# Comprometidos para ofrecer más producto local 204-1

Nuestro compromiso n.º 6 pone especial foco en la contribución al desarrollo del entorno social y económico de nuestras tiendas a través de la comercialización de productos locales y la promoción de la cultura de cada zona.

Tener la posibilidad de contar con un sector productivo diverso y orientado al desarrollo sostenible a través de las pymes del sector primario son los elementos más relevantes en nuestra relación con el mundo agroalimentario local: está en nuestros "genes cooperativos" comprometernos con esta diversidad, crear entornos colaborativos y trabajar con un gran número de empresas proveedoras. Los beneficios de esta estrategia son varios. Por un lado, las pequeñas empresas productoras disponen del canal de comercialización de EROSKI para distribuir sus mercancías, lo que tiene un alto impacto en términos de empleo, desarrollo rural y mantenimiento de los paisajes naturales.

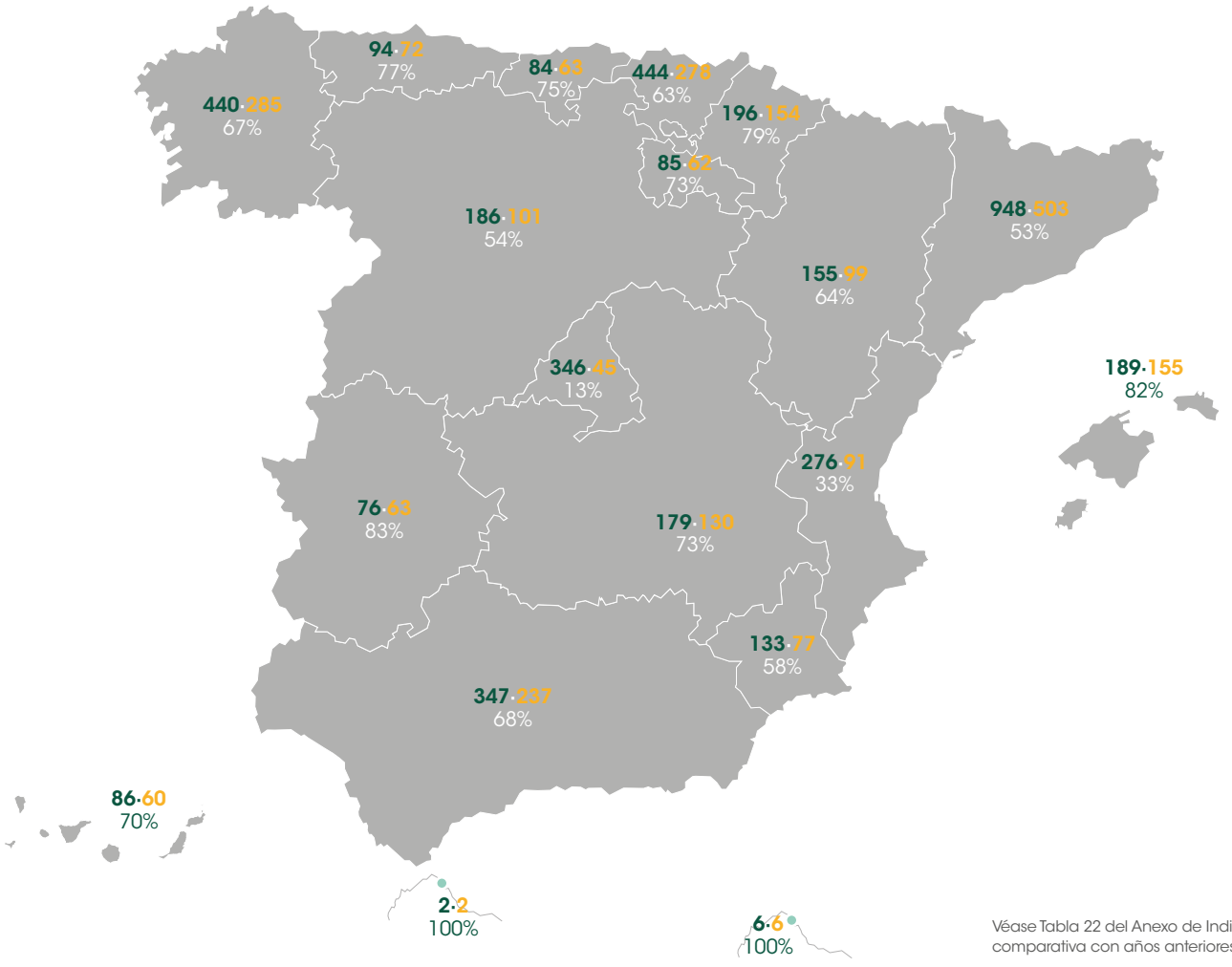
Por otro lado, las personas consumidoras encuentran en EROSKI productos más frescos, más sostenibles, más sanos y de mayor calidad. De hecho, el origen de los alimentos cada vez tiene más importancia para nuestros clientes ya que los productos locales también reflejan particularidades de una región, modos de hacer ancestrales, variedades autóctonas preservadas, recetas únicas, etc. Por eso, en EROSKI les otorgamos un espacio protagonista en nuestra propuesta comercial y contribuimos activamente a valorizar la propuesta local, evitando la estandarización y banalización de la comida.

