

Comprometidos para ofrecer máis produto local

204-1

O noso compromiso n.º 6 céntrase particularmente na contribución ao desenvolvemento do contorno social e económico das nosas tendas a través da comercialización de produtos locais e a promoción da cultura de cada zona.

Os elementos máis relevantes na nosa relación co mundo agroalimentario local son ter a posibilidade de contar cun sector produtivo diverso e orientado ao desenvolvemento sostible a través das pemes do sector primario: está nos nosos "xenes corporativos" comprometernos con esta diversidade, crear contornos colaborativos e traballar cun gran número de empresas proveedoras. Os beneficios desta estratexia son varios. Por unha banda, as pequenas empresas produtoras dispoñen da canle de comercialización de

EROSKI para distribuír as súas mercadorías, o que ten un alto impacto en termos de emprego, desenvolvemento rural e mantemento das paisaxes naturais.

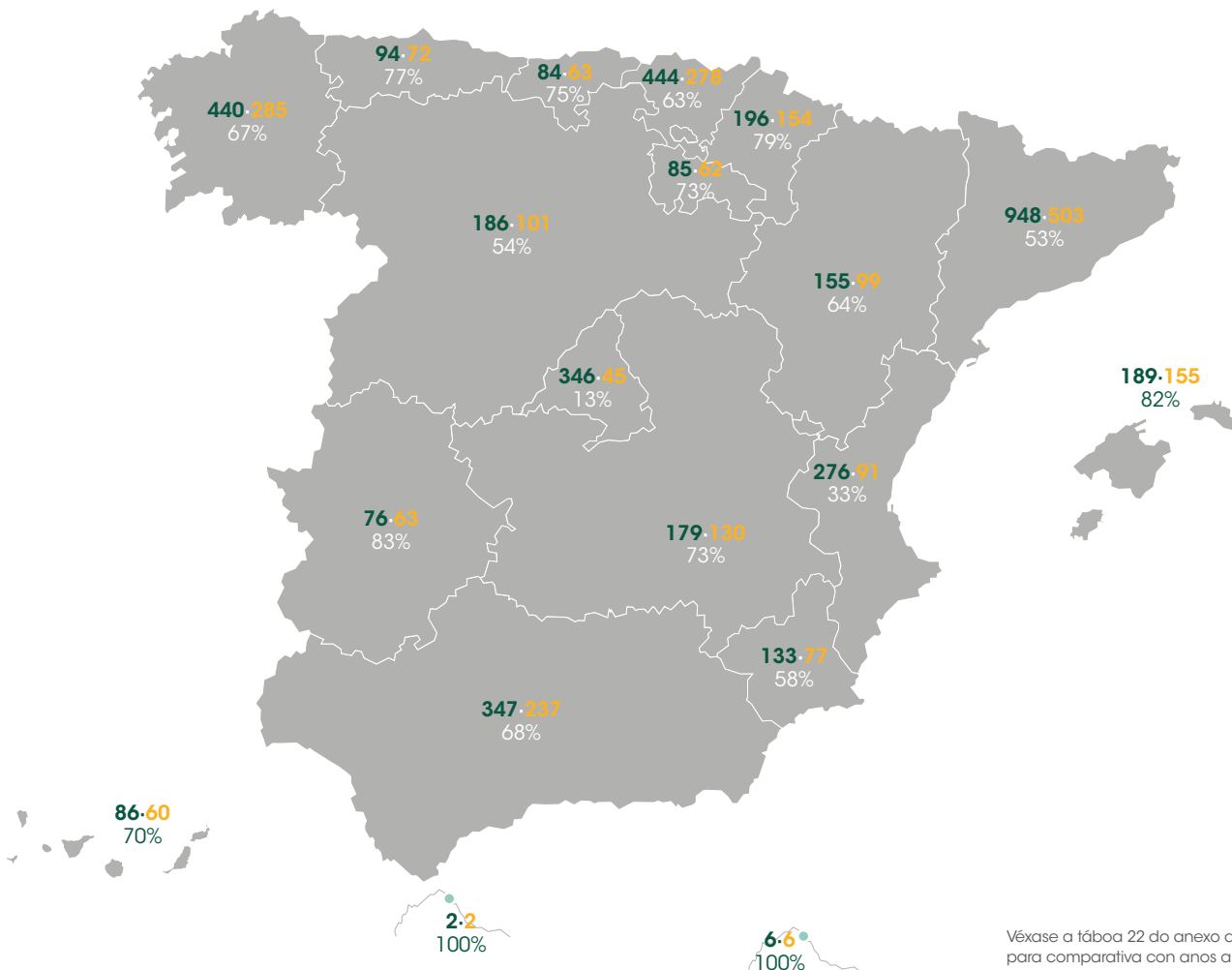
Por outra banda, os consumidores atopan en EROSKI produtos máis frescos, máis sostibles, máis sans e de maior calidade. De feito, a orixe dos alimentos ten cada vez máis importancia para os nosos clientes, xa que os produtos locais tamén reflicten as particularidades dunha rexión, modos de facer ancestrais, variedades autóctonas preservadas, receitas únicas, etc. Por este motivo, en EROSKI outorgámoslles un espazo protagonista na nosa proposta comercial e contribuímos activamente a valorizar a proposta local, evitando a estandarización e banalización da comida.

