

5

Cadea de valor

Compromiso coas nosas
empresas provedoras

Cadea de valor eficiente e colaborativa

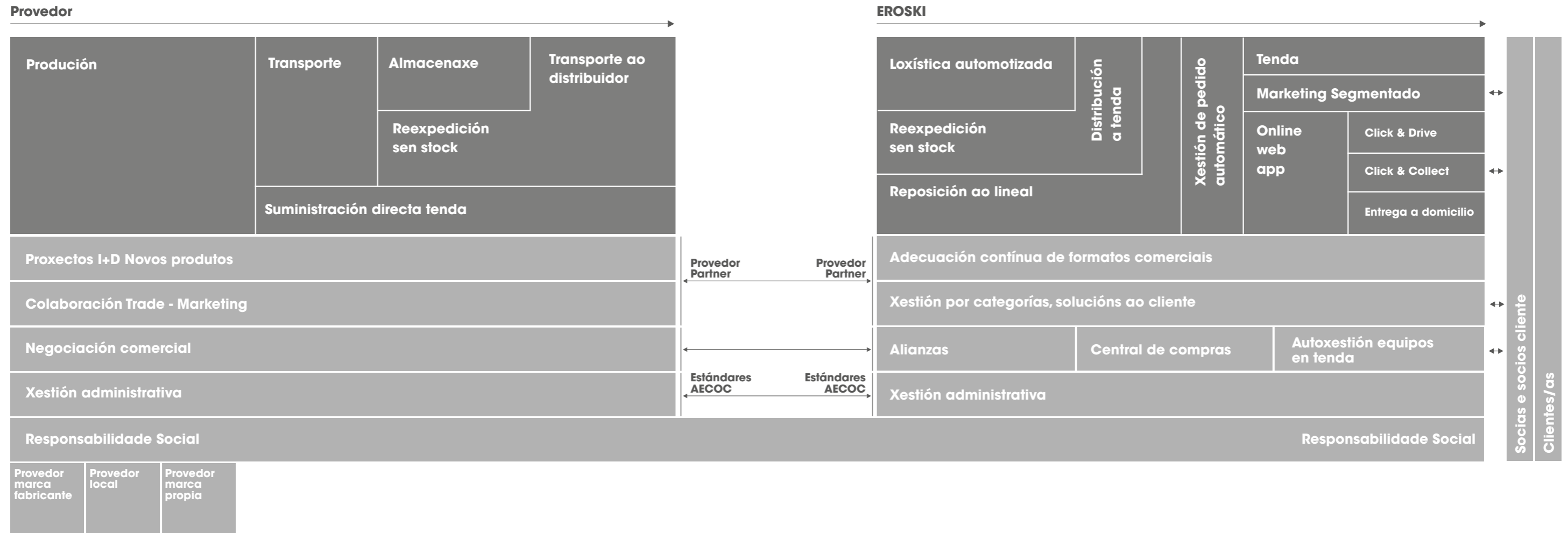
En 2018 continuamos coa nosa aposta por unha innovación integral e a optimización da cadea de valor, o desenvolvemento de novos modelos de tenda e unha nova forma de relacionarse coa clientela, impregnado todo do espírito "contigo" que inspira o noso día a día.

Para lograr unha gama de produtos cada vez máis ampla, personalizada e cun maior aforro, contamos cunha cadea de valor aberta á marca de fabricante, á nosa propia marca e á enorme diversidade dos alimentos de produción local na contorna de cada unha das nosas tendas. Reforzamos a diversidade do tecido produtivo agroalimentario para acadar un sector local sostible grazas ao compromiso compartido de EROSKI e a súa clientela. Ademais, seguimos mantendo as nosas alianzas comerciais para mellorar a nosa proposta aos consumidores en valor e prezo.

o noso obxectivo non só consiste en orientar a organización cara ás tendas, senón en lograr que os nosos principais colaboradores, as nosas empresas provedoras, tamén estean orientados cara a elas.

<p>As claves da nosa mellora en competitividade comercial son:</p>	<p>Optimización dos procesos de venda e subministro, atinxindo unha maior eficiencia en toda a cadea de valor.</p> 	<p>Responsabilidade social e ambiental como criterio para a selección das empresas provedoras.</p> 
<p>Innovación no eido da colaboración con empresas provedoras e organizacións referentes en alimentación.</p> 	<p>Prezos máis axeitados e competitivos grazas ás alianzas comerciais e á xestión de múltiples promocións e ofertas personalizadas.</p> 	<p>Diversidade do noso tecido produtivo agroalimentario, impulsando os pequenos produtores locais.</p> 










