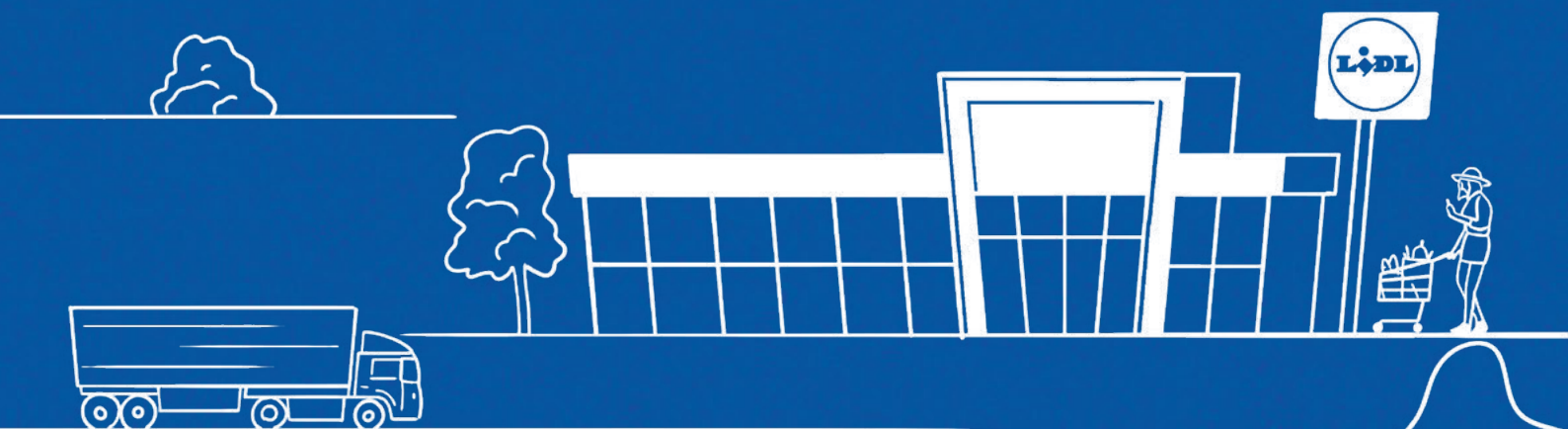
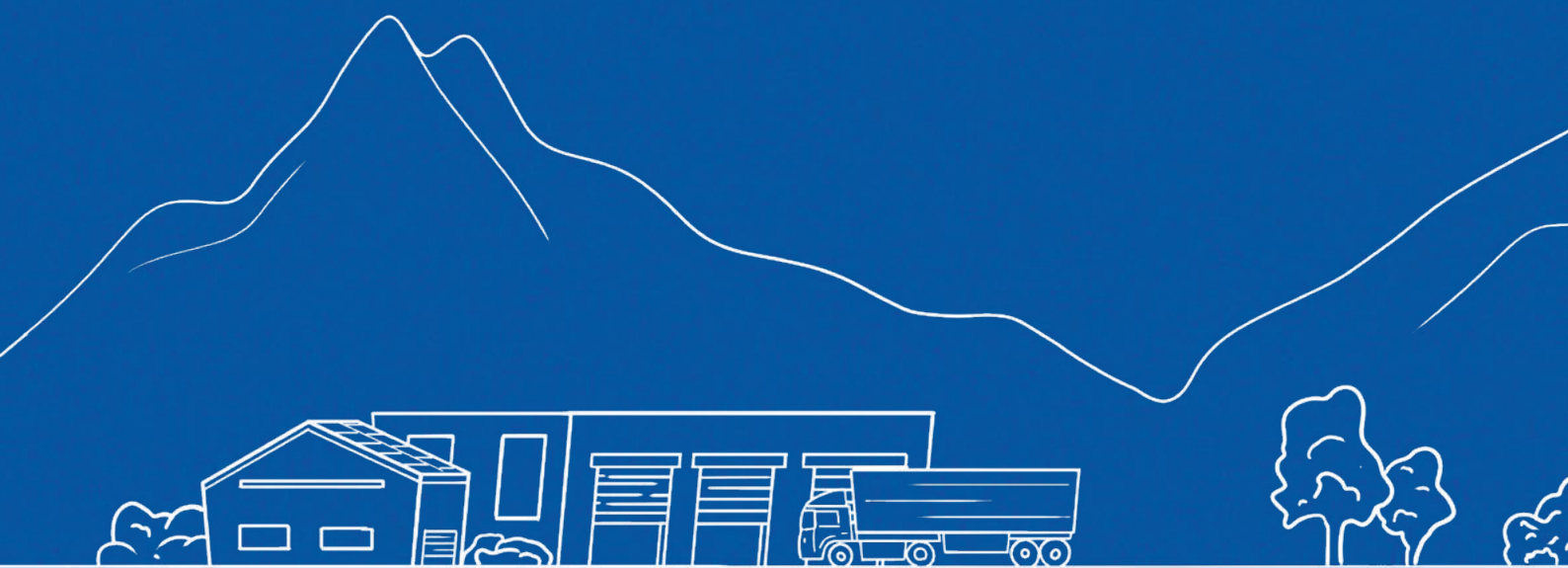