Número de provedores comerciais e produtores locais por comunidade autónoma

 N° provedores comerciais -  N° pequenos produtores locais
% de provedores rexionais respecto ao total de provedores comerciais

4.272 empresas proveedoras comerciais

2.493 empresas proveedoras locais



Véxase a táboa 22 do anexo de indicadores para comparativa con anos anteriores.

Colaboración con produtores agroalimentarios locais

A política comercial de EROSKI potencia ao máximo as economías locais, crea riqueza na contorna e contribúe ao desenvolvemento agroalimentario, económico e social.

Máis da metade dos 4.200 provedores comerciais que teñen EROSKI en España son pequenas empresas produtoras locais. EROSKI artella esta colaboración cos seus subministradores en torno aos tres principais compromisos de actuación coas pemes agroalimentarias locais.

1. Achegar os produtos das pequenas empresas produtoras aos consumidores.
2. Desenvolver unha xestión comercial adaptada a microempresas, pemes e cooperativas.
3. Colaborar en plans para a súa profesionalización e crecemento empresarial.

Outro elemento distintivo na nosa relación coas empresas provedoras e produtoras é o establecemento de acordos de cooperación a longo prazo. Durante o exercicio 2018 chegamos a un total de 1.540 acordos con pemes e cooperativas para incorporar novos produtos locais rexionais á nosa oferta comercial. Do total de referencias locais rexionais, 808 corresponden a seccións de frescos e 732 a alimentación. Esas novas altas xeraron unhas vendas de máis de 11 millóns de euros. Ademais, seguimos a renovar e xerar novos convenios de colaboración con organizacións sectoriais para o impulso dos alimentos locais, as Denominacións de Orixe (D.O.) e as Indicacións Xeográficas Protexidas (I.X.P.).

Presentamos a marca Boví Proxecto de innovación para revitalizar o consumo e a produción de legumes

Este 2018, EROSKI, HAZI, GARLAN e Learfiker asinaron un convenio de colaboración para a posta en marcha dun proxecto de innovación que revalorice as legumes producidas no País Vasco e impulse o seu consumo como alimento saudable e sostible entre as novas xeracións: comprometéronse a valorizar e potenciar a produción local de legume mediante a diversificación de produtos innovadores.

Convenio para a comercialización e a promoción do tomate rosa

EROSKI e a Asociación do Tomate Rosa de Barbastro asinaron en 2018 un convenio para o desenvolvemento e a promoción desta hortaliza. Trátase da primeira vez que a cooperativa firma un acordo con esta asociación que, na localidade oscense de Barbastro, produce o seu tomate rosa coa denominación Marca Nacional "Tomate Rosa de Barbastro".

