

5

Cadena de valor

Compromiso con nuestras
empresas proveedoras

Cadena de valor eficiente y colaborativa

En 2018 hemos continuado con nuestra apuesta por una innovación integral y por la optimización de la cadena de valor, el desarrollo de nuevos modelos de tienda y una nueva forma de relacionarse con la clientela, impregnado todo del espíritu "contigo" que inspira nuestro día a día.

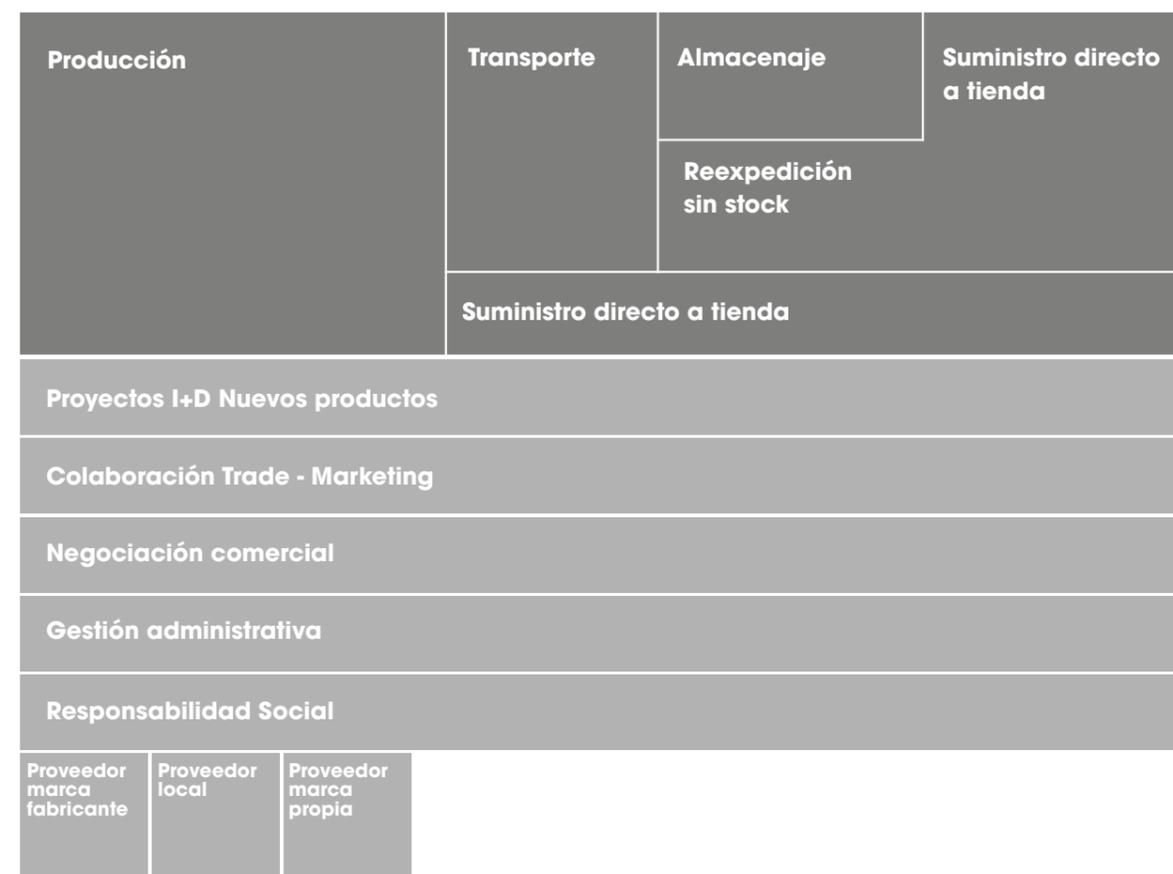
Nuestro objetivo no solo es orientar la organización hacia las tiendas, sino también que nuestros principales colaboradores, nuestras empresas proveedoras, estén orientados a ellas.