Ефектът Lidl

Оценка на икономическото въздействие
от дейността на Лидл България за 2021 г.



Институт за пазарна икономика, 2022

Ефектът Lidl

„Ефектът Lidl“ е понятие, с което обозначаваме приноса от дейността на Лидл България към икономиката на страната. Първата такава оценка изготвихме с помощта на Института за пазарна икономика по случай десетата годишнина в България през 2020 г.

Тук представяме новата оценка на икономическия „отпечатък“ от дейността на Лидл България през 2021 г. Тя е особено важна, защото показва приноса на компанията в предизвикателните условия на пандемията от COVID-19. В тази трудна обстановка след поредица от безпрецедентни шокове и ограничения за придвижване и стопанска дейност Лидл България успешно реструктурира своето планиране, процеси и логистика, така че бързо и ефективно да гарантира непрекъснатост на доставките с максимална грижа за безопасността на клиентите и служителите. В тази икономическа среда компанията успя да разшири и задълбочи партньорските си отношения с български производители, осигурявайки им стабилност и сигурност в работата и възможности за реализация не само в България, но и на външни пазари.

Това са само част от резултатите, които изпълват със съдържание „Ефектът Lidl“. За нас те показват колко значими могат да бъдат ползите от дейността на една компания върху икономиката на страната, когато тя работи като отговорен и прозрачен инвеститор, данъкоплатец, работодател и бизнес партньор - с устойчиви ценности и мисъл за утрешния ден.

Лидл България през 2022 г.



113
магазина



2
логистични
бази



Над 3700
служители

Разпределение на 100 лв. разходи на Lidl в България, 2021 г.



Всеки 100 лв., похарчени от Лидл България в страната, създават допълнителна стойност от 71 лв. Така общият принос към българската икономика от дейността на Lidl за всеки 100 лв. достига 171 лв.

100 лв.
разходи на Lidl
в България

=

171 лв.
принос към
икономиката

Оценка на икономическия ефект от дейността на Лидл България, 2021 г.

Въздействието от дейността на Лидл България върху икономиката на страната включва прекия принос към вътрешното търсене от извършените разходи на компанията, както и непреките ефекти, които са предизвикани от взаимодействието по веригата на добавената стойност с останалите отрасли и бизнес сектори.

Преки ефекти

Преките ефекти са всички разходи, които Лидл България прави в страната:



Български стоки

разходи за хранителни и нехранителни стоки, предназначени за продажба; износ на стоки от български производители



Инвестиции

разходи за инвестиции в сгради, подобрения на имоти, машини, оборудване и др.



Услуги

разходи, свързани с извършването на дейността на компанията като ремонт, поддръжка, охрана, транспорт, ИТ, маркетинг услуги и др.



Възнаграждения

нетни разходи за възнаграждения на служителите

Непреки ефекти

Всеки разход, който Лидл България прави, на практика променя икономическата картина в страната и създава т.нар. непреки ефекти. От една страна са доставчиците на стоки и услуги за Lidl, които на свой ред инвестират получените средства например за закупуване на суровини, промишлени стоки, наемат хора, плащат възнаграждения. От друга страна са служителите на Лидл България, които харчат своите доходи за разнообразни стоки и услуги.

Така дейността на компанията - чрез преките и непреките ефекти - допринася за развитието на икономиката и се превръща в неин двигател.

Преки ефекти

Непреки ефекти



Български стоки

620 млн. лв.

460 млн. лв.



Инвестиции

112 млн. лв.

83 млн. лв.



Услуги

139 млн. лв.

86 млн. лв.



Възнаграждения

71 млн. лв.

41 млн. лв.

Общо преки ефекти:

942 млн. лв.

Общо непреки ефекти:

670 млн. лв.

Общ принос от дейността на Лидл България към икономиката на страната:

1,61 млрд. лв.

Ефектът Lidl през годините



Преки и непреки ефекти в млн. лв.

- Преки ефекти от дейността на Лидл България
- ▨ Непреки ефекти от дейността на Лидл България