Presentamos a marca Boví Balear Natur

Dende EROSKI seguimos promocionando o consumo de produtos locais e establecendo acordos cos produtores destas illas. A creación da marca Boví Balear Natur supón un cambio importante na venda da carne de tenreira, posto que case a totalidade da que se pode atopar nos nosos centros de Baleares é 100 % local. A orixe desta carne conta cunha rastrexabilidade controlada.

Algúns dos momentos nos que se fai visible a importancia desta colaboración é nos encontros periódicos que mantemos coas empresas produtoras agroalimentarias locais, cando actualizamos a estratexia compartida de fomentar a diversidade do sector primario.

Reunímonos un ano máis coa frota atuneira para traballar pola sostibilidade

Na sede do centro tecnolóxico experto en investigación mariña e alimentaria AZTI en Derio (Biscaia) participamos nun encontro que reuniu á frota atuneira española e ás asociacións sectoriais ANABAC e OPAGAC para analizar a evolución do acordo que manteñen para incrementar o volume de atún capturado coas artes de pesca máis sostibles e fixar novos pasos.

Encontros con provedores vascos e navarros

Mantivemos cadanseus encontros cos provedores en ambos os territorios do País Vasco e Navarra, con máis de 300 pequenos produtores no primeiro e máis de 150 no segundo. A cooperativa comercializa preto de 2.000 e 1.500 produtos, respectivamente, mantendo así a súa aposta pola sostibilidade e o pequeno produtor.

Os produtos con orixes selectas como elemento diferenciador

Buscando ofrecer á nosa clientela produtos locais e da máxima calidade, en EROSKI incorporamos dende fai tempo as I. X. P. e as D. O. P. na nosa oferta comercial. Estas certificacións identifican aqueles alimentos cuxa calidade ou características especiais se deben, fundamental ou exclusivamente, ao medio xeográfico do que proveñen, tanto polos seus factores naturais como humanos. Ademais, no caso das D. O. P. garántese a súa transformación e elaboración na zona xeográfica delimitada.

Actualmente, contamos con máis de 2.000 produtos con D. O. P. ou I. X. P.: máis de 1.500 viños, 100 produtos de conservas vexetais, aceites, legumes e arroz, 300 produtos cárnicos e 100 froitas e hortalizas. A nosa aposta por este tipo de produtos na nosa marca propia ponse de manifesto coa incorporación, en 2018, de 8 referencias novas de queixos e 75 de viños con D. O. P., 15 de conservas vexetais, 1 de froita e 1 de doces con I. X. P.

Sidra con denominación de orixe Euskal Sagardoa de marca propia EROSKI SeleQitia

En EROSKI seguimos avanzando no noso compromiso e a nosa aposta polos produtos locais e lanzamos a nosa primeira sidra de marca propia con D. O. Euskal Sagardoa baixo a marca gourmet EROSKI SeleQitia. Deste xeito, a cooperativa convértese na primeira cadea de distribución que pon a súa marca a unha sidra de calidade certificada co selo Euskal Sagardoa.

Promoción dos produtos locais

Objectivo de EROSKI de fomentar os produtos locais esténdese tamén ao esforzo por divulgar e promover os valores culturais, gastronómicos e culinarios inherentes a eles. Mentres que a nosa oferta de produtos de proximidade continúa a aumentar nos últimos anos, en EROSKI tamén estamos implicados na promoción do consumo destes alimentos autóctonos como vía para manter a nosa cultura gastronómica, a nosa **economía e as nosas paisaxes**.

En 2018 lanzamos 40 campañas locais para dar a coñecer e promover os alimentos procedentes de toda a nosa xeografía, privilexiando as rexións nas que se localizan as nosas tendas. Esta dinamización comercial céntrase, en gran medida, nos produtos frescos de tempada, especialmente apreciados polos consumidores.