La cadena de valor de EROSKI



As nosas Marcas

Durante o ano 2018, a nosa marca propia cumpriu 41 anos. Desde o seu nacemento, os produtos da marca EROSKI medraron ata converterse nun máis da familia, por iso seguimos traballando para ofrecer cada vez máis produtos e de maior calidade que axuden a aforrar. No último ano revisamos o deseño do envase de EROSKI Basic e reposicionamos a nosa marca de produtos frescos EROSKI Natur baixo a promesa "Sabor responsable",

como expresión do compromiso de EROSKI (compromiso n.º 5) coa nosa contorna a través dun consumo responsable de produtos frescos e saborosos con garantía de orixe e rastrexabilidade do proceso, entre outros avances. No total, incorporamos 201 produtos á nosa gama de marca propia.

	Nº referencias marcas propias	2018	2017	
	EROSKI SeleQtia	199	196	O mellor do mellor. Produtos testados polo Basque Culinary Center.
	EROSKI	2.798	2.752	Ampla gama de produtos, todo o que precisas, coa mellor relación calidade/prezo garantida.
	EROSKI Sannia	132	141	Produtos nutricionalmente equilibrados e mellorados con respecto ao seu igual ou á media do mercado, cun 25 % menos de sal, un 30 % menos de graxa e de azucres ou un 30 % menos de graxas saturadas. Tamén ricos en fibra, Omega 3 e fitoesteróis, con todo o sabor e ao mellor prezo.
	EROSKI Natur	398	369	Produtos frescos con todo o sabor, total rastrexabilidade e calidade controlada, das mellores orixes e no seu mellor momento.
	Belle	449	426	Produtos de cosmética, hixiene e coidado persoal sen parabenos nin triclosán, dermatoloxicamente probados e ao mellor prezo.
	EROSKI Basic	362	342	Produto de consumo ordinario, para todos os días, con todas as garantías de calidade de EROSKI ao prezo máis baixo.
	Visto Bueno	2.126	1.739	Roupa e calzado con deseños propios e a mellor relación calidade/prezo.
	Romester	408	489	Roupa e equipamento deportivo con deseños propios e coa mellor relación calidade/prezo.
	Ecron	403	53	Aparatos electrónicos e electrodomésticos con diferentes niveis de funcionalidade e a mellor relación calidade/prezo.

Nosos provedores 102-9; 102-10; 204-1

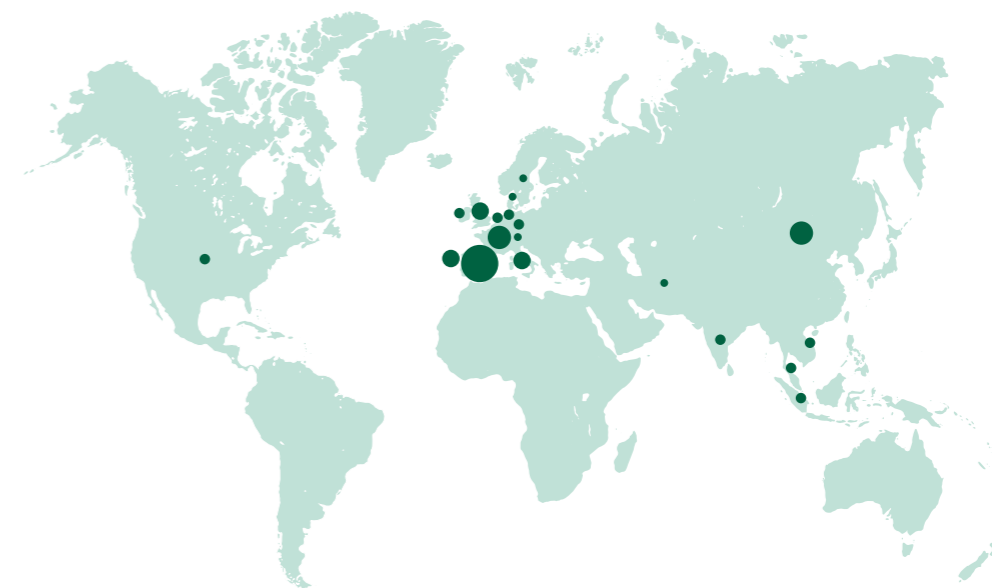
Nunha actividade como a distribución comercial, na que o prezo e a rapidez na dispoñibilidade dos produtos se converteu nun valor cada vez máis apreciado polos consumidores, a proximidade cos provedores, tanto xeográfica como á hora de abordar iniciativas conxuntas, converteuse nun elemento crítico.