**Número de proveedores comerciales y productores locales por comunidad autónoma en 2018**

N° proveedores comerciales · N° pequeños productores locales
% proveedores regionales respecto al total de proveedores comerciales

**4.272** **empresas proveedoras comerciales**

**2.493** **empresas proveedoras locales**




Véase Tabla 22 del Anexo de Indicadores para comparativa con años anteriores

# Colaboración con productores agroalimentarios locales

## La política comercial de EROSKI potencia al máximo las economías locales, crea riqueza en el entorno y contribuye al desarrollo agroalimentario, económico y social.

Más de la mitad de los 4.200 proveedores comerciales que tiene EROSKI en España son pequeñas empresas productoras locales. EROSKI articula esta colaboración con sus suministradores en torno a los tres principales compromisos de actuación con las pymes agroalimentarias locales.

**1.** Acercar los productos de las pequeñas empresas productoras a los consumidores.

**2.** Desarrollar una gestión comercial adaptada a microempresas, PYMES y Cooperativas.

**3.** Colaborar en planes para su profesionalización y crecimiento empresarial.

Otro elemento distintivo en nuestra relación con empresas proveedoras y productoras es el establecimiento de acuerdos de cooperación a largo plazo. Durante el ejercicio 2018 hemos llegado a un total de 1.540 acuerdos con pymes y cooperativas para incorporar nuevos productos locales-regionales a nuestra oferta comercial. Del total de referencias locales-regionales, 808 corresponden a secciones de frescos y 732 a alimentación. Esas nuevas altas han generado unas ventas de más de 11 millones de euros. Además, continuamos renovando y generando nuevos convenios de colaboración con organizaciones sectoriales para el impulso de los alimentos locales, denominaci ones de origen protegidas (DOP) e indicaciones:

### Proyecto de innovación para revitalizar el Consumo y producción de la legumbre

EROSKI, HAZI, GARLAN y Leartiker han firmado este 2018 un convenio de colaboración para la puesta en marcha de un proyecto de innovación que revalorice la legumbre producida en el País Vasco e impulse su consumo como alimento saludable y sostenible entre las nuevas generaciones: se han comprometido a valorizar y potenciar la producción local de legumbre mediante la diversificación de productos innovadores.

### Convenio para la comercialización y promoción del tomate rosa

EROSKI y la Asociación del Tomate Rosa de Barbastro han firmado en 2018 un convenio para el desarrollo y la promoción de esta hortaliza. Se trata de la primera vez que la cooperativa firma un acuerdo con esta asociación, que produce en la localidad oscense de Barbastro su tomate rosa con la denominación Marca nacional "Tomate rosa de Barbastro".

