paweł Małecki.

Z nieoficjalnych informacji portalu wiadomoscihandlowe.pl wynika, że ofensywa otwarć Lidla w czwartym kwartale 2019 r. dopiero się rozkręca. Do końca roku niemiecki detalista uruchomić powinien w naszym kraju jeszcze około 20 sklepów.

Nowy sklep Lidla w Warszawie mieści się przy al. Krakowskiej 79. Placówka ma powierzchnię ponad 1350 mkw. i oferuje 90 miejsc postojowych dla aut klientów. Pracę w sklepie znalazło 30 osób.

Trzy lata temu, gdy Lidl otwierał w Poznaniu swój 600. sklep w Polsce, była to pierwsza placówka w nowym koncepcie, nazywanym przez Lidla "store of the future" (sklep przyszłości). Tym razem w Warszawie nie pokuszono się o kolejną rewolucję, lecz wykorzystano sprawdzony już, ten sam koncept Lidla, który przez trzy lata co do zasady nie przeszedł dużych modyfikacji.

Sklep wyposażono w ekologiczne rozwiązania, takie jak m.in. instalację ogrzewania wykonaną w oparciu o gruntowe pompy ciepła, odzysk ciepła z urządzeń chłodniczych, energooszczędne oświetlenie LED. Rozwiązania te mają za zadanie zwiększenie efektywności energetycznej obiektu, uczynienie placówki obiektem energooszczędnym, co w konsekwencji przyczynia się do ochrony środowiska.

Kilka stosunkowo świeżych elementów wykorzystanych w sklepie rzuca się w oczy. Po pierwsze, dotyczy to wszędobylskich zachęt graficznych do korzystania z aplikacji mobilnej Lidl Plus. Po drugie, etykiety produktów z Ryneczku Lidla informują (za pośrednictwem flag) o kraju pochodzenia danego owocu lub warzywa. Ponadto klienci informowani są o twardości danego produktu po ugotowaniu (pięciostopniowa skala).

Inne stosunkowo nowe oznaczenia informują o 50-procentowych rabatach na żywność z krótkim terminem przydatności do spożycia, a niezmiennej jakości. Przypomnijmy, że w tym tygodniu Lidl [**poinformował o rozszerzeniu akcji "Kupuj, nie marnuj"**](#) - po tym, jak zakończyły się półroczne testy rozwiązania - na wszystkie sklepy w Polsce. Efekty są już widoczne.

W warszawskim sklepie Lidla pojawił się także stosunkowo nowy koncept Deski Serów Lidla - wydzielonej strefy regału chłodniczego, w której klienci mogą zapoznać się z serową ofertą sklepu. Wystawiono tam także gazetki z poradami "jak stworzyć idealną deskę serów". W innym miejscu sklepu pojawiły się kosze z bakalią do samodzielnego nakładania przez klientów. Umiejscowiono je obok paczkowanych bakalii, za to nieznacznie powyżej poziomu podłogi, co niekoniecznie musi okazać się dobrą i docelową lokalizacją.

Inny element, na który warto zwrócić uwagę, to zadaszenie parkingu Lidla. W Polsce raczej jest to rzadkość; na innych rynkach europejskich Lidl wyposaża swoje parkingi w ten element znacznie bardziej ochoczo.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/lidl-otworzyl-700-sklep-w-polsce-siec-nie-zwolni-t,58008>