Para lograr una gama de productos cada vez más amplia, personalizada y con un mayor ahorro, contamos con una cadena de valor abierta a la marca de fabricante, a nuestra propia marca y a la enorme diversidad de los alimentos de producción local en las inmediaciones de cada una de nuestras tiendas. Reforzamos la diversidad del tejido productivo agroalimentario para alcanzar un sector local sostenible gracias al compromiso compartido de EROSKI y nuestra clientela. Además, seguimos manteniendo nuestras alianzas comerciales para mejorar nuestra propuesta a las personas consumidoras en valor y precio.

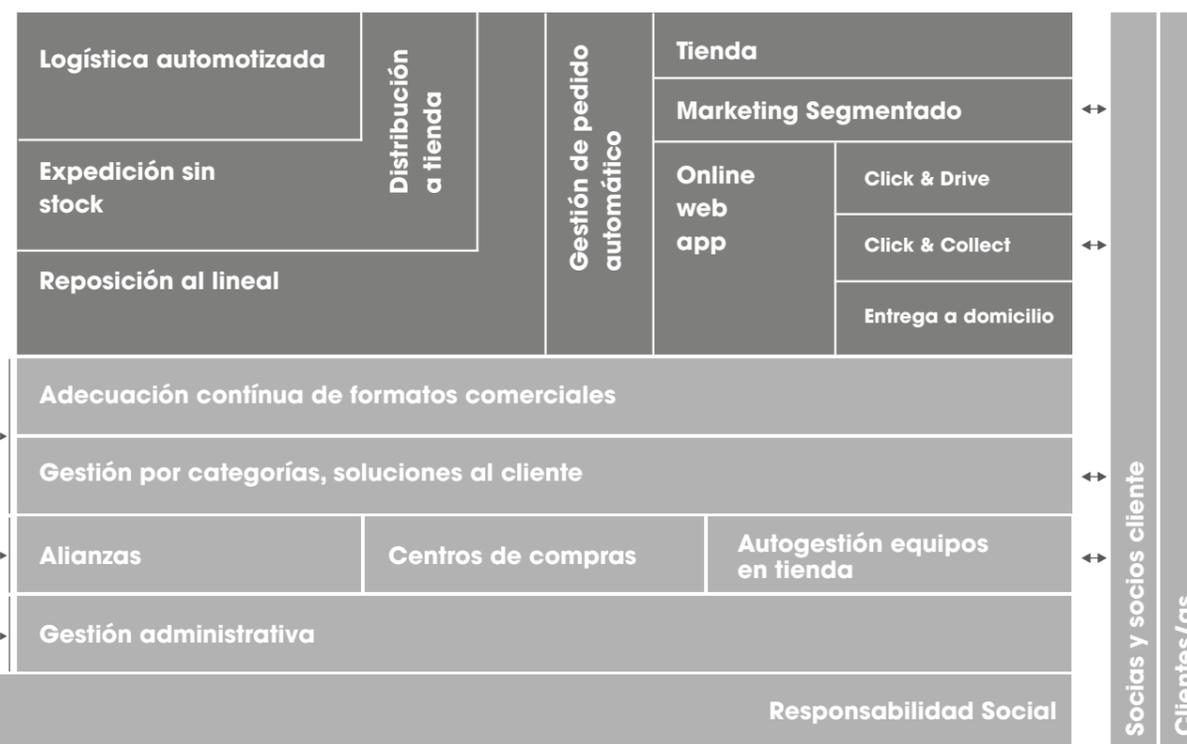
Buscamos construir la cadena de valor más eficiente a partir de la máxima satisfacción de nuestros clientes para lo que seguimos innovando en todos los niveles de la cadena de suministro y en la gestión logística. Así, gracias a nuestras plataformas avanzadas, hemos conseguido automatizar gran parte de la distribución como en el caso de Elorrio (Vizcaya) y Zaragoza, o la automatización de los procesos de preparación de los pedidos de fruta y verdura en Mallorca.

