

amb tu



L'evolució del model comercial "amb tu"

"El model comercial "amb tu" és la nostra insígnia, un model consolidat, valorat i reconegut pels clients."

Beatriz Santos | DIRECTORA COMERCIAL
memoria.eroski.es/ca/ambtu

La diferenciació és la nostra prioritat: oferim al consumidor solucions que promoguin hàbits de consum més saludables i sostenibles. EROSKI situa la salut i la sostenibilitat al centre l'estratègia i fa evolucionar els eixos principals del model comercial "amb tu" per donar-hi resposta: la relació amb els socis clients, una proposta comercial més atractiva i unes botigues més eficients i d'última generació.

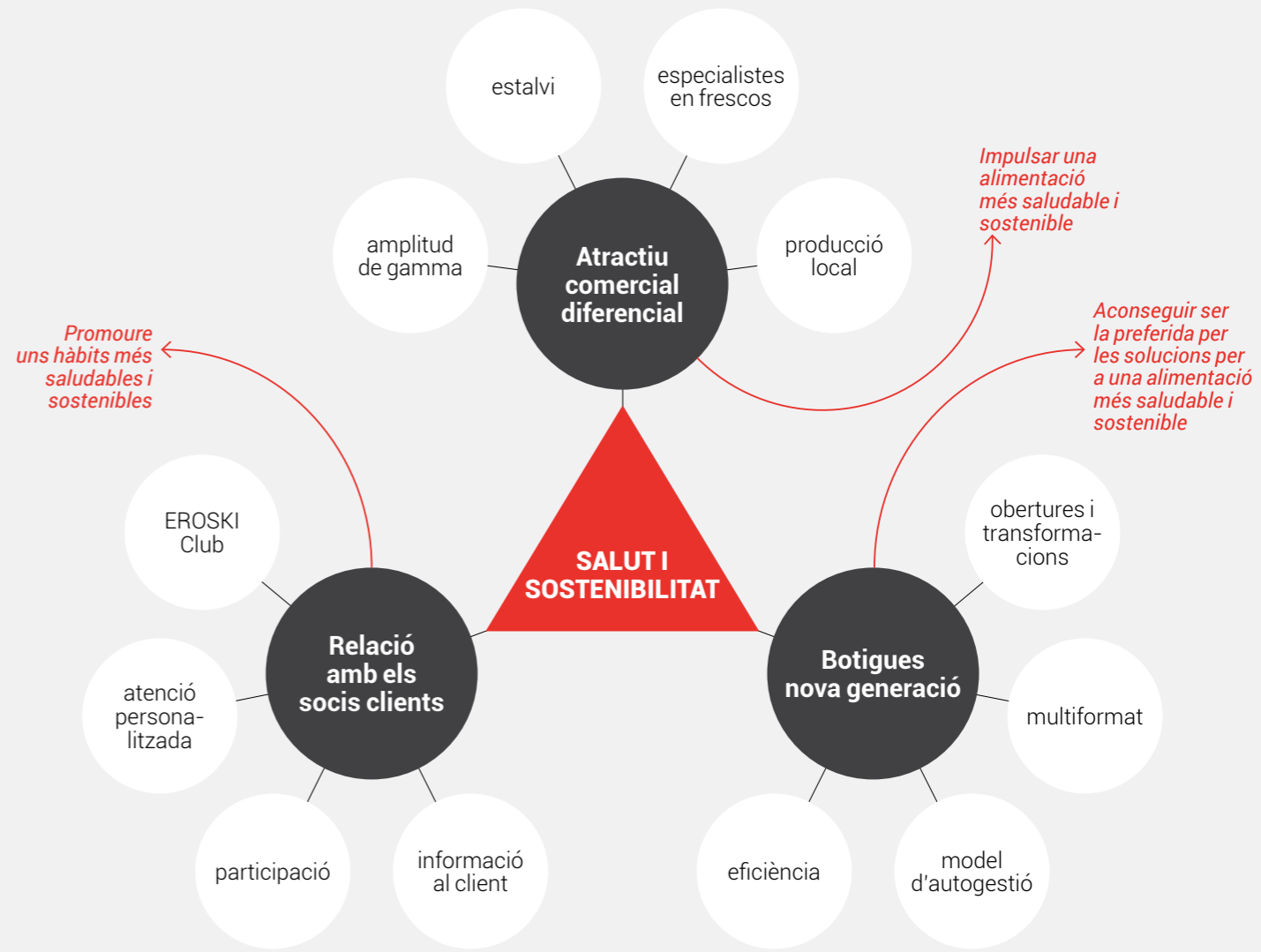
El model comercial "amb tu" es distingeix per l'especialització en frescos, una àmplia gamma de productes per a una llibertat d'elecció més gran i una sòlida aposta pels productes locals. Avui continuem aprofundint en aquests factors amb noves propostes que facilitin també l'estalvi i la pràctica d'una alimentació saludable i alhora compatible amb un consum sostenible.

