

cadena de valor



Millorem la competitivitat comercial

"Innovem per satisfer les demandes dels consumidors i consumidoros"

Javier Amezaga | DIRECTOR GENERAL DE RECURSOS
memoria.eroski.es/ca/cadenadevalor



Crear valor per als socis i sòcies consumidors mou la nostra feina diària. Amb la posada en marxa del model "amb tu", aquesta diferència es trasllada a tot el cicle de la distribució, amb l'objectiu de ser més eficients, competitius i aconseguir la millor oferta de productes i serveis per als clients. Aquesta diferència es plasma en els eixos estratègics de la cooperativa i en cada pas que fem per optimitzar els recursos, sempre amb l'objectiu final de crear valor per als consumidors.

Per això, el nostre Pla de Millora d'Eficiència 2017-2020 inclou innovacions a tota la cadena de valor amb projectes que van des de la negociació amb proveïdors i socis, fins a la construcció d'una relació més personalitzada amb els socis i sòcies clients, passant per tots els processos comercials i logístics. Gràcies a les nostres 22 plataformes logístiques, hem assolit grans millores en la cadena de subministrament i en l'aprovisionament eficient de tots els centres. Tot plegat tenint en compte que som un grup omnicanal, i que tenim diferents formes de relacionar-nos amb tots els grups d'interès. Així, hem millorat el servei de compra en línia creant més punts de recollida i facilitant el lliurament el mateix dia.

Avui treballem amb una àmplia xarxa de productors locals i regionals, d'acord amb una política de compres i aprovisionament adaptada a la seva dimensió. I és que també hem estat pioners en la creació d'un planter de proveïdors que ens permet disposar de la millor oferta de proximitat, ja que per a la majoria dels nostres consumidors i consumidoros som una referència a l'hora de comprar producte local de qualitat.

Recentment hem publicat els nous compromisos d'EROSKI en salut i sostenibilitat per promoure una alimentació saludable i un consum més responsable, que inclou innovacions permanents en la marca pròpia, en la relació amb les marques de fabricant i en les relacions amb els proveïdors locals. Per impulsar

aquests dos eixos, continuem buscant nous socis, creem aliances per optimitzar els processos de compra i fem partícips tots els socis i sòcies treballadors i socis i sòcies consumidoros de les grans decisions del grup, per situar-lo com a ensenya de referència a les compres de proximitat i a la resta de canals.

Innovem en tota la cadena de valor per ser més eficients i satisfer les demandes dels consumidors i consumidoros

Col·laborem amb gairebé **4.500 proveïdors agroalimentaris** de totes les regions on som presents

Hem incorporat **1.768 noves referències de productes locals**, ampliant l'oferta a més de 22.000 referències en total

Hem llançat **260 nous productes de marques pròpies** i 104 més han estat reformulats en el marc del pla de millora nutricional

En els últims cinc anys, hem **reduït en un 14% les emissions de gasos contaminants** a l'atmosfera a causa del transport

El 2017 hem **evitat 1.670 tones d'emissions de CO₂**, gràcies a les millores en la cadena de valor

El nostre grup ha aconseguit **reciclar 25.081 tones de residus**

Tenim **22 plataformes logístiques**, que sumen 360.000 m² i per les quals transiten més d'un milió de caixes al dia

Adherits a la plataforma "Lean & Green" per reduir les emissions contaminants en els processos logístics

Creem propostes personalitzades

La nostra cadena de valor està orientada a satisfer cadascun dels clients i clientes amb una proposta cada cop més personalitzada, amb més llibertat d'elecció i més estalvi a les compres. Busquem construir la cadena de valor més eficient a partir de la màxima satisfacció dels clients, per als quals continuem innovant en tots els àmbits de la cadena de subministrament i a la gestió logística.

Així, gràcies a les nostres plataformes avançades, hem aconseguit automatitzar gran part de la distribució, com en el cas d'Elorrio (Biscaia) i Saragossa, o el cas de l'automatització dels processos de preparació de les comandes de fruita i verdura a Mallorca.

En la mateixa línia, hem impulsat aquest any les trobades estratègiques amb els proveïdors. Perquè entenem que els fabricants i distribuïdors hem de col·laborar per aconseguir una cadena d'aprovisionament més eficient i optimitzada.

