Lidl incrementa un 70% sus compras en Navarra en cinco años

La cadena de supermercados Lidl prosigue así en su apuesta por el producto navarro, colaborando de forma estrecha con cerca de 30 proveedores para fomentar entre sus clientes el consumo de artículos de proximidad como carnes, frutas y verduras, panes o conservas

La firme y decidida apuesta de Lidl por la industria agroalimentaria navarra vuelve a evidenciarse con nuevas compras récord por parte de la compañía. En los últimos cinco años (periodo 2018-2022), por ejemplo, la cadena de supermercados ha incrementado un 70% sus compras en Navarra hasta superar ya los 200 M€ anuales. En total, Lidl ha adquirido producto de esta región por valor de en torno a 800 M€ durante este mismo lustro.

"*Como empresa, trabajamos día a día para poner a disposición de nuestros clientes los mejores productos de nuestra tierra, cuya calidad es ampliamente reconocida dentro y fuera de nuestras*

fronteras, siendo el crecimiento exponencial de nuestras compras en Navarra una clara muestra de todo ello", comenta el director regional de Lidl en Navarra, Joan Sanromà, quien añade que "*actualmente colaboramos de forma estrecha con unos 30 proveedores de esta región, lo que hace posible fomentar entre nuestros clientes el consumo de artículos de proximidad como carnes, frutas y verduras, panes o conservas*".

Estas últimas son precisamente las familias de producto que engloban la mayor parte de las referencias procedentes de la Comunidad Foral que Lidl oferta en los lineales de sus tiendas tanto nacionales como internacionales. **En el periodo 2018-2022, la compañía ha aumentado un 31% el número de artículos navarros presentes en su surtido en un u otro momento del año, pasando de alrededor de 230 referencias a las prácticamente 300 que ya comercializa.**

Plataforma de exportación de producto navarro

Todo ello permite a Lidl continuar afianzando su posición como *partner* estratégico de la industria agroalimentaria de Navarra. Sin embargo, otra de las claves de la estrategia de compras de la cadena de supermercados en esta región pasa por ejercer un papel clave como plataforma de exportación de producto navarro. "*A día de hoy exportamos un 10% de todo lo que adquirimos en esta CCAA, el equivalente a unos 20 M€ anuales. Este es un hecho diferencial que abre las puertas de nuevos mercados a nuestros proveedores navarros, acompañándoles en el desarrollo de sus negocios y posibilitando que todo lo producido aquí llegue más lejos a través de nuestra extensa red de establecimientos en Europa*", asegura Sanromà.

Presencia e impacto en Navarra

Más allá de sus compras récord, la apuesta de Lidl por Navarra también se refleja en su gran capacidad para inaugurar puntos de venta modernos y sostenibles y crear nuevos puestos de trabajo estables y de calidad. Actualmente, la compañía suma ocho tiendas en la Comunidad Foral tras haber estrenado centros en municipios como Cordovilla (P.I. de Cordovilla, s/n), Burlada (C/ Iturrondo, 19) o Huarte (C/ Intxaurdia, 1) en los últimos años, y cuenta con un equipo de más de 160 personas tras haber incrementado un 33% su plantilla en esta región en el último lustro.

Gracias a su actividad, **Lidl ya aporta unos 160 M€ anuales al PIB de Navarra** (un 0,85% del total autonómico) y ya es responsable de más de 3.300 empleos directos, indirectos e inducidos en esta CCAA (un 1,18% del total autonómico), según datos de PwC.

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. En este sentido, la compañía continúa generando valor compartido en todo el territorio gracias a la apertura de nuevas tiendas y plataformas logísticas, la creación de nuevos puestos de

trabajo estables y 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 a sus clientes.