Lidl duplica sus compras nacionales de flores, plantas y sustratos hasta los 10 M€ en 2020

Lidl prosigue en su firme compromiso por dinamizar el sector agrícola español, poniendo en valor la calidad de sus productos y ejerciendo un papel clave como plataforma de distribución con cada vez más compras.

En este sentido, la cadena de supermercados llegó a adquirir flores, plantas y sustratos de origen nacional por valor de más de 10 M€ en 2020, cifra que le permite duplicar la registrada en 2019 (unos 5 M€) y afianzar también su liderazgo en esta categoría dentro de su sector.

Este hito supone una nueva muestra de la decidida apuesta de Lidl por el proveedor y el producto español. En concreto, en 2020 la compañía incrementó hasta un 84% el número de flores, plantas y sustratos comercializados en sus más de 600 tiendas en España respecto al año anterior, contribuyendo así a dar salida a parte de la producción del sector agrícola en un contexto marcado por la crisis sanitaria y las restricciones derivadas.

“En momentos de incertidumbre, en Lidl damos un nuevo paso adelante para demostrar con hechos nuestro apoyo incondicional al campo español, con quien queremos seguir creciendo para impulsar su desarrollo en los próximos años”, comenta el director general de Compras de Lidl España, Miguel Paradela, quien añade que “en el caso de nuestras flores, plantas y sustratos, estamos trabajando ya con ocho proveedores de CCAA como Andalucía, Galicia, Canarias, la

Comunidad de Madrid o Cataluña, toda una declaración de intenciones con la que queremos ofrecer a nuestros clientes cada vez más artículos de temporada y también proximidad de una categoría con margen de recorrido y por la que seguiremos apostando en el futuro”.

Amplia oferta y nuevas tendencias

La oferta de Lidl está formada en su mayoría por plantas verdes de interior o decorativas como la yucca o la drácena (disponibles en distintas épocas del año); flores como la cala, la begonia, la lavanda o la flor de Pascua (disponibles según la temporada); y tierra para trasplante o abono.

En este sentido, y en un año especialmente marcado por el consumo en el hogar, las flores de temporada como el geranio, la petunia o el clavel se han erigido entre los artículos más demandados por los clientes en esta categoría.

En paralelo, y en su objetivo por acercar siempre las últimas tendencias de consumo a sus clientes sin renunciar a la mejor relación calidad-precio, la cadena de supermercados ya ofrece uno de los surtidos para huerto urbano más amplios del sector (para el cultivo de frutas y verduras como tomates, pepinos, pimientos de padrón, berenjenas o fresas) así como una gama de sustratos BIO de marca propia.

Lidl, compromiso con el sector agrícola y cliente nº1 de la huerta española

Esta nueva muestra del compromiso de Lidl con el sector agrícola es también extensiva a la huerta española, de la que la compañía es desde hace años su cliente nº1 y 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.