# Lidl incrementa sus compras de patata española un 23% respecto a 2019

**La cadena de supermercados Lidl intensifica la adquisición de este producto esencial con compras récord a proveedores nacionales y potenciando su exportación, en un contexto como el actual de dificultad para el campo español.**

Lidl continúa apostando de forma decidida por la huerta española, de la que desde hace años es su principal cliente. En un contexto como el actual de dificultad para el sector agroalimentario, debido a las restricciones provocadas por la crisis sanitaria y al cierre parcial del canal Horeca, la compañía está redoblando su compromiso con el producto y con el productor nacional.
Tal es el caso de la patata española: así, **en 2020 la cadena ha comprado un 23% más respecto a 2019 y tiene previsto adquirir cerca de 27.000 toneladas el próximo año, lo que supone un incremento del 58% respecto a las compras realizadas en 2018 (17.000 toneladas).**

## Más patata española en las tiendas

La compañía ha reforzado sus compras de patata española y su presencia en los lineales de sus establecimientos. A día de hoy, Lidl garantiza que sus clientes tienen la opción de adquirir patata de origen nacional durante todo el año en sus más de 600 tiendas en España, algo poco frecuente en el sector. La cadena de supermercados cuenta actualmente con cerca de una decena de referencias de patata española, de las que varias están disponibles a nivel nacional (como la Patata Nueva 2kg, Agria 2kg y Ecológica, procedentes de CCAA como Castilla y León, Andalucía o la Región de Murcia, entre otras). El resto corresponde a referencias regionales que se comercializan en una determinada red de establecimientos (Baleares, Galicia, País Vasco o Canarias).

Para el **director general de Compras de Lidl en España, Miguel Paradela,** "*nuestra apuesta por la patata española es un claro ejemplo del compromiso de Lidl con la huerta de nuestro país, de la que somos su principal cliente, impulsando su desarrollo a través de nuestras compras y contribuyendo de forma decisiva a su exportación. Las patatas que compramos en España las vendemos también en muchas de las más de 11.000 tiendas que Lidl tiene en otros 29 países de Europa. En un contexto como el actual, nuestra contribución a la internacionalización del producto español es más importante que nunca tanto para dar salida como para garantizar la sostenibilidad del negocio agroalimentario de nuestro país".*

## Respuesta a las restricciones del canal Horeca

Las restricciones derivadas de la actual situación sanitaria están provocando que varios de los productos de origen nacional destinados mayoritariamente al canal Horeca no estén encontrando salida. Tal es el caso de la patata en formato de 10kg, una patata muy demandada en bares y restaurantes y que se ha visto especialmente afectada por el cierre parcial de los mismos.
Como respuesta a esta difícil situación, y adicionalmente a su surtido habitual de patatas de origen nacional, Lidl pone a la venta esta semana en la gran mayoría de **sus tiendas en España más de 600 toneladas de patata en formato de 10kg, contribuyendo así a dar salida a un producto inicialmente destinado al canal Horeca.**

## Lidl, cliente número uno de la huerta española

Desde hace años, Lidl se ha convertido en el cliente número 1 de la huerta española y en su principal plataforma de exportación. Según un estudio de la **consultora PwC**, **la cadena ya compra un 16,3% de toda la fruta y la verdura que se produce en nuestro país y concentra un 14% de toda su exportación.** Y 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.

### El compromiso de Lidl con España

Desde su responsabilidad como gran empresa, **Lidl trabaja más que nunca para reforzar su compromiso con España** y contribuir de forma decidida al desarrollo económico, laboral y social del país ante el actual contexto de dificultad. En este sentido, la compañía continúa generando riqueza en todo el territorio gracias a la apertura de nuevas tiendas y plataformas logísticas, la creación de nuevos puestos de trabajo de calidad y la compra de más producto nacional y regional, impulsando e internacionalizando los negocios de sus proveedores. Todo ello estando cerca de los colectivos más vulnerables con proyectos que permiten mejorar sus vidas, sin renunciar en ningún momento a la sostenibilidad como eje principal de su actividad y ofreciendo siempre la cesta de la compra más barata del mercado a sus clientes.