Lidl, a la cabeza en compras y exportación de fresas españolas

Lidl sigue dando pasos adelante para acercar cada vez más a sus clientes los productos de la huerta española, apostando de forma decidida por su calidad a través de nuevas compras y ejerciendo un papel clave como plataforma de referencia para su llegada a nuevos mercados. Una nueva muestra de ello es el caso de las fresas españolas, cuyas compras y exportaciones encabezó también en 2020 tras adquirir más de 46.000 toneladas y distribuir el 88% a otros países.

La cadena de supermercados consolida un año más su liderazgo en la comercialización de este producto de temporada a través de sus más de 600 tiendas en España y su red internacional de más de 11.200 puntos de venta en varios países, destacando entre ellos Alemania, Francia o Polonia. Este compromiso resulta especialmente decisivo en un contexto como el actual, en el que

el campo español sigue teniendo serias dificultades para dar salida a su producción por la crisis sanitaria y el cierre parcial del canal horeca.

“El compromiso de Lidl con los proveedores españoles es hoy más firme que nunca y, en momentos de incertidumbre, queremos seguir estando cerca de ellos para impulsar el desarrollo de sus negocios y abastecer nuestros establecimientos de fruta y verdura fresca, dando cada vez más protagonismo a productos de temporada producidos aquí y yendo en línea también con nuestro objetivo de promover una alimentación saludable entre nuestros clientes. Como ya sucede con otros artículos como los cítricos, también somos el principal comprador de fresas en España”, comenta el director general de Compras de Lidl España, Miguel Paradela.

Huelva, cuna tradicional de las fresas españolas

Lidl colabora estrechamente con una treintena de proveedores a los que compra fresas españolas procedentes en su mayoría de la provincia de Huelva, cuna tradicional del cultivo de esta fruta en España. Vitamina C, fibra, potasio o ácido fólico son algunos de los componentes nutricionales más característicos de las fresas, cuya ingesta aporta también importantes propiedades antioxidantes además de contribuir a mantener la piel hidratada y a prevenir problemas cardiovasculares.

Cliente nº1 de la huerta española

Desde hace años, Lidl se ha convertido en el cliente nº1 de la huerta española y en su principal plataforma de exportación. Según un estudio de la consultora PwC, la cadena ya compra más de un 16% de toda la fruta y la verdura que se produce en nuestro país, concentrando también hasta un 14% de toda su exportación. Según este mismo informe, un total de 45.000 empleos indirectos e inducidos en el sector ya están vinculados a la actividad de la cadena de supermercados en la actualidad.

Pionero en la preservación de la biodiversidad en Europa

En su firme compromiso con la sostenibilidad, Lidl vuelve a ser pionero en su sector al desarrollar junto a Global Gap el primer estándar europeo para la preservación de la biodiversidad en el cultivo de frutas y verduras. Éste tiene como objetivo minimizar el impacto que a día de hoy tiene la actividad agrícola en los ecosistemas, las variedades de productos y la diversidad de especies a través de medidas que permitirán garantizar la sostenibilidad de los cultivos y aportar también valor a aquellos productos que han sido producidos bajo este criterio.

Una vez más, Lidl vuelve a apostar por un proyecto que vela por la sostenibilidad en el campo y que persigue a su vez impulsar buenas prácticas dentro del sector.