Lidl incrementa un 70% su apuesta por el alimento gallego de calidad

En su compromiso con el producto gallego, en los dos últimos años, la cadena ha reforzado progresivamente sus compras de artículos con estos distintivos para fomentar su consumo y poner en valor la "Marca Galicia". Entre la veintena de artículos de DO e IGP que ya comercializa destacan el mejillón gallego y el queso Arzúa-Ulloa y en este 2021 tiene previsto incorporar nuevas referencias como castañas y grelos con IGP.

El impulso de Lidl a la oferta del producto gallego de calidad ha promovido un incremento de casi el **70% de las compras de alimentos con Denominación de Origen Protegida** (DOP) e Indicación Geográfica Protegida (IGP) en los últimos dos años. En la actualidad, la cadena oferta en sus 33 establecimientos de la comunidad referencias vinculadas a cuatro de las seis DOP ('Mejillón de Galicia', 'Queso Tetilla', 'Queso Arzúa-Ulloa' y 'Queso San Simón da Costa') y a otras cuatro IGP ('Faba de Lourenzá', 'Miel de Galicia', 'Patata de Galicia' y 'Ternera Gallega'). Algunas de ellas se comercializan de forma continuada y otras en temporada.

De este modo, Lidl ya pondrá a disposición de sus clientes en Galicia la mitad de la veintena de distinciones de calidad vinculadas a alimentos que se contabilizan en la región. Tal como señala el director regional de Lidl en Galicia, Jaime Herrá, "desde que en 2014 incorporamos a nuestro surtido la patata gallega de IGP, nuestra apuesta por los alimentos con ADN gallego no ha dejado

de crecer", una decisión que avala "tanto nuestro compromiso con los productores de proximidad como la excelente aceptación que tienen en el mercado todos estos productos". De este modo, los alimentos avalados
por una DOP o una IGP ya rozan la veintena de referencias, el doble que hace un año.

En línea con su compromiso con el producto y proveedor local, en 2020 Lidl duplicó el número de artículos gallegos que vende en sus tiendas de la región, llegando a cerca de un centenar. Si bien la presencia de alguno de ellos estuvo puntualmente limitado a una campaña concreta en el tiempo, "su gran atractivo hace que acaben consolidándose entre nuestra oferta de continuidad en Galicia y en algunos casos también en el resto de nuestras tiendas de España", señala Herrá, en referencia a alimentos vinculados a la implicación de la marca en acciones como la de Super Feirón, enmarcada en la iniciativa de "Mercaproximidade".

La cadena se adhirió a ella el año pasado para incentivar la compra y el consumo de productos agroalimentarios gallegos y contribuir así a la continuidad de pequeños productores que, ante el cierre de establecimientos provocado por el Estado de Alarma, vieron reducidas sus posibilidades de acceder al mercado.

El otoño de 2020 marcó "un antes y un después", en palabras del director regional de Lidl en Galicia, ya que en esa estación se incorporaron a los lineales unidades de 'porco celta', 'ternera galega' o productos del campo como lechuga (batavia y trocadero), manzana (reineta y golden), col (rizada y picuda), calabaza o cebolla. **Todo ello ha permitido que Lidl haya intensificado su compromiso con el productor gallego al alcanzar un volumen de compras superior a los 1.000 millones de euros** en los últimos cuatro años. De esta inversión se han beneficiado tanto nuevos proveedores como otros ya habituales a los que se les ha incrementado el importe de las adquisiciones.

Además, la marca continuará con su apuesta por el alimento gallego lejos de las cuatro provincias de esta comunidad. **A día de hoy, Lidl trabaja con 60 proveedores gallegos** a los que adquiere habitualmente unas 400 referencias. Muchas de ellas, se venden en sus más de 600 tiendas en España, y en algunos casos, se exportan a su red de más de 11.000 establecimientos en 30 países de Europa.

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, 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.

Acerca de Lidl: es una cadena de distribución posicionada a medio camino entre el hard discount y el supermercado tradicional. **Presente desde hace más de 25 años en España, la compañía cuenta en la actualidad con una red de más de 600 tiendas** y 10 plataformas logísticas y con una plantilla de más de 16.000 empleados.

Lidl también trabaja estrechamente con unos 750 proveedores nacionales a los que compra producto por valor de más de 4.600 M€ anuales, exportando más de la mitad. Lidl Supermercados es la filial en España de la alemana Lidl Stiftung, quien junto a la cadena de hipermercados Kaufland conforma el Grupo Schwarz, cuarto operador mundial en el ámbito de la distribución alimentaria. Lidl como grupo es la cadena de supermercados líder en Europa y está presente en 32 países del mundo, con una estructura de más de 11.200 establecimientos y alrededor de 200 centros logísticos y con una plantilla de más de 310.000 personas.