

Comunicado de prensa – Madrid, 26 de febrero de 2026

Alcampo celebra la décima edición de Campo y Alma poniendo en valor los alimentos de Castilla-La Mancha

La iniciativa pone en valor 92 alimentos de 30 proveedores de la región y se desarrollará desde hoy al 11 de marzo en 17 centros



Madrid, 26 de febrero de 2026. Desde hoy y hasta el 11 de marzo, Alcampo desarrolla la X edición de la campaña Campo y Alma, una iniciativa que vuelve a situar en el centro de la experiencia de compra los alimentos de Castilla-La Mancha, poniendo en valor su origen, la calidad certificada y el trabajo de los productores del territorio.

La campaña se llevará a cabo en 14 hipermercados y 3 supermercados Alcampo de la Comunidad de Madrid y Castilla-La Mancha.¹

El arranque de la campaña se ha realizado en Alcampo Getafe y ha contado con la presencia del consejero de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, Julián Martínez Lizán, y de la directora general de Producción Agroalimentaria y Cooperativas, Elena Escobar que, tras recorrer el espacio dedicado a Campo y Alma en tienda, ha tenido

¹ La campaña se desarrollará en los hipermercados de La Vaguada, Moratalaz, Alcorcón, Fuenlabrada, Getafe, Leganés, Alcalá, Torrejón, Torrelodones, Majadahonda en la Comunidad de Madrid, Cuenca, Toledo, Albacete y Valdepeñas en Castilla-La Mancha, así como en los supermercados de Virgen de la Soledad, Humanes y Aranjuez, en la Comunidad de Madrid.



lugar un showcooking consistente en un entrante de productos frescos verdes, una elaboración de Cordero con IGP Cordero Manchego y un postre con mazapán con IGP Mazapán de Toledo y Nueces con DOP Nueces de Nerpio, todo ello maridado con vinos de la DOP La Mancha, organizado por la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.

Durante las dos semanas de campaña, los clientes podrán encontrar en los centros participantes un surtido de **92 alimentos de 30 proveedores** de Castilla-La Mancha, amparados por distintas figuras de calidad diferenciada como Denominación de Origen Protegida (DOP) e Indicación Geográfica Protegida (IGP), que estarán señalizadas en tienda en un espacio especial para facilitar su identificación.

Campo y Alma propone un recorrido por la riqueza gastronómica de Castilla-La Mancha a través de una selección cuidada de alimentos en las principales categorías de compra: desde la carnicería, con el protagonismo del Cordero Manchego (IGP), hasta la charcutería, con elaborados tradicionales de la región; pasando por la quesería, con quesos de oveja amparados por la DOP Queso Manchego, y por aceites y despensa, con aceites de oliva virgen extra de las DOP Aceite Montes de Toledo y Aceite Campo de Montiel, junto a especialidades como el azafrán con DOP Azafrán de La Mancha.

La campaña se completa en bodega, con vinos de las DOP La Mancha, Manchuela y Uclés y de la IGP Vino de la Tierra de Castilla; en panadería, con panes y productos de obrador; en verdura y encurtidos, con referencias como la IGP Berenjena de Almagro; y en mieles, con miel con DOP Miel de la Alcarria, entre muchos otros.

Sobre Alcampo

Alcampo reúne los formatos de hipermercados y supermercados. En la actualidad opera con 507 centros, siendo 80 hipermercados y 427 supermercados (133 franquiciados). Asimismo, cuenta con 52 gasolineras y servicio de comercio on line.

La compañía cuenta con una plantilla de 22.900 personas y ostenta el sello Top Employer, concedido por Top Employers Institute, que reconoce la política de Recursos Humanos de la compañía, así como su entorno de trabajo y promoción del bienestar.

En el plano medioambiental Alcampo desarrolla un plan de descarbonización de su actividad que tiene como objetivo reducir en 2030 el 46% de las emisiones en los Alcances 1 y 2. Y la reducción de un 25% en 2030 frente 2020 las emisiones indirectas debidas a la logística y comercialización de productos en el Alcance 3.

Contacto de prensa: Rafael Mata · raf.mata@alcampo.es · 676 322 826