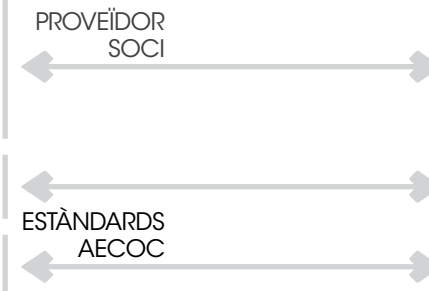
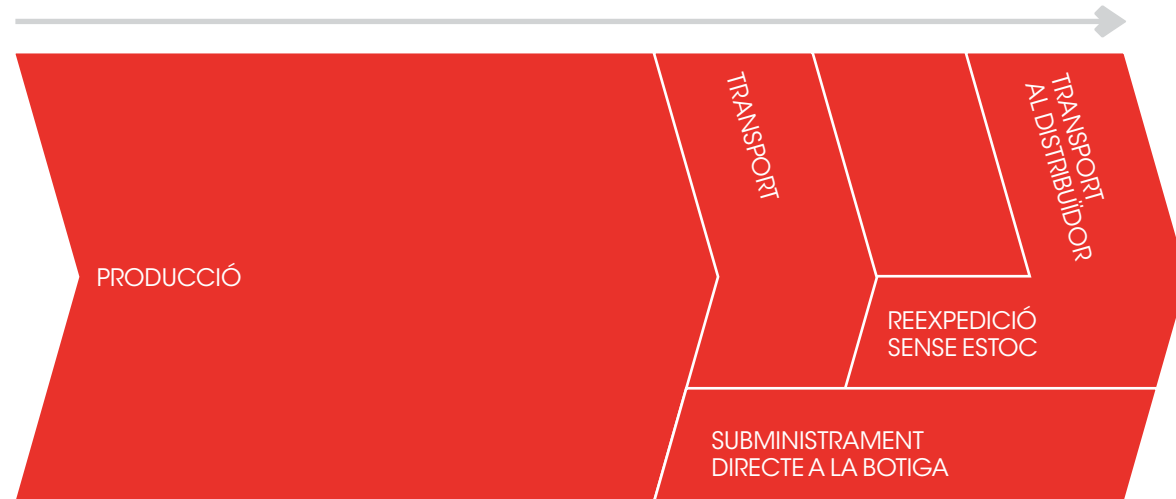
El nou Pla de Gestió Logística, engegat el 2017 amb la mirada posada en l'any 2020, inclou grans avanços en aquest terreny, com la revisió dels criteris actuals de vida útil exigida als diferents punts de la cadena de subministrament, controlant sempre el risc a les nostres plataformes i preservant alhora la vida útil destinada al client final. Per això, hem sistematitzat la revisió del flux òptim per referència, que estarà

condicionat per la rotació de la referència i el cost del subministrament en una modalitat o una altra. Aquesta sistematització permetrà adequar els fluxos a l'evolució de la demanda de les diferents referències.

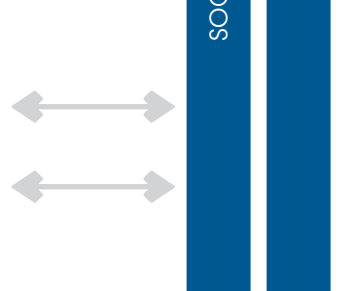
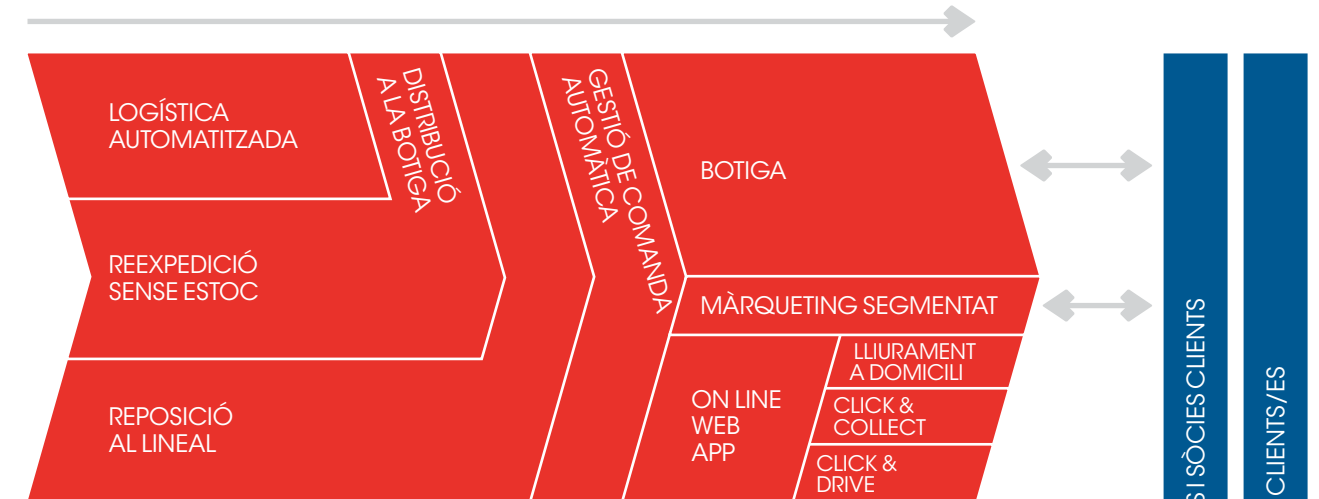
Avançarem també en l'extensió de la graella de descàrrega en els processos de refrigeració i congelació implantant-la a la resta de plataformes pendents, la qual cosa permetrà planificar i agilitzar les descàrregues a les nostres plataformes i evitar temps d'espera innecessaris.