En EROSKI traballamos con máis de 11.000 empresas proveedoras comerciais e de servizos, coas que en 2018 realizamos transaccións económicas por un importe superior aos 4.000 millóns de euros. Isto tradúcese na comercialización de máis de 107.000 artigos diferentes no último exercicio. O noso compromiso co tecido produtivo nacional materialízase en que o 98 % do gasto en provedores corresponde a empresas situadas no territorio

español. Ademais, tratamos de impulsar o consumo de proximidade colaborando con provedores locais e rexionais, que supoñen máis do 50 % da nosa cadea de subministración comercial en España.

Neste plan estratéxico desenvolvemos un Plan Xeral de Colaboración con Provedores que abrangue todos os ámbitos da nosa organización e que está aliñado, na súa totalidade, cos 10 compromisos de saúde e sostibilidade. Este plan desenvólvese a través de tres eixes, que son o CLIENTE (poñemos énfase nas necesidades dos nosos consumidores), a SAÚDE (é unha das principais pancas do noso plan estratéxico) e a EFICIENCIA (apostaremos de xeito claro pola parte lóxística).

Número de provedores comerciais e servizos por país



2018		2018		2018	
España	11.029	Bélxica	12	Polonia	2
China	70	Bangladesh	11	Tailandia	2
Francia	63	Dinamarca	10	Taiwán	2
Portugal	51	Noruega	9	Chipre	1
Reino Unido	33	Andorra	6	Corea do Sur	1
Alemaña	20	Vietnam	5	India	1
Holanda	20	Paquistán	4	Indonesia	1
Italia	16	Suíza	4	Israel	1
EEUU	13	Grecia	2	Singapur	1
Irlanda	12	Luxemburgo	2	Suecia	1

En 2018 non se produciron cambios significativos na cadea de subministro. Véxase a táboa 21 do anexo de indicadores para comparativa con anos anteriores.

Total empresas proveedoras:
11.405

AGECORE, a maior central de negociación europea

Un contorno altamente competitivo, no que os mercados de materias primas son globais e no que as grandes marcas líderes teñen escala mundial, en EROSKI reforzamos as nosas alianzas no mercado internacional. Son elementos determinantes que sustentan o noso posicionamento competitivo e que permiten ofrecer novas posibilidades de aforro aos consumidores.

A central AGECORE constitúe a maior alianza europea de compras, formada por EROSKI e os Grupos ITM (Francia), EDEKA (Alemaña), COLRUYT (Bélxica), CONAD (Italia) e COOP (Suíza). Ademais de ser empresas independentes, comparten unha visión estratéxica a longo prazo. O seu obxectivo é ofrecer os consumidores europeos unha gama de produtos máis ampla para unha maior liberdade de elección e uns mellores prezos, á vez que amplía as oportunidades de negocio para as nosas empresas provedoras.

A facturación global de AGECORE acada os 140.000 millóns de euros e a súa actividade comercial desenvólvese en 8 países europeos (Alemaña, Bélxica, España, Francia, Italia, Suíza, Polonia e Portugal). A alianza constitúe tamén un punto de encontro dos aliados para a busca de sinerxías a través do intercambio de coñecemento en ámbitos como o consumo sostible, a xestión da calidade, os formatos de tenda e os programas de colaboración con pequenos produtores locais.

Responsabilidade social dos nosos provedores 414-1

Asostibilidade, entendida como o balance nos aspectos económicos, sociais e ambientais, tamén é fundamental na selección das empresas que conforman a nosa cadea de subministración. Así, esiximos ás nosas empresas provedoras que manteñan unha xestión responsable dos seus traballadores e potenciamos a aqueles que implantan sistemas de xestión ambiental nas súas empresas.

Comercio xusto

EROSKI foi a primeira empresa de distribución de España en incorporar produtos de comercio xusto na súa oferta comercial e foi recoñecida por Fairtrade International como operador lexitimado para a importación e distribución destes produtos coa súa propia marca comercial. A gama de produtos de comercio xusto que comercializamos está formada por café, cacao, té e azucre, ademais de distintos produtos téxtiles certificados.

Os produtos Fairtrade International contan coa certificación da súa cadea de subministración, desde o produto ata aos consumidores finais, o que garante o cumprimento dos criterios sociais, económicos e ambientais do comercio xusto: salarios para unha vida digna, non á explotación infantil, igualdade entre homes e mulleres, dereitos laborais e respecto do medio ambiente.

Responsabilidade social

Como se detalla no capítulo dedicado aos traballadores, todas as nosas empresas provedoras están sometidas aos requisitos internacionais de responsabilidade social no traballo. Deste xeito, en EROSKI condicionamos a relación comercial con elas ao cumprimento, pola súa parte, dos dereitos humanos e laborais. Ademais, contamos cun regulamento interno que promove medidas para previr calquera tipo de actividade corrupta na xestión de empresas provedoras e contratadas.