La cadena de valor de EROSKI

Proveedor



EROSKI



Las claves de nuestra mejora en competitividad comercial son:

Optimización de los procesos de venta y suministro, alcanzando una mayor eficiencia en toda la cadena de valor.

Optimización de los procesos de venta y suministro, alcanzando una mayor eficiencia en toda la cadena de valor.

Innovación en el marco de colaboración con empresas proveedoras y organizaciones referentes en alimentación.

Precios más adecuados y competitivos gracias a las alianzas comerciales y a la gestión de múltiples promociones y ofertas personalizadas.

Diversidad de nuestro tejido productivo agroalimentario, impulsando a los pequeños productores locales.

Nuestras Marcas

En el año 2018, hemos cumplido 41 años de nuestra marca propia. Desde su nacimiento, los productos de marca EROSKI han crecido hasta convertirse en uno más de la familia; por eso, continuamos trabajando para ofrecer cada vez más productos y con mayor calidad que ayuden a ahorrar. El último año hemos revisado el diseño del envase de EROSKI Basic y hemos reposicionado nuestra marca de productos frescos EROSKI Natur

bajo la promesa "Sabor responsable", como expresión del compromiso de EROSKI (compromiso n.º 5) con nuestro entorno a través de un consumo responsable de productos frescos y sabrosos con garantía de origen y trazabilidad del proceso, entre otros avances. Hemos incorporado en total 201 productos nuevos en nuestra gama de marca propia.

	Nº referencias marcas propias	2018	2017	
	EROSKI SeleQtia	199	196	Lo mejor de lo mejor. Productos testados por el Basque Culinary Center.
	EROSKI	2.798	2.752	Amplia gama de productos, todo lo que necesitas, con la mejor relación calidad-precio garantizada.
	EROSKI Sannia	132	141	Productos nutricionalmente equilibrados y mejorados con respecto a su igual o media del mercado, con un 25% menos de sal, un 30% menos de grasa y de azúcares y/o un 30% menos de grasas saturadas. También ricos en fibra, Omega 3 y fitoesteroles, con todo el sabor y al mejor precio.
	EROSKI Natur	398	369	Productos frescos con todo el sabor, total trazabilidad y calidad controlada, de los mejores orígenes y en su mejor momento.
	Belle	449	426	Productos de cosmética, higiene y cuidado personal sin parabenos ni triclosán, dermatológicamente testados y al mejor precio.
	EROSKI Basic	362	342	Producto de consumo ordinario, para todos los días, con todas las garantías de calidad de EROSKI a precio más bajo.
	Visto Bueno	2.126	1.739	Ropa y calzado con diseños propios y la mejor relación calidad/precio.
	Romester	408	489	Ropa y equipamiento deportivo con diseños propios y la mejor relación calidad/precio.
	Ecron	403	53	Aparatos electrónicos y electrodomésticos con diferentes niveles de funcionalidad y la mejor relación calidad/precio.

