

## Lindt dobla su red de tiendas y lanza dos novedosas gamas

HERMINIA MARTÍNEZ | 14/11/2016 | [Derivados del Cacao](#)



Lindt España pone nuevos pilares a su negocio en España con la definición y desarrollo de su nuevo plan de apertura de tiendas propias y la intensificación de su apuesta por nuevos productos, acción innovadora que ha supuesto el lanzamiento en cadenas de retail de dos nuevas líneas de producto esta campaña. La compañía ha acelerado en las últimas semanas su programa

de incorporación de puntos de venta propios, **plan contemplado como estratégico y dirigido a alcanzar unas veinte tiendas en 2020** , según han desvelado a Alimarket fuentes de la compañía. **Así, Lindt España ha abierto, desde el verano, tres nuevas tiendas, que han incrementado a once puntos su red de establecimientos** , y prevé incorporar 2-3 tiendas propias en los próximos tres años.

Esos tres nuevos establecimientos han situado en cinco las aperturas realizadas este año por la división denominada "retail" (de tiendas propias) de Lindt, que de ese modo prácticamente ha doblado su tejido en 2016. Dichos nuevos puntos responden a los tres conceptos de tienda de Lindt: boutiques de calle, situadas en ubicaciones céntricas de grandes ciudades; boutiques (corner) dentro de centros comerciales de El Corte Inglés; y tiendas en centros comerciales outlet . El primero de esos recientes espacios de venta se encuentra en El Corte Inglés de Avda. Diagonal de Barcelona y constituye el segundo en colaboración con esa cadena, tras la apertura el pasado mes de enero de otro en el Corte Inglés de Plaza Cataluña. **En septiembre, Lindt España abrió una boutique en la calle Juan de Austria de Valencia, que supone su primer punto en esa comunidad** autónoma y su tercera boutique de calle, pues tiene otra tienda de ese tipo en Rambla de Cataluña -inaugurada en junio de 2015 - y otra en C/Fuencarral en Madrid , establecimiento en marcha desde el pasado mes de abril y que Lindt presentaba en sociedad el pasado jueves, una vez consolidada la tienda y de cara a esta campaña navideña. La tercera nueva apertura se realizó en hace tres semanas en el centro comercial Style Outlet Viladecans, tienda que supone la sexta ubicación de Lindt en centros outlet y la primera de ese tipo en la provincia de Barcelona y extiende un modelo con el que Lindt inició la venta minorista propia en España. De las otras cinco tiendas outlet, tres se encuentran en la Comunidad de Madrid, una en Bilbao y una en Mallorca.

"En nuestras tiendas se venden todos los productos (bombones, tabletas, countlines, etc.) de Lindt. Además, cuentan con referencias y formatos especiales, para regalo, etc. El posicionamiento es más premium en las boutiques que en las tiendas outlets, que cuentan con ofertas de dos por uno, etc.", se apunta desde Lindt España. El director general de la compañía, Konstantin Eckes, explica el aporte diferencial que las tiendas 'Lindt' representan para la marca y para la propia compañía en España. "Nos aportan imagen de marca. Nuestros productos tienen en el mercado un posicionamiento premium y super premium, que no se puede resaltar en los lineales de las grandes cadenas de distribución. Nuestras tiendas nos permiten un mayor acercamiento y comunicación con el cliente y persiguen una experiencia de compra, que se logra con la ambientación cálida, el surtido, etc. Somos la única de las grandes marcas de chocolates que tenemos en España tiendas propias", señala el directivo.

## Las primeras tabletas sin azúcares añadidos del grupo y entrada en grageados

Las tiendas 'Lindt' cuentan ya con los últimos productos lanzados por Lindt España, que ha iniciado esta campaña navideña con la mayor ofensiva innovadora desde el lanzamiento, en 2013, de la marca 'Hello' . Las dos principales novedades de la compañía este año son las **tabletas sin azúcares añadidos, novedad a nivel mundial con la que Lindt** se suma a la tendencia de chocolates sin azúcares añadidos y light. Esa nueva línea consta de dos referencias, chocolate con leche y chocolate negro, en formato de 100 gr. **El producto se distribuye ya en varias cadenas de distribución organizada en España, como Carrefour, Alcampo y El Corte Inglés, a un precio de 2,99 €** .

La misma referenciación han logrado ya los nuevos grageados 'Sensation Fruit' , línea integrada por dos sabores, frambuesa y arándano rojo y arándano y açai. Es una "exquisita fusión de fruta y chocolate, ideada para picar a cualquier hora". Así, dicha línea, que se vende a 3,79 €/unidad, afianza el concepto de producto on the go en Lindt España, noción a la que se aproximan sus tabletas de 100 gr y responde la gama 'Hello', ésta dirigida a un público más joven y cuya oferta consta de tabletas de 100 gr, sticks de 39 gr y bombones . **La línea 'Sensation Fruit' supone el debut de Lindt España en el mercado español de grageados y viene a completar su oferta de countlines** , integrada también por los sticks 'Hello', huevos y figuras de chocolate.

Lindt España prevé comercializar hasta finales de año un volumen de 30 t de la línea 'Sensation Fruit', de modo que registrará una venta de 129 t de countlines. De ese modo, esa categoría de producto se va abriendo paso en el negocio de la compañía, cuyos ejes fundamentales son las tabletas y los bombones. En 2015, la comercialización de tabletas de Lindt España fue de 3.349 t y su volumen de bombones, de 2.204 t, según se recoge en el informe sectorial del mercado de chocolates que la revista Alimarket publica en su número de noviembre.

---

---

**Alimarket**