### Presentamos la marca Boví Balear Natur

Desde EROSKI seguimos promocionando el consumo de productos locales y estableciendo acuerdos con los productores de estas islas. La creación de la marca Boví Balear Natur supone un cambio importante en la venta de la carne de ternera, puesto que casi la totalidad de la que se puede encontrar en nuestros centros de Baleares es 100 % local. El origen de esta carne cuenta con una trazabilidad controlada.

Algunos de los momentos en los que se hace visible la importancia de esta colaboración es en los encuentros periódicos que mantenemos con las empresas productoras agroalimentarias locales, cuando actualizamos la estrategia compartida de fomentar la diversidad del sector primario.

### Nos reunimos un año más con la flota atunera para trabajar por la sostenibilidad

En la sede del centro tecnológico experto en investigación marina y alimentaria AZTI en Derio (Bizkaia) participamos en un encuentro que reunió a la flota atunera española, las asociaciones sectoriales ANABAC y OPAGAC, para analizar la evolución del acuerdo que mantienen para incrementar el volumen de atún capturado con las artes de pesca más sostenibles y fijar nuevos pasos.

### Encuentros con proveedores vascos y navarros

Hemos mantenido sendos encuentros con los proveedores en ambos territorios de País Vasco y Navarra, con más de 300 pequeños productores en el primero y más de 150 en el segundo. La cooperativa comercializa cerca de 2.000 y 1.500 productos, respectivamente, manteniendo así su apuesta por la sostenibilidad y el pequeño productor.

# Los productos con orígenes selectos como elemento diferenciador

Buscando ofrecer a nuestra clientela productos locales y de la máxima calidad, en EROSKI incorporamos desde hace tiempo las IGP y las DOP en nuestra oferta comercial. Estas certificaciones identifican aquellos alimentos cuya calidad o características especiales se deben, fundamental o exclusivamente, al medio geográfico del que provienen, tanto por sus factores naturales como humanos. Además, en el caso de las DOP, se garantiza que su transformación y elaboración se hacen también en la zona geográfica delimitada.

Actualmente, contamos con más de 2.000 productos con DOP o IGP : más de 1.500 vinos, 130 quesos, 100 productos de conservas vegetales, aceites, legumbres y arroz, 300 productos cárnicos y 100 frutas y hortalizas. Nuestra apuesta por este tipo de productos en nuestra marca propia se pone de manifiesto con la incorporación en 2018 de 8 referencias nuevas de quesos y 75 de vinos con DOP y 15 de conservas vegetales, 1 de fruta y 1 de dulce con IGP.

### Sidra con denominación de origen Euskal Sagardoa de marca propia EROSKI Seleqtia

En EROSKI hemos seguido avanzando en nuestro compromiso y apuesta por los productos locales y hemos lanzado nuestra primera sidra de marca propia con D. O. Euskal Sagardoa bajo la marca gourmet EROSKI Seleqtia. La cooperativa se convierte de esta manera en la primera cadena de distribución que pone su marca a una sidra de calidad certificada con el sello Euskal Sagardoa.

# Promoción de los productos locales

El objetivo de EROSKI de fomentar los productos locales se extiende también al esfuerzo por divulgar y promover los valores culturales, gastronómicos y culinarios inherentes a ellos. Mientras que nuestra oferta de productos de proximidad continúa aumentando de manera constante en los últimos años, en EROSKI también estamos implicados en la promoción del consumo de estos alimentos autóctonos como vía para mantener nuestra cultura gastronómica, nuestra **economía y nuestros paisajes.**

En 2018 hemos lanzado 40 campañas locales para dar a conocer y promocionar los alimentos procedentes de toda nuestra geografía, privilegiando las regiones donde se ubican nuestras tiendas. Esta dinamización comercial se focaliza en gran medida en los productos frescos de temporada, especialmente apreciados por las personas consumidoras.

