



## **COMUNICADO DE PRENSA**

*En su apuesta por la región, la marca ha incrementado un 40% el número de proveedores locales con los que trabaja con respecto a 2019*

### **Lidl destina 800 millones de euros en compras a proveedores gallegos en los últimos tres ejercicios**

- *En su compromiso con la industria agroalimentaria y ganadera gallega, Lidl intensifica en sus puntos de venta la presencia de artículos locales como lácteos, aceite, vinos, congelados o productos del campo gallego, entre otros*
- *Esta apuesta por el producto de la región también se ha visto reflejada en este tiempo en un incremento de cerca del 30% en el número de referencias gallegas que la compañía pone a disposición de sus clientes en sus tiendas nacionales e internacionales, superando ya las 450*
- *La cadena de supermercados intensifica la presencia internacional de artículos regionales al destinar el 27% de sus compras (unos 70M€ en el último año fiscal) a mercados extranjeros*

**Galicia, XX de junio de 2022** – El compromiso de Lidl con Galicia se ve reflejado, una vez más, en su decidida apuesta por la industria agroalimentaria y ganadera de esta comunidad en la que, en los últimos tres años, ha destinado en total unos 800 millones de euros a compras realizadas a proveedores de las cuatro provincias gallegas. De manera progresiva, la cadena ha intensificado sus compras de referencias locales como lácteos, aceite, vinos, congelados o productos del campo gallego, entre otros.

### **Compromiso firme y prolongado con el proveedor gallego**

Como es lógico, este refuerzo de la cadena de supermercados en su apuesta por el producto regional implica también la potenciación de su estrategia de colaboración con empresas locales que representan, en gran medida, la clave del éxito de su actividad en la región. Durante los últimos tres años, la compañía

ha dado un salto importante en este aspecto, no solo cualitativo sino también cuantitativo, al incrementar un 40% el número de proveedores con los que trabaja en la comunidad (que ya roza el centenar) y que se refleja en un volumen global de compras que supera, con creces, los 250 millones de euros en su último ejercicio fiscal.

### **Más referencias gallegas en sus lineales**

La incorporación de nuevos proveedores, sumada al incremento en la adquisición recurrente a sus colaboradores habituales, ha permitido que la cadena de supermercados también haya aumentado, durante los últimos tres ejercicios, cerca de un 30% el número de artículos de la región que oferta en los lineales de sus puntos de venta nacionales e internaciones.

En concreto, Lidl comercializa más de un centenar de productos típicamente gallegos en los establecimientos de las cuatro provincias bajo el sello '*É galego, é bo*', con el que los consumidores puedan identificar el origen de los alimentos al tiempo que pone en valor el sector primario gallego. Adicionalmente compra otras 350 referencias en la región que vende en sus tiendas de España y Europa.

En este sentido, el aceite de oliva virgen extra *Abril*, la leche *Feiraco*, las cremas de chocolate *Clesa* o el vino *Abadía Nostín Godello* son alguna de las novedades regionales que la cadena de supermercados ha introducido durante el último ejercicio fiscal 2021 en sus puntos de venta.

El director regional de Lidl en Galicia, Jaime Herrá, subraya con respecto a este balance que "*no nos conformamos con esta cifra histórica de compromiso con Galicia, sino que seguiremos aumentando la presencia de unos alimentos que son muy valorados dentro y fuera de la comunidad*". "*Del mismo modo que estamos buscando nuevos solares y nuevas naves con las que poder incrementar nuestro número de establecimientos en la comunidad, también continuamos reforzando nuestro impulso al alimento gallego de calidad y, por supuesto, en la búsqueda de nuevos proveedores*", señala.

## **Galicia, en el mapa de prioridades para Lidl**

Por otra parte, Herrá detalla que *“Galicia es un territorio prioritario para Lidl, que quiere seguir incidiendo en su apuesta por poner a esta comunidad y a su población en el mapa”* desde un doble punto de vista: la creciente presencia de productos de la comunidad en el mercado internacional y el incremento del número de puntos de venta en la región.

Al abrigo de esta estrategia, Lidl sigue acentuando su apuesta por la exportación de alimentos gallegos, como refleja el volumen de productos adquiridos para su venta en mercados internacionales. En concreto, cerca del 30% de la inversión en compras realizada a proveedores de la comunidad (unos 70 millones de euros) se traslada a países extranjeros, por ejemplo, lácteos, verduras del campo gallego, vinos, congelados y alimentos derivados del mar como el mejillón fresco con DOP, entre otros.

En segundo lugar, la expansión de la marca en la comunidad se refleja en el incremento del número de establecimientos abiertos en las cuatro provincias. A este respecto, Herrá no duda en reivindicar el *“salto cuantitativo y cualitativo”* que suponen las 4 tiendas más con las que contará la marca al cierre de este año, en comparación con el ejercicio previo a la pandemia. *“Desde 2019 hemos ganado presencia en ubicaciones estratégicas que nos han brindado una gran acogida y otras en las que nos instalamos por primera vez, como en O Val Miñor (establecimiento de Nigrán) o Tabeirós Terras de Montes (tienda de A Estrada), además de apuntalar en este periodo nuestra penetración en la comunidad con la inauguración de la tienda más grande de la región en la calle Jacinto Benavente de Vigo”*, recuerda Herrá.

---

### **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](mailto:pablovsande@atalayacomunicacion.com)

