Euskal Herria Esnea: leche de pequeñas familias ganaderas vascas

Lidl comercializará cerca de medio millón de litros de leche al año de pequeñas familias ganaderas vascas bajo la marca de la cooperativa Euskal Herria Esnea

La cadena de supermercados Lidl pondrá a la venta en su red de supermercados de Euskadi **500.000 litros de leche al año** procedentes de la cooperativa **Euskal Herria Esnea**, de la que forman parte **30 pequeñas familias ganaderas vascas**. La compañía ha alcanzado un acuerdo con la cooperativa lechera que, además, **garantiza un precio mínimo por litro de leche** para el ganadero vasco y por tanto la rentabilidad de su negocio.

Lidl muestra así su compromiso con el sector lácteo de Euskadi en **un momento de especial dificultad,** en el que muchos ganaderos tienen dificultades para cubrir sus costes de producción. De este modo, el convenio suscrito entre Lidl y Euskal Herria Esnea **asegura la rentabilidad de las familias baserritarras** –todas con ganaderías de menos de 100 vacas- que conforman la cooperativa.

Bajo la marca Euskal Herria Esnea, Lidl ha puesto a la venta esta semana la leche a un precio de

1,14€ el litro en los más de **30 supermercados que tiene distribuidos en Euskadi**. Los supermercados comercializarán leche UHT entera, semidesnatada y desnatada.

"*Apostar por nuestra leche es **poner en valor la labor de las 30 familias ganaderas** que conforman nuestra cooperativa y que trabajan a diario para ofrecer una leche de calidad, respetuosa con el entorno y el animal*", explica Bittor Hernández Murga, coordinador de Euskal Herria Esnea. "*Este acuerdo garantiza la rentabilidad de los baserritarras y a la vez permite a los consumidores disfrutar de una leche vasca de calidad*", añade Hernández Murga.

Alianzas que benefician al sector lácteo

Con este acuerdo, la cadena de supermercados refuerza su apuesta por **promover la sostenibilidad y fomentar la economía local** y, de hecho, da continuidad a su objetivo de extender este tipo de alianzas en otras regiones del país tras lanzar durante el último año **su leche de proximidad en Andalucía y en Cataluña**. Al igual que en Euskadi, los acuerdos de Lidl con UPA y COAG, en el caso andaluz, y con la cooperativa Campllong, en el catalán, garantizan un precio mínimo por litro de leche para los ganaderos andaluces y catalanes.

Según Miguel Paradela, director general de Compras de Lidl en España, "*esta nueva alianza es la muestra del cumplimiento de nuestro compromiso de seguir impulsando acuerdos que beneficien a todos los actores de la cadena de suministro, poniendo además **en valor la producción local y de proximidad**. Seguimos trabajando para extender este tipo de iniciativas a otras regiones y animamos a otros distribuidores a adoptar soluciones similares*".

Estos nuevos acuerdos forman parte del compromiso que la cadena mantiene desde hace años con el desarrollo sostenible del sector lácteo. En 2013, se adhirió al convenio de **Productos Lácteos Sostenibles promovido por el Ministerio de Agricultura**, y, de hecho, fue la primera cadena en obtener el sello PLS para su marca propia Milbona.

En 2015, la compañía suscribió el Acuerdo para la Estabilidad y Sostenibilidad de la Cadena de Valor del Sector Lácteo, impulsado por el Ministerio de Agricultura y, en 2016, la enseña renunció al mercado lácteo internacional. Desde entonces, toda su leche que comercializa en España tiene **origen 100% nacional**.

Asimismo, la cadena está apostando desde hace años por leches enriquecidas que son las que aportan mayor valor añadido y mayores ingresos para los ganaderos. Ejemplo de ello son su **leche fresca, doblemente certificada en pastoreo y bienestar animal** y lanzada al mercado de forma pionera en 2018, así como sus distintas variedades ecológicas.

Apuesta por el proveedor y producto vasco: 200 millones de euros en dos años

El compromiso que mantiene Lidl con el producto y proveedor de Euskadi viene de lejos. En los últimos años, la compañía ha aumentado progresivamente tanto sus colaboraciones con productores vascos, como el número de referencias locales en su oferta comercial, con el objetivo de seguir contribuyendo al **desarrollo económico y social de la industria agroalimentaria vasca**. De esta forma, en los últimos 2 años, la marca ha invertido cerca de 200 millones de euros en productos de las tres provincias y ha incrementado el número de proveedores regionales con los que trabaja, hasta llegar a los 50 con los que colabora actualmente de forma recurrente.

Además, la cadena de supermercados se ha convertido también en una de las **principales plataformas de exportación** del producto de la comunidad, poniéndolo en valor y dándolo a conocer más allá de nuestras fronteras en su red de más de 12.000 tiendas. "*Solo en los últimos tres años hemos exportado cerca de 130 millones de euros en producto vasco y nuestro objetivo es seguir aumentado este volumen, fomentando así su consumo también fuera de nuestro país*" explica Miguel Paradela.