Les nostres botigues són cada cop més competitives i atractives. Estenem el model d'autogestió a cada obertura i transformació. Oferim una experiència multicanal i completa al client a través de diferents formats. Tot plegat per tal de ser la botiga preferida dels nostres consumidors per les solucions que oferim per a una alimentació més saludable i sostenible.

Estrènyer la relació amb els consumidors i consumidores és vital a EROSKI. Per fer-ho, ens basem en el nostre programa de fidelització EROSKI Club. Oferim al client una atenció més personalitzada a les botigues, impulem la seva participació i li oferim informació per promoure uns hàbits més saludables i sostenibles.

Durant aquest any, l'evolució del model comercial "amb tu" s'ha traduït en la millora nutricional dels productes de marca pròpia amb l'eliminació de més de 325 tones de sucre, sal i greixos de les seves receptes. Precisament, la nostra marca pròpia ha celebrat l'any 2017 el 40è aniversari i ha estat reconeguda en l'última edició dels premis internacionals Salute to Excellence Awards, la qual cosa ens ha convertit en el detallista europeu més premiat d'aquesta edició.

D'altra banda, hem col·laborat amb 4.400 proveïdors locals, que al seu torn abasteixen les botigues EROSKI amb més de 22.000 productes, la qual cosa contribueix a la sostenibilitat de l'entorn.



Compromesos amb la salut i la sostenibilitat

Des del principi, EROSKI considera que la botiga és el lloc des d'on podem impulsar una bona alimentació i un consum responsable. Per això, hem consultat amb els nostres treballadors i treballadores, els consumidors i consumidoras i els grups d'interès sobre com podíem fer-ho millor. Les seves reflexions i propostes es plasmen en deu compromisos per la salut y la sostenibilitat que marquen el camí que hem de seguir. 7.500 persones han col·laborat en l'elaboració d'aquest decàleg que regeix el model comercial "amb tu".



Compromís amb la salut i la sostenibilitat

Coneix el decàleg que assumeix EROSKI per contribuir a una societat més sostenible i amb unes quotes més altes de salut i benestar.

<https://vimeo.com/263111572>

1

Implicar-nos amb la seguretat alimentària

La seguretat alimentària és per a EROSKI la condició bàsica tant pel que fa als productes, especialment els de marca pròpia, com a les instal·lacions. EROSKI disposa d'un pla de qualitat preventiu, a través del qual realitza més de 11.000 anàlisis de producte i audita més de 400 proveïdors a l'any.

Són tres les principals línies de treball a l'entorn de les quals es desenvolupa aquest compromís. Vetllar per la traçabilitat dels productes des de l'origen fins a la botiga. Garantir que en tot moment del procés de subministrament (transport, emmagatzematge, manipulació a botiga) es manté la cadena de fred per assegurar l'accés als productes en perfectes condicions i amb totes les seves propietats. I auditar, analitzar i controlar a diari i amb els màxims nivells d'exigència. Per fer-ho, EROSKI homologa el 100% dels seus fabricants i duu a terme un control continu de la qualitat dels productes a través d'anàlisis microbiològiques i fisicoquímiques.

2

Promoure una alimentació equilibrada

Com a distribuïdor, EROSKI es compromet a oferir una proposta equilibrada d'aliments. Per fer-ho, treballa, d'una banda, en la promoció dels grups d'aliments que han de formar part d'una dieta equilibrada amb més freqüència. D'altra banda, treballa en la revisió de les receptes dels productes de marca pròpia pertanyents als grups d'aliments que s'han de prendre de manera més esporàdica, per millorar-ne el perfil nutricional.