Nuestros proveedores 102-9; 102-10; 204-1

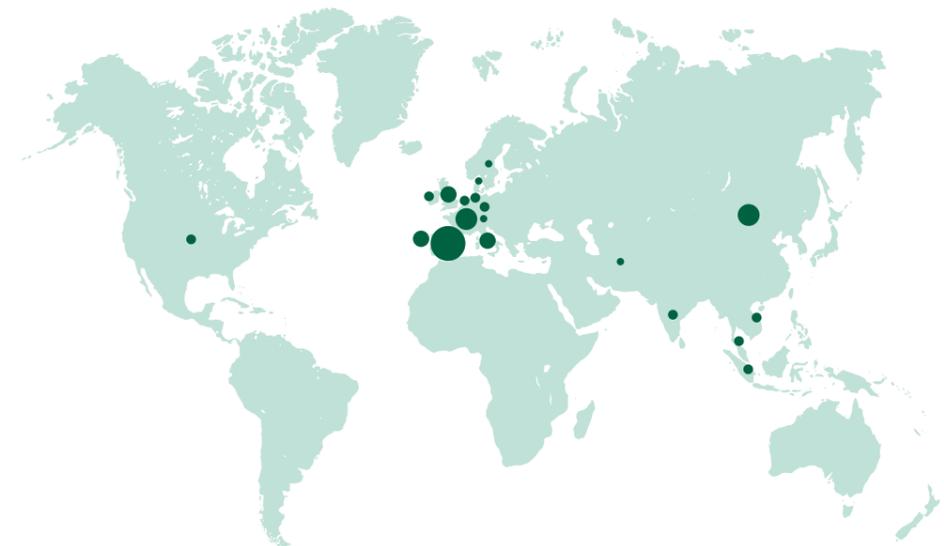
En una actividad como la distribución comercial, en la que el precio, la calidad y la rapidez en la disponibilidad de los productos se han convertido en un valor cada vez más apreciado por las personas consumidoras, la cercanía con las empresas proveedoras, tanto geográfica como a la hora de abordar iniciativas conjuntas, se ha convertido en un elemento crítico.

En EROSKI trabajamos con más de 11.000 empresas proveedoras comerciales y de servicios, con las que en 2018 las transacciones económicas fueron por un importe superior a los 4.000 millones de euros. Esto se traduce en la comercialización de más de 107.000 artículos diferentes en el último ejercicio. Nuestro compromiso con el tejido productivo nacional se materializa en que el 98 % del

gasto en proveedores corresponde a empresas situadas en el territorio español. Además, tratamos de impulsar el consumo de cercanía, colaborando con empresas proveedoras locales y regionales, que suponen más del 50 % de nuestra cadena de suministro comercial en España.

En este plan estratégico estamos desarrollando un Plan General de Colaboración con Proveedores que abarca todos los ámbitos de nuestra organización y que está totalmente alineado con los 10 compromisos de salud y sostenibilidad. Este plan se desarrolla a través de tres ejes, que son CLIENTE (ponemos énfasis en las necesidades de nuestros consumidores); SALUD (es una de nuestras principales palancas del plan estratégico) y EFICIENCIA (apostaremos de forma clara en la parte de logística)

Número de proveedores comerciales y de servicios por país



2018		2018		2018	
España	11.029	Bélgica	12	Polonia	2
China	70	Bangladesh	11	Tailandia	2
Francia	63	Dinamarca	10	Taiwan	2
Portugal	51	Noruega	9	Chipre	1
Reino Unido	33	Andorra	6	Corea del Sur	1
Alemania	20	Vietnam	5	India	1
Holanda	20	Pakistán	4	Indonesia	1
Italia	16	Suiza	4	Israel	1
EEUU	13	Grecia	2	Singapur	1
Irlanda	12	Luxemburgo	2	Suecia	1

No se han producido cambios significativos en la cadena de suministro en 2018. Véase Tabla 21 del Anexo de Indicadores para comparativa con años anteriores.

Total empresas proveedoras:
11.405

AGECORE, la mayor central de negociación europea

En un entorno altamente competitivo, en el que los mercados de materias primas son globales y en el que las grandes marcas líderes tienen escala mundial, en EROSKI reforzamos nuestras alianzas en el mercado internacional.

Son elementos determinantes que sustentan nuestro posicionamiento competitivo y que permiten ofrecer nuevas posibilidades de ahorro a las personas consumidoras. La central AGECORE constituye la mayor alianza europea de compras, formada por EROSKI junto al Grupo ITM (Francia), EDEKA (Alemania), COLRUYT (Bélgica), CONAD (Italia) y COOP (Suiza). Además de ser empresas independientes, comparten una visión estratégica a largo plazo. Su objetivo es ofrecer a los consumidores europeos una gama de productos más amplia para una mayor libertad de elección y unos mejores precios, a la vez que amplía las oportunidades de negocio para nuestras empresas proveedoras.