VII edición do Premio BCC-EROSKI Saria

O premio BBC EROSKI Saria, organizado polo Basque Culinary Center e EROSKI, busca recoñecer aquelas elaboracións culinarias que poñen en valor a innovación gastronómica de alimentos de tradición local. Máis concretamente, premia aos cociñeiros e cociñeiras que promoven e empregan variedades e especies que conforman a riqueza cultural e gastronómica dos diferentes territorios de España.

Esta edición puxo especial énfase na saúde, a sostibilidade e a innovación culinaria, demostrando un compromiso social coas empresas produtoras e a preservación da biodiversidade de especies, variedades e sabores.

O gañador esta edición foi Oriol Casals, do restaurante Teòric de Barcelona. O segundo premio foi para Xabier Blanco, do restaurante Summum de Las Palmas de Gran Canaria, e o terceiro para Carolina Sánchez e Iñaki Murua, do restaurante Ikaro de Logroño.

Premio "Mardelaxe" para VEGALSA-EROSKI

VEGALSA-EROSKI foi galardoada co primeiro Premio "Mardelaxe", da Confraría de Pescadores de Laxe, en recoñecemento do seu apoio á posta en valor dos produtos de pesca costeira artesanal grazas ás súas compras en orixe nas lonxas galegas de Laxe, Burela, Celeiro, A Coruña, Malpica, Marín e Vigo.



Firas CAPRABO de Productes de Proximitat

No transcurso do ano, en CAPRABO promovemos diferentes feiras co obxecto de achegar a produción dos pequenos produtores aos seus clientes. Deste xeito, promovemos os produtos do Vallés, do Camp de Tarragona, de l'Anoia e do Maresme.

Programa por comarcas en Chef CAPRABO

Chef CAPRABO acolleu a presentación da V Xornada Gastronómica do Calçot de Valls, así como unha nova edición da Rota do Xató, orientada á promoción e difusión da tradición e as distintas elaboracións dun prato a orixe do cal se establece en distintas comarcas catalanas, no Alt Penedès, el Baix Penedès e o Garraf.

Campaña "A comida é vida" en VEGALSA-EROSKI

En VEGALSA-EROSKI levamos a cabo unha campaña de promoción de produtos locais son selo de garantía de calidade certificada Galicia Calidade. Lanzamos un novo spot no que se resalta a cultura galega e o xeito de vivir, cos mellores produtos da terra, así coma abundosas actividades de promoción e degustación para dar a coñecer produtos de proximidade de orixe galega.

VII feira de produto local en Zaragoza

En 2018, en colaboración con empresas proveedoras rexionais de Aragón, organizamos a VII Feira do Produto Local en Zaragoza, co obxecto de dar a coñecer e poñer en valor as características do produto local, así coma promover o seu consumo. Ademais da exposición e degustación de numerosos produtos locais, a feira contou coa entrega do Premio ao Produto Aragonés Máis Innovador EROSKI CONTIGO, concedido á empresa Biosurya SL, provedora de produtos vexetarianos ecolóxicos. Así mesmo, EROSKI outorgou o premio especial a Casa Matachín-Aves Nobles e Derivados, fabricantes e especialistas en produtos precociñados derivados da carne de ave, en recoñecemento da súa longa relación con EROSKI.

Campaña "Productes de Sa Nostra Terra" en Baleares

Como cada ano, lanzamos a campaña "Productes de Sa Nosa Terra" co obxecto de destacar os artigos producidos, fabricados e envasados en Baleares. Durante o pasado ano, a facturación deses produtos locais superou os 85,7 millóns de euros en Baleares, cun incremento do 9,5 % sobre a cifra de venda do ano precedente. Ademais, durante 2018 leváronse a cabo outras campañas dirixidas a produtos baleares locais como a promoción do cordeiro balear, as empanadas e os robiols de Semana Santa, campañas de promoción das sobrasadas I. X. P. de Mallorca e dos llonguets.