Seguint els consells dels experts i expertes en salut i escoltant els clients, EROSKI va esdevenir la primera empresa de distribució a Espanya i una de les primeres en l'àmbit europeu que va eliminar dels seus productes els greixos vegetals parcialment hidrogenats, font dels greixos trans artificials. La reformulació o substitució dels productes que contenien greixos trans industrials va ser un procés molt complex i va suposar un gran esforç, en el qual van participar de forma molt activa els proveïdors, amb el suport del laboratori de l'Àrea de Qualitat. A més, es van calibrar els sabors dels productes mitjançant nombrosos tasts, ja que les persones consumidoras els havien de percebre igual o millor que els anteriors.

Complementàriament, EROSKI ofereix solucions amb un perfil nutricional millorat a través de la marca EROSKI Sannia a cada família de producte i categoria.

3

Prevenir l'obesitat infantil

L'obesitat infantil representa una gran amenaça per als més petits. Aquest compromís posa el focus en la proactivitat a l'hora de la prevenció. En conseqüència, EROSKI adquireix el compromís de promoure el consum dels productes de la base de la piràmide nutricional i millorar la resta reduint-ne la càrrega de calories, sal, sucre i greix.

En línia amb aquest objectiu, EROSKI es compromet a treballar en la reformulació dels productes de marca pròpia adreçats als més joves perquè tinguin una composició més adequada.

Així mateix, la cooperativa adquireix el compromís de posar un èmfasi especial a potenciar la formació en hàbits de vida saludables per als més petits i el seu entorn més proper —escolar i familiar— i que desenvolupa especialment a través del programa "Energia per a créixer", Programa Educatiu en Alimentació i Hàbits Saludables (PEAHS) de la Fundació EROSKI. Aspiram a aconseguir formar més de dos milions de nens i les seves famílies el 2025.

4

Atendre les necessitats nutricionals específiques

EROSKI treballa per aportar solucions a les necessitats sensibles de la població. Hi ha diverses causes:

- Les derivades de limitacions de salut per al·lèrgies i intoleràncies.
- Les relatives a les diferents etapes de la vida: solucions més adequades per a les necessitats en diferents etapes de la vida, des de la infància fins a la vellesa.
- Fins i tot promou solucions per als diversos estils de vida, alineats amb la cerca d'una alimentació més saludable i sostenible.

La cooperativa tracta en aquest compromís la voluntat d'atendre els qui necessiten una alimentació específica de manera que l'oferta dels productes sigui segura, suficient per a una compra ordinària i amb un sacrifici econòmic adequat.

En concret, EROSKI ofereix, a més d'una gamma específica de més de 2.500 productes de marques líders, 550 productes de marca pròpia garantits sense gluten i un 30% més barats. A més, al llarg del 2018 la cooperativa llançarà una gamma nova de productes específics sense gluten de la marca EROSKI.

5

Afavorir el consum responsable

L'alimentació, a més de sana i equilibrada, ha de ser responsable i sostenible. EROSKI es compromet a millorar l'impacte en l'entorn a través de la millora en els processos, les instal·lacions i els productes des de la sostenibilitat econòmica, social i ètica. L'ús sostenible dels recursos, la reducció de la petjada ambiental, la promoció de l'economia circular, la prevenció del canvi climàtic i la defensa de la biodiversitat són imperatius ineludibles que EROSKI recull en el seu cinquè compromís. La cooperativa continuarà reduint la petjada ambiental de les botigues, la flota logística i els productes.

EROSKI ha millorat el model energètic de les botigues de nova generació configurant un prototip de botiga ecoeficient que redueix en un 60% el consum energètic respecte d'un supermercat convencional. EROSKI estén aquest nou model energètic a totes les obertures i reformes de supermercats i hipermercats per transformar-los a la nova generació de botigues.

Així mateix, les inversions, la reordenació del mapa logístic i els processos d'automatització de plataformes realitzats durant els últims anys han suposat una millora global del 27% en l'eficiència logística de tota la cadena de subministrament.

6

Oferir més productes locals

Una alimentació més sostenible no només es refereix a aspectes ambientals, sinó també a aspectes socials. El desenvolupament social i econòmic de l'entorn, el foment de l'ocupació i la riquesa local i el respecte per la cultura gastronòmica local són objecte del sisè compromís d'EROSKI en salut i sostenibilitat. La cooperativa tracta aquest tema des del punt de vista d'una empresa de distribució amb una relació de suport i propera als proveïdors agroalimentaris locals i amb una oferta àmplia i variada que ofereix més de 20.000 productes locals de 2.000 petits productors; i des d'aquest punt de vista d'agent social, s'implica en els aspectes socials, culturals i solidaris de l'entorn on opera, al qual retorna des de l'origen bona part dels beneficis empresarials.