La cadena de valor d'EROSKI

PROVEÏDOR



EROSKI

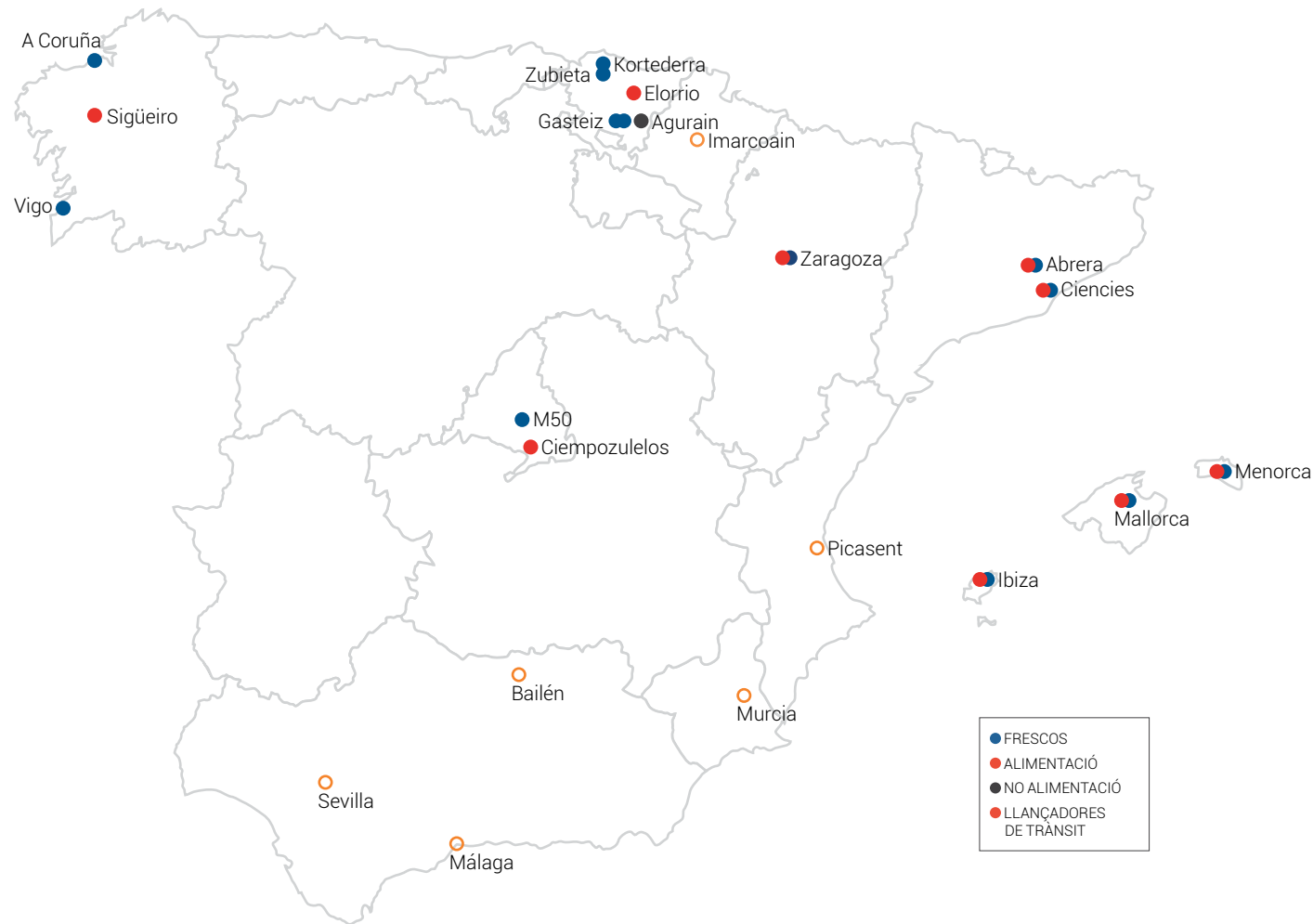


Mapa de les plataformes logístiques

EROSKI té actualment una xarxa logística composta per 22 plataformes, 12 de les quals estan dedicades a frescos, 9 a alimentació i 1 a productes no alimentaris, juntament amb 6 llançadores de trànsit. Aquest mapa de plataformes logístiques i llançadores arriba als 360.000 m² de superfície, i ofereix una cobertura logística altament eficient a l'actual xarxa comercial, per la qual flueixen fins a un milió de caixes diàries.

Les plataformes logístiques de Madrid, Elorrio (Biscaia), Saragossa i Mallorca estan altament automatitzades, fet que permet augmentar la gamma de productes i donar més llibertat d'elecció als consumidors i consumidores. També escurcen els temps entre la recollida i la disponibilitat a la botiga per augmentar l'especialització en aliments frescos, especialment en els productes de temporada.

L'organització logística d'EROSKI està basada en 5 àrees: Plataforma, Aprovisionament i Transport, i les àrees transversals Projectes i Millora Contínua i Cadena de Valor, que coordinen i busquen sinergies entre les anteriors.



Nous entorns de col·laboració amb proveïdors

EROSKI treballa actualment en el desenvolupament d'entorns de col·laboració innovadors amb proveïdors, amb l'objectiu de millorar la competitivitat de l'oferta comercial.

Aquesta iniciativa permetrà prendre decisions compartides que millorin l'experiència del consumidor en àrees clau, com l'amplitud d'assortiment i la llibertat d'elecció, el preu, la promoció, i la recerca i desenvolupament de nous productes.



Nou servei exprès de lliurament a domicili