La facturación global de AGECORE alcanza los 140.000 millones de euros y su actividad comercial se desarrolla en 8 países europeos (Alemania, Bélgica, España, Francia, Italia, Suiza, Polonia y Portugal). La alianza constituye también un punto de encuentro de los aliados para la búsqueda de sinergias a través del intercambio de conocimiento en ámbitos como el consumo sostenible, la gestión de la calidad, los formatos de tienda y los programas de colaboración con pequeños productores locales.

Responsabilidad social de nuestros proveedores 414-1

La sostenibilidad, entendida como el balance en los aspectos económicos, sociales y medioambientales, es también clave en la selección de las empresas que conforman nuestra cadena de suministro. Así, exigimos a nuestras empresas proveedoras que mantengan una gestión responsable de sus personas trabajadoras y potenciamos a aquellos que implementan sistemas de gestión ambiental en sus empresas.

Comercio justo

EROSKI fue la primera empresa de distribución en España en incorporar productos de comercio justo en la oferta comercial y somos reconocidos por Fairtrade International como operador legitimado para la importación y distribución de estos productos con su propia marca comercial. La gama de productos de comercio justo que comercializamos está compuesta por café, cacao, té y azúcar, además de distintos productos textiles certificados.

Los productos Fairtrade International cuentan con la certificación de su cadena de suministro, desde los productores hasta los consumidores finales, lo que garantiza el cumplimiento de los criterios sociales, económicos y ambientales del comercio justo: salarios para una vida digna, no a la explotación infantil, igualdad entre hombres y mujeres, derechos laborales y respeto al medio ambiente.

Responsabilidad social

Como se detalla en el capítulo dedicado a las personas trabajadoras, la totalidad de nuestras empresas proveedoras están sometidas a los requisitos internacionales de responsabilidad social en el trabajo. De esta manera, en EROSKI condicionamos la relación comercial con ellas a su cumplimiento de los derechos humanos y laborales. Además, contamos con un reglamento interno que promueve medidas para prevenir cualquier tipo de actividad corrupta en la gestión de empresas proveedoras y contratadas.



Gracias a nuestras plataformas avanzadas, hemos conseguido automatizar gran parte de la distribución, como en el caso de Elorrio (Bizkaia) y Zaragoza, o la automatización de los procesos de preparación de los pedidos de fruta y verdura en Mallorca.

Logística eficiente

Para dar cobertura y servicio a los más de 1.600 establecimientos del Grupo EROSKI, disponemos de una red logística compuesta por 23 plataformas propias, aunque en total nuestros camiones transitan por unas 40 plataformas logísticas, incluyendo otras que pertenecen a empresas externas. En total, suponen más de 360.000 m² de superficie de almacén, desde los que distribuimos hasta un millón de cajas diariamente. Buscamos construir la cadena de valor más eficiente a partir de la máxima satisfacción de nuestros clientes, para lo que seguimos innovando en todos los eslabones de la cadena de suministro y en la gestión logística. Gracias a nuestras plataformas avanzadas, hemos conseguido automatizar gran parte de la distribución, como en el caso de Elorrio (Bizkaia) y Zaragoza, o la automatización de los procesos de preparación de los pedidos de fruta y verdura en Mallorca.

Con el objetivo de continuar optimizando nuestros procesos en la cadena de suministro, en línea también con la propuesta del modelo comercial "contigo", durante 2018 hemos trabajado en mejorar la frescura de nuestros productos: queremos que nuestros consumidores reconozcan a EROSKI como una de las cadenas de suministro con producto fresco de mayor calidad. Adicionalmente estamos trabajando con los proveedores locales para disponer en nuestras tiendas de productos frescos de los productores de la zona. Esto ha supuesto rediseñar las rutas de transporte actuales y definir nuevos flujos orientados a este nuevo modelo de servicio.

