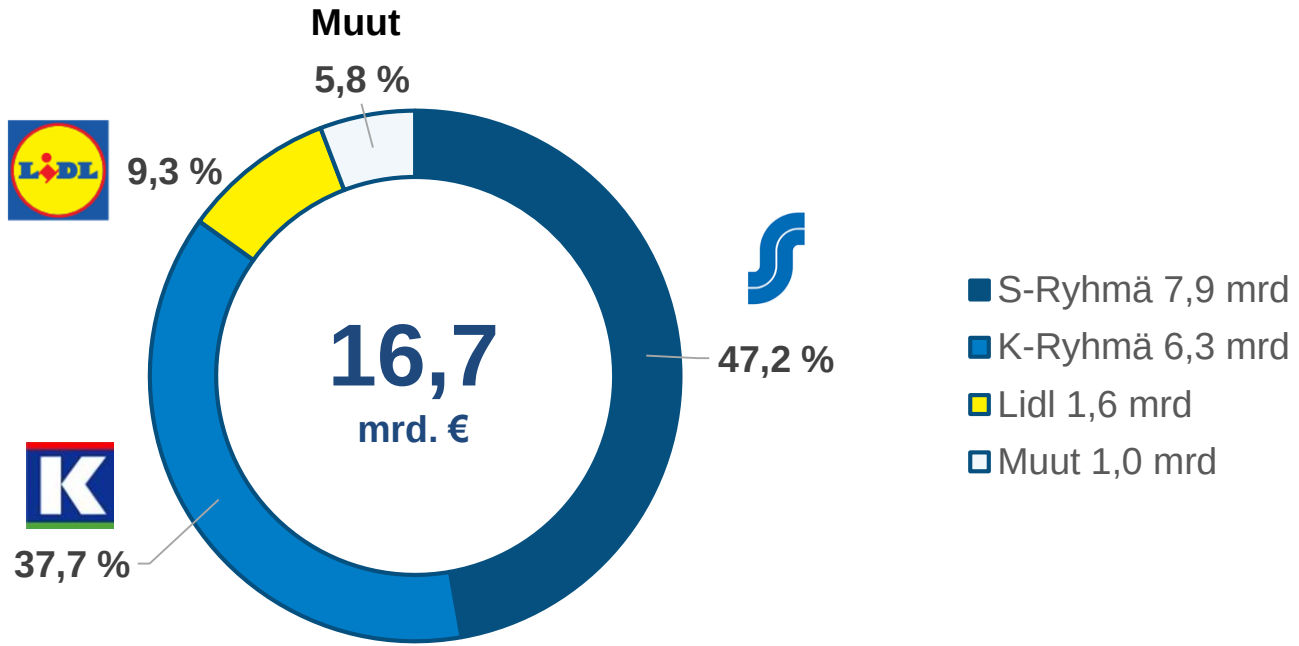


LIDL SUOMI KY

KAUPAN KEHITTÄMISEN ONGELMAKOHDAT JA KEHITTÄMISHAASTEET

Esitys valtiovarainvaliokunnan työ- ja elinkeinojaokselle
Lauri Sipponen
5.4.2017

PÄIVITTÄISTAVARAKAUPAN MARKKINA ON SUOMESSA ERITTÄIN KESKITTYNYT



Huom. K-Ryhmän osuus sisältää myös Suomen Lähikaupan myynnin 11.4.2016 asti, jolloin yrityskauppa toteutettiin

PÄIVITTÄISTAVARAKAUPAN KILPAILUA RAJOITTAA USEAT TEKIJÄT



LIDLIN TUNNUSLUKUJA

Noin

10-15 M€

vuosittainen yhteisövero

Yli

700 M€

investoinnit vuosina 2001-2016

Yli

100 M€

vuotuiset investoinnit Suomessa omaan taseeseen

60

suomalaista vientituotetta

20

toimittajalta

23

maahan

Yli

5 000

työntekijää

Yli

160

myymälää

Elintarvikeostoista

53 %

kotimaisilta tavarantoimittajilta


KIITOS

LIITE: LIDLIN MYYMÄLÖIDEN SIJOITTAMISESTA

Lidl haluaa tehdä asiakkaan asioinnista helppoa ja vaivatonta sijoittumalla:

→ Riittävän asiakaspotentiaalin ulottuville lähipalveluksi, ei laitamille hypermarketiksi

→ Hyvien kulkuyhteyksien varrelle ja helposti saavutettavaksi kulkuneuvosta riippumatta

→ Synergisesti muiden palveluiden lähelle ja yhteyteen

→ Liikepaikkaratkaisut tehdään aina paikallisesti