



COMUNICADO DE PRENSA

La marca compra 90.000 kilos de este molusco fresco para sus tiendas de la comunidad

Lidl vende por primera vez mejillón gallego fresco con DOP

- ***La incorporación de este alimento al surtido permanente de la marca (con la única excepción de abril a junio, coincidiendo con el parón biológico de la producción) ratifica su compromiso con el sector primario de la región***
- ***La cadena prevé exportar en 2022 casi 2,4 millones de packs de mejillón gallego en conserva a países como Alemania, Bélgica, Suiza, Polonia o Estados Unidos, entre otros***
- ***La marca continúa incrementando su oferta de productos con sello de calidad (DOP e IGP) hasta alcanzar la decena, el doble que en 2020***

Galicia, 22 septiembre de 2021- Lidl oferta desde este año mejillón gallego fresco con Denominación de Origen Protegida en sus 33 tiendas de la comunidad. En concreto, la marca pone solo en este 2021 unos 90.000 kilos a disposición de los clientes gallegos y de los usuarios de los establecimientos bajo el área de influencia de la plataforma logística de Narón (Asturias y occidente de Castilla y León).

Este producto fresco, incorporado al surtido permanente de la cadena (se oferta en continuidad, salvo en los meses de abril, mayo y junio, coincidiendo con el parón biológico de la producción), ratifica el compromiso de Lidl con el sector primario de la región y, más concretamente, con los alimentos derivados del mar.

Tal como señala el director regional de Lidl en Galicia, Jaime Herrá, “*la respuesta de los gallegos está siendo muy favorable, lo que nos lleva a valorar no solo incrementar el volumen de compras en próximos ejercicios, sino también sumar nuevas referencias vinculadas a la costa de la comunidad*”. De hecho, a la inversión realizada en mejillón hay que sumar la vinculada a otras referencias del mar producidas por proveedores gallegos, que importan materia prima para su actividad.

Venta en conservas y exportación

El estreno en el mejillón fresco se suma a la oferta de este alimento en conserva, del que solo en 2021 ha adquirido prácticamente tres millones de packs de latas para su comercialización en toda España y también en el extranjero. De ellos, unas 750.000 unidades se corresponden con el alimento en salsa picante, mientras que el escabeche alcanza casi los 2,2 millones de producto; ambas referencias se venden durante todo el año.

El atractivo del molusco provocará que pase de exportar 1.043.000 packs en 2021 -alrededor de un 35% del total adquirido para este ejercicio- a 2.365.000 unidades el próximo año, que llegarán a países como Alemania, Bélgica, Suiza, Polonia o Estados Unidos, entre otros, al amparo de la iniciativa temática 'Sol & Mar'.

De este modo, el éxito de este producto, tanto dentro de España como fuera del país, llevará a Lidl a reforzar su compromiso con proveedores gallegos como Conservas Antonio Alonso o Mariscos Linamar. *"Se trata de un sector que solo en la comunidad genera 4.000 puestos de trabajo en unas 1.900 empresas, según cifras de la propia DOP y, por supuesto, nuestra empresa no puede ser ajena a ello"*, subraya Herrá.

Por su parte, representantes de Linamar señalan que *"se trata de una gran apuesta para poner en valor un producto con un altísimo valor nutricional, como es el mejillón de Galicia"*, al tiempo que recalcan que *"compartimos esta filosofía de poner en primera línea este alimento"*.

Producto gallego con DO e IGP

La llegada del mejillón fresco gallego a los lineales de la marca supone un nuevo hito en su oferta de producto con sello de calidad, ya que en los últimos dos años ha comprado un 70% más de alimentos con Denominación de Origen Protegida (DOP) e Indicación Geográfica Protegida (IGP). Así, el molusco comparte protagonismo con referencias como las vinculadas al 'Queso Tetilla', 'Queso Arzúa-Ulloa', 'Queso San Simón da Costa', 'Faba de Lourenzá', 'Miel de Galicia', 'Patata de Galicia' o 'Ternera Gallega', que justamente entraba en la oferta de Lidl en el pasado otoño.

Compromiso con el proveedor gallego

En 2020 la cadena de supermercados ofertó en sus lineales artículos de más de 75 proveedores gallegos, lo que supuso un aumento del 35% con respecto al ejercicio anterior, reforzando su apuesta por poner en valor la calidad de los productos de proximidad.

A lo largo del pasado ejercicio la marca llevó a cabo compras de producto gallego por un valor de unos 270M€, exportando un 24% a sus puntos de venta internacionales, conformado por una red de 11.500 tiendas en una treintena de países.

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.

Acerca de Lidl

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 630 tiendas y 11 plataformas logísticas y con una plantilla de más de 17.000 empleados. Lidl también trabaja estrechamente con unos 850 proveedores nacionales a los que compra producto por valor de más de 5.200 M€ anuales, exportando más de la mitad.

Lidl Supermercados es la filial en España de la alemana Lidl Stiftung, que a su vez está integrada en 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 11.500 establecimientos y alrededor de 200 centros logísticos y con una plantilla de más de 341.000 personas

Para más información

Atalaya Comunicación

Tel.: 604 022 639

pablovsande@atalayacomunicacion.com