El servei de compres en línia d'EROSKI, reconegut com el millor d'Espanya, proposa una nova modalitat de lliurament a domicili el mateix dia que ja funciona a Bilbao, Vitòria, San Sebastià i Pamplona. El lliurament de les comandes en línia a domicili el mateix dia es fa de dilluns a divendres i sense cost addicional per al client, que ha de realitzar la comanda abans de les 15:00 hores. Durant els primers dies de funcionament, més del 20% dels clients va optar per sol·licitar el lliurament el mateix dia.

Aquesta nova modalitat de lliurament immediata suposa un servei afegit a l'actual lliurament el mateix dia als punts de recollida Click & Drive i Click & Collect, on els clients poden recollir les comandes fetes a EROSKI en línia al cap de poques hores, sense cues ni esperes.

Reducció d'emissions de CO₂

L'actual model de transport ha suposat canvis en la planificació de totes les rutes, des dels proveïdors fins a les plataformes, així com la distribució capillar des d'aquestes últimes fins a les botigues. Aquest sistema de gestió (TMS) optimitza la planificació i el monitoratge de rutes, millora l'ompliment de mercaderia i estalvia trajectes, temps de conducció, quilòmetres recorreguts i combustible.

En els últims cinc anys hem reduït un 14% les emissions per transport, la qual cosa suposa evitar més de 8.000 tones d'emissions equivalents de CO₂. Només en l'últim exercici s'han evitat 1.670 tones de CO₂.

Projecte "Lean & Green"

Reduir l'impacte ambiental de les botigues, les instal·lacions i els processos continua sent un dels nostres grans compromisos. En aquest context, EROSKI i quinze empreses més del sector del consum s'han incorporat a la plataforma europea Lean & Green, especialment adreçada a reduir les emissions associades a la cadena de subministrament fins a un 20% en un termini màxim de cinc anys. Per això, estem elaborant un pla d'acció que inclourà tant un càlcul detallat de la nostra petjada de carboni com una sèrie de mesures de millora planificades per aconseguir reduir-la.