Otras líneas de actuación destacadas en la mejora de la eficiencia logística han sido la implantación de un nuevo sistema de aprovisionamiento que permite reducir el stock y el tirado y automatizar el producto de baja rotación en la plataforma de Sigüeiro.



Reestructuración de nuestro mapa de plataformas

Continuamos centrados en reestructurar el mapa de plataformas de las zonas donde se concentra la mayor parte de nuestro negocio. Se van a crear nuevas instalaciones modernas y eficientes, que nos permitirán atender las posibles demandas futuras de nuestros clientes (aperturas, crecimientos de gama, servicio al unitario, e-commerce, más producto local, etc.). En concreto, consideramos que hay dos regiones donde tenemos que actuar, a corto y mediano plazo. Por un lado, vamos a reestructurar el mapa de plataformas de frescos de la zona norte y, por otro, vemos necesario rediseñar el mapa

de plataformas de Cataluña. Una de las piedras angulares en las que se sustenta la transformación de la red logística de CAPRABO es la construcción de una nueva plataforma de distribución de producto fresco en El Prat de Llobregat (Barcelona). Con una superficie cercana a los 24.000 m² y una inversión estimada de 20 millones de euros, el proyecto, que ha iniciado su andadura en 2018, estará en pleno rendimiento en el año 2020. Esta nueva plataforma está enmarcada en el plan integral de competitividad de CAPRABO.



Proyecto de colaboración con empresas proveedoras

La filosofía y base del proyecto de colaboración con empresas proveedoras se mantiene, ya que estamos convencidos de las fortalezas y beneficios demostrados desde su inicio en 2014. Hemos seguido trabajando en los ítems que definimos en su día, focalizando los esfuerzos en aquellos aspectos que mayor beneficio mutuo

puede aportar la relación empresa proveedora-EROSKI. Por ello, durante el Plan Estratégico 2017-2020, estamos centrando los proyectos en uno de estos tres ámbitos: eficiencia, demanda colaborativa y colaboración. Algunos de los avances en el plan de colaboración durante 2018 han sido:

Avances en Proyecto EDI,

para incrementar la eficiencia en nuestras plataformas y disminuir las incidencias de facturación. EDI es un sistema que permite el intercambio de documentos normalizados entre los sistemas informáticos de quienes participan en una relación comercial: empresas fabricantes y distribuidoras.

Extensión parrilla en refrigerado:

tanto en Madrid como en Zaragoza.

Automatización de la herramienta de **Pedido Eficiente**.

Seguimos trabajando internamente para la extensión a más proveedores de las **recogidas en origen**, tanto en proveedores de marca propia como marca fabricante y en todos los negocios.

Revisión de **criterios de vida útil**, en aquellos casos que garanticen los requerimientos exigidos por nuestros consumidores.

Mejora en preparaciones del flujo **crossdocking** (sin stock) en nuestra plataforma de Ciempozuelos.

Revisión del proceso de recepción en la plataforma, para mejorar nuestra eficiencia en las descargas y los tiempos de espera de nuestros proveedores.



Encuentros con empresas proveedoras

Como una palanca más dentro del eje de colaboración, seguimos manteniendo foros con nuestras empresas proveedoras en los que compartimos la evolución de los indicadores clave principales, la situación de los proyectos conjuntos y los nuevos proyectos. Por ello, en

mayo de 2018 organizamos un encuentro con nuestros proveedores para presentarles nuestro Plan Estratégico 2017-2020 y los principales proyectos logísticos que tenemos en marcha para estos próximos cuatro años.

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.