Les botigues EROSKI ofereixen una proposta rellevant de gammes locals diferencials en totes les categories de productes procedents de l'entorn en tots els territoris.

7

Facilitar menjar bé a bon preu

EROSKI vol ser un agent democratitzador de la salut i la sostenibilitat, i aquest és l'objectiu del seu setè compromís. La cooperativa aspira a reduir la barrera que, en el mercat, el preu suposa sovint per poder accedir a certs aliments necessaris per a una alimentació equilibrada. Per fer-ho, EROSKI es compromet a oferir els productes necessaris per seguir una alimentació equilibrada i responsable a preus assequibles, a més de desenvolupar propostes personalitzades d'estalvi per als socis i sòcies clients en productes més saludables i sostenibles.

8

Impulsar un estil de vida saludable

EROSKI es compromet a oferir una informació clara i transparent pel que fa a la proposta comercial (etiquetatge, fullets, revistes...), informant i recomanant les millors opcions. Per fer-ho, hem creat una sèrie d'eines per promoure que les persones consumidores estiguin més informades sobre les seves eleccions alimentàries. Només els consumidors i consumidores informats poden prendre decisions racionals.

01. Màxima claredat i transparència en la informació que ofereixen els envasos. Ja el 2007, EROSKI va ser pionera en la informació al client amb la incorporació del semàfor nutricional al frontal de l'envàs dels productes de marca pròpia. Aquest sistema permet als consumidors conèixer d'un cop d'ull la quantitat de calories, sucres, greixos, greixos saturats i sal que aporta una ració d'un producte, així com els percentatges sobre el consum diari a través dels colors verd, groc i taronja. A més, al costat del semàfor hi ha altres símbols d'informació nutricional que indiquen els nutrients que aporten determinats productes, l'origen i també els ingredients que poden generar intoleràncies.

02. Escoltar els socis i sòcies i altres grups d'interès per millorar.

9

Cuidar-nos com a treballadors

Com a cooperativa, els treballadors tenen un paper essencial i diferent, i són un objectiu en si mateix. La formació en salut, sostenibilitat i benestar, i la promoció d'hàbits de vida saludables formen part del novè compromís per millorar la qualitat de vida dels clients i atendre'ls millor.

Durant els últims anys EROSKI ha augmentat els recursos destinats a la formació de les persones:

01. Millora de l'atenció al client. Els treballadors es formen en salut i sostenibilitat. Només el 2017, s'han dedicat més de 122.000 hores a la formació de més de 6.300 persones. La formació ordinària inclou continguts de salut i sostenibilitat. La formació rebuda redunda en la millor qualitat de vida dels treballadors i permet una millor atenció i assessorament al client.

02. Millora de la qualitat de vida com a treballadors. Oferim formació, assessorament, activitats, programes i diverses eines per als treballadors i també per a les seves famílies, amb l'objectiu de millorar-ne els hàbits alimentaris i també de sostenibilitat.

10

Actuar amb claredat i transparència

EROSKI, com a cooperativa de consum, sempre ha destacat per l'activitat en la formació i informació al consumidor per ajudar-lo a fer eleccions que portin a solucions més sanes i sostenibles. La cooperativa impulsa aquesta formació a través de la Fundació EROSKI i EROSKI Club.

Des de fa més de 40 anys, ho fa a través de la revista *Consumer* i el portal www.consumer.es.

També desenvolupa la vocació de fomentar una alimentació sana i uns hàbits de vida saludables entre la ciutadania a través de l'Escola d'Alimentació de la Fundació EROSKI, que col·labora activament amb professionals de la salut i de l'alimentació per estar sempre al dia i contribuir en la difusió dins del sector, oferint informació rigorosa i actual per als professionals. L'Escola crea diversos continguts i també organitza actes divulgatius. I amb l'objectiu d'oferir un espai de reflexió, des de 2009, la Fundació EROSKI promou trobades en les quals participen professionals sanitaris, així com ciutadans i ciutadanes amb preocupacions i necessitats en matèria de salut.