AGECORE, la principal aliança europea de compra

L'aliança internacional Agecore constitueix la principal aliança europea de compres. Està formada per EROSKI, el Grup ITM (França), EDEKA (Alemanya), COLRUYT (Bèlgica), CONAD (Itàlia) i COOP (Suïssa) i, des dels valors per constituir empreses independents, comparteixen una visió estratègica a llarg termini.

L'objectiu és oferir als consumidors europeus una gamma més àmplia de productes per a una llibertat d'elecció més gran i uns preus millors, sense deixar d'ampliar les oportunitats de negoci per als nostres proveïdors. La seva activitat comercial es desenvolupa a 8 països europeus (Alemanya, Bèlgica, Espanya, França, Itàlia, Suïssa, Polònia i Portugal). L'aliança també constitueix un punt de trobada dels aliats per a la cerca de sinergies a través de l'intercanvi de coneixement en àmbits com el consum sostenible, la gestió de la qualitat, els formats de botiga i els programes de col·laboració amb petits productors locals.



Premi BCC-EROSKI, innovació alimentària amb productes locals

6a edició del Premi Basque Culinary Center i EROSKI Saria. Aquest premi, obert a tots els xefs professionals en actiu d'Espanya, té com a objectiu reconèixer i premiar els cuiners i cuineres que promocionen i utilitzen determinades varietats i espècies que conformen la riquesa cultural i gastronòmica dels diferents territoris d'Espanya.

Són propostes saludables, sostenibles i innovadores amb un fort protagonisme dels aliments produïts a l'entorn més proper, que demostren un compromís social amb els productors i amb la preservació de la biodiversitat d'espècies, varietats i sabors.

Paulo Airaudio, del restaurant Amelia de San Sebastià, s'ha proclamat guanyador de la 6a edició del Premi BCC Eroski Saria amb la recepta "Molleja, ajo negro y zanahoria".



Paulo Airaudio, del restaurant Amelia de San Sebastià, guanyador del Premi BCC EROSKI Saria

El VI Basque Culinary Center i EROSKI tornen a reconèixer els professionals de la cuina que treballen per la revaloració dels aliments de tradició local, la qual cosa els atorga una nova dimensió gastronòmica i d'innovació. En aquesta edició, el premi va ser per a Paulo Airaudio, del restaurant Amelia de Sant Sebastià.

<https://vimeo.com/245896832>



Impulsem els aliments locals i la riquesa que genera a l'entorn

Els consumidors i consumidoras saben que l'aposta pel producte local és un senyal d'identitat d'EROSKI. Entrar en una botiga EROSKI és disposar d'un ampli assortiment de producte fresc i de proximitat, però també de centenars de referències úniques, diferents i de qualitat assortides per petits productors locals i per empreses de l'entorn, fet que demostra el nostre compromís amb el desenvolupament regional i una gran confiança en allò que és nostre com a valor afegit. D'aquesta manera, EROSKI impulsa un sector agroalimentari que basa la sostenibilitat en la diversitat del teixit productiu com a element clau per a la contribució en l'economia, la cultura i el medi ambient. És la nostra convicció cooperativa el que ens fa comprometre'ns per aquesta diversitat, crear entorns de col·laboració i treballar amb un gran nombre de proveïdors.

EROSKI treballa actualment amb 10.079 proveïdors, més de la meitat dels quals són proveïdors comercials. D'aquesta gran família de proveïdors comercials, 2.642 són pimes, amb les quals treballem amb una política de

compres i aprovisionament adaptada a la seva dimensió i a les particularitats del seu producte.

El 2017 hem tingut 22.014 referències úniques. Cadascuna d'elles té una història per explicar sobre matèries primeres excepcionals, llocs únics o maneres de fer particulars.

Continuem amb diverses campanyes permanents per valorar l'alimentació a través del coneixement sobre els aliments elaborats a l'entorn i presentar-los de manera renovada com una opció més per a la compra diària, perquè són productes que donen suport a l'economia local i són més sostenibles, ja que estan produïts més a prop d'allà on es consumeixen.

Per donar a conèixer tots aquests productes, EROSKI duu a terme diverses campanyes regionals de promoció dels productes locals. En concret, el 2017 vam desenvolupar a les nostres botigues 33 accions d'aquestes característiques.