

Radio Star Terrassa 100.5 Fm --- La Cultural de Terrassa

<http://radiostarterrassa.com/news.php?item.4210>

Página 1/3

El Frutitour arriba a Terrassa amb l'objectiu de fomentar hàbits de vida saludables entre els més petits

Director, Tuesday 21 June 2016 - 17:17:42

Només el 11% de la població adulta espanyola consumeix les 5 racions de fruita i verdura diàries que recomanen els experts, segons el primer Estudi Lidl sobre el consum d'aquests aliments.

Amb l'objectiu de conscienciar a la població espanyola de la necessitat de canviar els hàbits alimentaris des de la infància, Lidl, en col·laboració amb 5 al dia, impulsa la iniciativa Frutitour, que recorre a 70 municipis espanyols fins a finals d'any i arribarà a més de 30.000 escolars.

Terrassa, 22 de juny de 2016.- La campanya itinerant Frutitour, impulsada per Lidl en col·laboració amb 5 al dia, visita Terrassa el 22 de juny amb l'objectiu de conscienciar a la població, i especialment als més petits, sobre la importància de consumir les cinc racions de fruita i verdura diàries recomanades pels experts.

Nens, adolescents i adults estan convidats a visitar la unitat mòbil de la iniciativa, que compta amb panels didàctics interactius desenvolupats per experts en nutrició on es celebren tallers sobre alimentació saludable, per aprendre a gaudir de les fruites i de les verdures de manera fàcil i divertida. A l'exterior, també es realitzen activitats lúdiques esportives.

El Frutitour s'instal·larà al Parc dels Catalans de Terrassa i obrirà al públic en horari de 10:00 a 14:00 i de 17:00 a 21:00 hores. Pel matí, la unitat mòbil de Lidl rebrà la visita de la Zona Esportiva de Can Jofresa i, per la tarda, també el visitaran el Casal d'Avis Can Aurell i l'AAVV Pere Parres. Tots ells realitzaran diversos tallers sobre nutrició, organitzats i dinamitzats per experts.

Michaela Reischl, responsable de Responsabilitat Social Corporativa (RSC) de Lidl Espanya, assegura que aquesta iniciativa suposa un gran pas per a Lidl, que manté un ferm compromís per contribuir a millorar els hàbits alimentaris de la societat. Amb aquesta campanya de conscienciació volem acostar-nos al públic de forma divertida, ja que som conscients que encara queda molta feina per fer.

Radio Star Terrassa 100.5 Fm --- La Cultural de Terrassa

<http://radiostarterrassa.com/news.php?item.4210>

Pàgina 2/3

Frutitour , una campanya itinerant per a fomentar hàbits de vida saludables

El Frutitour de Lidl en col·laboració amb 5 al dia és una campanya itinerant focalitzada en la importància de consumir les cinc racions de fruita i verdura diàries recomanades pels experts, així com completar una dieta equilibrada amb la pràctica regular d'exercici físic.

L'objectiu és arribar a impactar a 30.000 nens d'arreu del país, amb una campanya que segueix les recomanacions donades per l'Organització Mundial de la Salut (OMS) d'una dieta baixa en grasses saturades, sodi i sucres afegits. I, rica en fruites, hortalisses, cereals integrals (pa, pasta, arròs) y llegums, entre d'altres, així com un estil de vida actiu per a prevenir les malalties cròniques més comuns (obesitat, diabetis, malalties cardiovasculars, càncer).

Segons Joaquín Rey, president de l'associació 5 al dia, el consum de, com a mínim, 600gr/persona/dia de hortalisses podria evitar la mort de 2,7 milions de persones, així com el 19% dels casos de càncer gastrointestinal i el 31% dels casos de cardiopatia isquèmica.

El passat mes de març, Lidl fou premiat per l'organització 5 al dia pel seu compromís amb la difusió de missatges saludables i la promoció del consum de fruita i verdura. Ara, les dues entitats, s'han unit amb aquest objectiu impulsant el Frutitour, que recorre a més de 70 municipis de 15 Comunitats Autònomes, oferint informacions i consells desenvolupats per 5 al dia per tal de fer pedagogia en matèria d'hàbits de vida saludable entre la població.

Consum a nivell estatal:

Espanya suspèn en el consum de fruites, verdures i hortalisses. De fet, només el 11% de la població adulta afirma consumir les cinc racions recomanades pels experts. Tot i aquesta dada, més del 50% dels enquestats afirma haver incrementat el consum de fruita i verdura en els últims 5 anys. Així ho posa de manifest el l'Estudi Lidl 5 al dia, presentat recentment.

La falta d'hàbits alimentaris saludables afecta a totes les edats, i és especialment preocupant entre els menors, ja que els seus hàbits de consum afectaran al seu desenvolupament i creixement. De fet, 3 de cada 10 nens adolescents mengen verdura i hortalisses només un cop al dia, i el 26% ho fa entre dos i quatre vegades a la setmana. A més a més, únicament el 36% dels pares considera que els seus fills no mengen aquests aliments en les quantitats adequades.

Lidl, primer comprador de l'horta espanyola

Lidl Espanya compra productes de l'horta espanyola, que comercialitza als 27 països europeus, en els que està present a través de les seves 10.000 botigues. Així, només al 2015 Lidl va comprar al sector agroalimentari espanyol productes de l'horta per un valor de més de 3.000 milions d'euros, dels quals la meitat s'exportaren. Xifres que ens han fet ocupar la posició com a client número 1 de l'horta espanyola, ja que Lidl compra més d'un milió de tones de fruita i verdura al camp espanyol, el que correspon al 6% de la producció agrària total.

Lidl Supermercats, filial a Espanya de l'alemanya Lidl Stiftung, és una cadena de supermercats posicionada a mig camí entre el hard discount i el supermercat tradicional. Lidl Stiftung forma, juntament amb la cadena d'hipermercats Kaufland, el Grup Schwarz. Amb una facturació total de 79.000 milions d'euros al 2014, el Grup Schwarz ocupa el 4t lloc a nivell mundial en la classificació de distribució d'alimentació i està present actualment a 27 països d'Europa amb una xarxa al voltant de 10.000 establiments.

Lidl Supermercats entrà al mercat espanyol el 1994 amb l'obertura de la primera botiga a la ciutat de Lleida (Catalunya). Actualment compta amb una estructura de més de 535 botigues, nou plataformes logístiques (València, Vitòria, Sevilla, Madrid, Barcelona, A Coruña, Màlaga, Murcia i Tenerife) i un equip humà integrat per 11.500 professionals.