### VII edición del Premio BCC-EROSKI Saria

El premio BCC EROSKI Saria, que organizan Basque Culinary Center y EROSKI, persigue reconocer aquellas elaboraciones culinarias que pongan en valor la innovación gastronómica de alimentos de tradición local. Concretamente, premia a los cocineros y cocineras que promocionan y utilizan variedades y especies que conforman la riqueza cultural y gastronómica de los diferentes territorios de España.

Esta edición ha hecho un especial énfasis en la salud, la sostenibilidad y la innovación culinaria, demostrando un compromiso social con las empresas productoras y con la preservación de la biodiversidad de especies, variedades y sabores.

Oriol Casals del restaurante Teòric de Barcelona ha sido el ganador de esta edición. Xabier Blanco del restaurante Summum de Las Palmas de Gran Canaria ha ganado el segundo premio y Carolina Sánchez e Iñaki Murua del restaurante Ikaro de Logroño el tercero.

### Premio "mardelaxe" para VEGALSA-EROSKI

VEGALSA-EROSKI ha sido galardonada con el primer Premio "Mardelaxe" de la Cofradía de Pescadores de Laxe en reconocimiento al apoyo que presta a la puesta en valor de los productos de pesca costera artesanal gracias a sus compras en origen en las lonjas gallegas de Laxe, Burela, Celeiro, A Coruña, Malpica, Marín y Vigo.

### Firas CAPRABO de Productes de Proximitat

A lo largo del año en CAPRABO hemos promovido diferentes ferias con el objetivo de acercar la producción de pequeños productores a sus clientes. Así, hemos promocionado los productos del Vallés, del Camp de Tarragona, de l'Anoia y del Maresme.

### Programa por comarcas en Chef CAPRABO

Chef CAPRABO acogió la presentación de la V Jornada Gastronómica del Calçot de Valls, así como una nueva edición de la Ruta del Xató para promocionar y difundir la tradición y las distintas elaboraciones de un plato cuyo origen se establece en distintas comarcas catalanas, en el Alt Penedès, el Baix Penedès y el Garraf.

### Campaña "A comida é vida" en VEGALSA-EROSKI

En VEGALSA-EROSKI llevamos a cabo una campaña de promoción de productos locales con sello de garantía de calidad certificada Galicia Calidade. Lanzamos un nuevo spot, resaltando la cultura gallega y la forma de vivir con los mejores productos de la tierra, así como numerosas actividades de promoción y degustación para dar a conocer productos de proximidad de origen gallego.

### VII feria de producto local en Zaragoza

En 2018 hemos organizado, junto a empresas proveedoras regionales de Aragón, la VII Feria de Producto Local en Zaragoza, con el objetivo de dar a conocer y poner en valor las características del producto local y promover su consumo. Además de la exposición y degustación de numerosos productos locales, la feria contó con la entrega del galardón Premio al Producto Aragonés Más Innovador EROSKI CONTIGO, que recayó en la empresa Biosurya SL, proveedora de productos vegetarianos ecológicos. Asimismo, EROSKI ha otorgado el premio especial a Casa Matachín–Aves Nobles y Derivados, fabricantes y especialistas en productos precocinados derivados de la carne de ave, en reconocimiento a su larga relación con EROSKI.

### Campaña "Productes de Sa Nostra Terra" en Baleares

Como cada año, hemos lanzado la campaña "Productes de Sa Nostra Terra" para destacar los artículos producidos, fabricados y envasados en Baleares. Durante el pasado año la facturación de estos productos locales ha superado los 85,7 millones de euros en Baleares, con un incremento del 9,5 % sobre la cifra de venta del año precedente. Además, durante 2018 se han llevado a cabo también otras campañas dirigidas a productos baleares locales como la promoción del cordero balear, las empanadas y los robiols en Semana Santa, campañas de promoción de las sobrasadas IGP de Mallorca y de los llonguets.