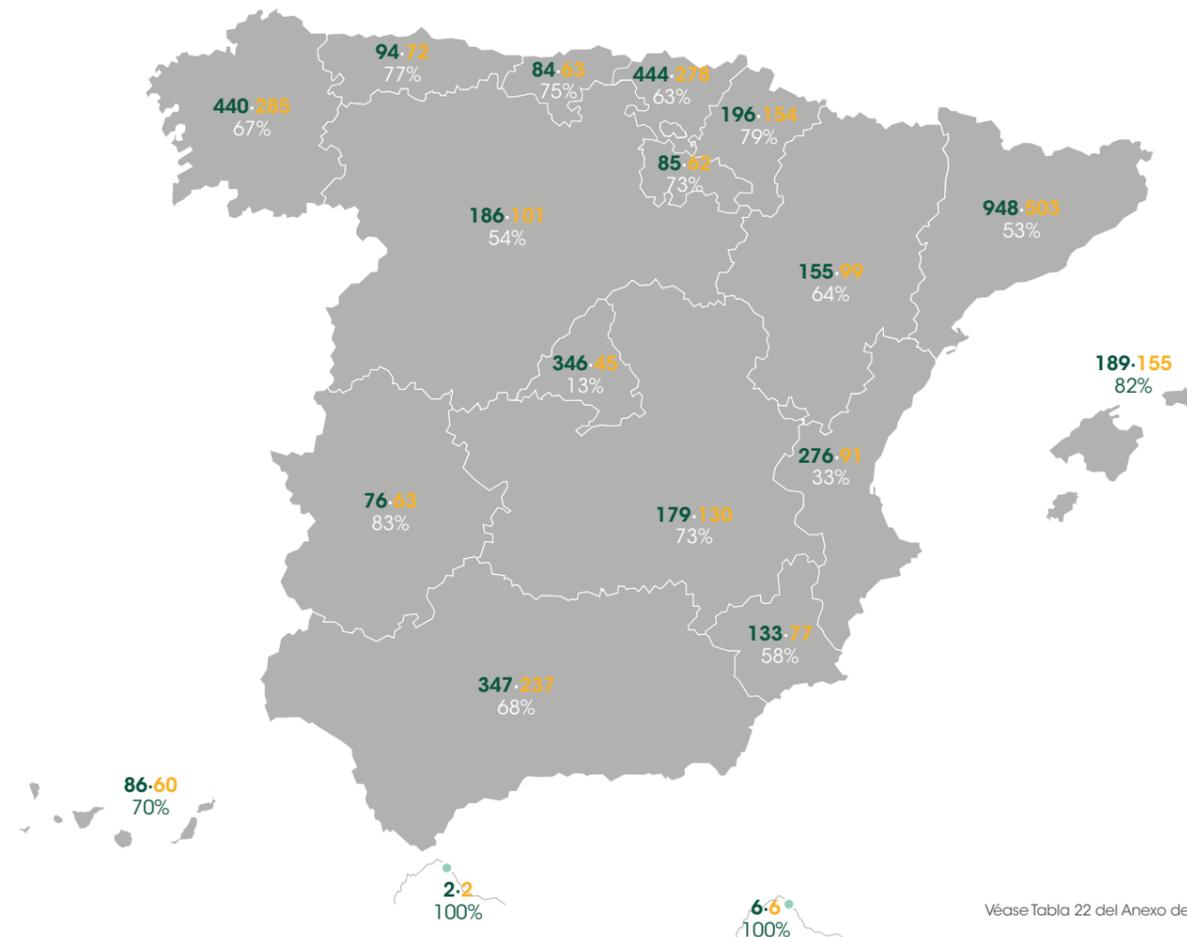
Por otro lado, las personas consumidoras encuentran en EROSKI productos más frescos, más sostenibles, más sanos y de mayor calidad. De hecho, el origen de los alimentos cada vez tiene más importancia para nuestros clientes ya que los productos locales también reflejan particularidades de una región, 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
EROSKI | MEMORIA ANUAL 2018 | 103

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.

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, denominaciones de origen protegidas (DOP) e indicaciones:

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.

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 promoviendo 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 comparada 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 Seleq̃tia

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 Seleq̃tia. 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 promovido 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.