Loxística eficiente

Para dar cobertura e servizo aos máis de 1.600 establecementos do Grupo EROSKI, dispomos dunha rede loxística composta por 23 plataformas, aínda que en total os nosos camións transitan por unhas 40 plataformas loxísticas, entre as que se inclúen outras que pertencen a empresas externas. En total, supoñen máis de 360.000 m2 de superficie, desde os que distribuímos ata un millón de caixas diariamente. Buscamos construír a cadea de valor máis eficiente a partir da máxima satisfacción dos nosos clientes, motivo polo que seguimos innovando en todos os elos da cadea de subministro e na xestión loxística. Deste xeito, grazas ás nosas plataformas avanzadas, conseguimos automatizar gran parte da distribución, coma no caso de Elorrio (Biscaia) e Zaragoza, ou a automatización dos procesos de preparación de pedidos de froita e verdura en Mallorca.

Co obxecto de seguir a optimizar os procesos da nosa cadea de subministro e en liña tamén coa proposta do modelo comercial "contigo", durante 2018 traballamos en mellorar a frescura dos nosos produtos: queremos que os nosos consumidores recoñezan a EROSKI como unha das cadeas de subministro cun produto fresco de maior calidade. Ademais, estamos a traballar cos provedores locais para poder dispor, nas nosas tendas, de produtos frescos de produtores da zona. Isto fixo que tivéssemos que volver a deseñar as actuais rutas de transporte e definir os novos fluxos orientados a este novo modelo de servizo.

Outras liñas de actuación destacadas na mellora da eficiencia loxística foron o establecemento dun novo sistema de aprovisionamento que permite reducir o stock e o tirado e a automatización do produto de baixa rotación na plataforma de Sigüeiro.

Grazas ás nosas plataformas avanzadas, conseguimos automatizar gran parte da distribución, coma no caso de Elorrio (Biscaia) e Zaragoza, ou a automatización dos procesos de preparación de pedidos de froita e verdura en Mallorca.



Reestructuración do noso mapa de plataformas

Seguimos centrados en reestructurar o mapa de plataformas das zonas nas que se concentra a maior parte do noso negocio. Vanse crear novas instalacións, modernas e eficientes, que nos permitirán atender as posibles futuras demandas dos nosos clientes (aperturas, crecementos de gama, servizo ao unitario, comercio electrónico, máis produto local, etc.). En concreto, consideramos que temos que actuar en dúas rexións, a corto e a medio prazo. Por unha banda, imos reestructurar o mapa de plataformas de frescos da zona norte e, por outra, achamos necesario volver deseñar o mapa de plataformas de

Cataluña. Unha das pedras angulares sobre as que se sustenta a transformación da rede loxística de CAPRABO é a construción dunha nova plataforma de distribución de produto fresco en El Prat de Llobregat (Barcelona). Cunha superficie próxima aos 24.000 m2 e un investimento estimado de 20 millóns de euros, o proxecto, que iniciou a súa andadura en 2018, estará en pleno rendemento no ano 2020. Esta nova plataforma estará enmarcada no plan integral de competitividade de CAPRABO.

Proxecto de colaboración con empresas proveedoras

A filosofía e a base do proxecto de colaboración coas empresas proveedoras mantense, xa que estamos convencidos das fortalezas e dos beneficios demostrados desde o seu inicio en 2014. Seguimos traballando nos elementos que definimos no seu día e centramos os nosos esforzos naqueles aspectos que maior beneficio mutuo

pode achegar a relación empresa provedora-EROSKI. Por este motivo, durante o Plan Estratégico 2017-2020 centramos os proxectos nun destes tres eidos: eficiencia, demanda colaborativa e colaboración. Durante 2018, algúns dos avances no plan de colaboración foron:

Avances no Proyecto EDI,

para incrementar a eficiencia das nosas plataformas e diminuír as incidencias de facturación. EDI é un sistema que permite o intercambio de documentos normalizados entre os sistemas informáticos dos que participan nunha relación comercial: empresas fabricantes e distribuidoras.

Extensión da grella en refrixerado:

tanto en Madrid como en Zaragoza.

Automatización da ferramenta de **Pedido Eficiente**.

Seguimos traballando internamente para a extensión a máis provedores das **recollidas en orixe**, tanto en provedores de marca propia como de marca fabricante e en todos os negocios.

Revisión dos **criterios de vida útil**, naqueles casos que garantan os requirimentos esixidos polos nosos consumidores.

Mellora nas preparacións do fluxo **crossdocking** (sen stock) na nosa plataforma de Ciempozuelos.

Revisión do proceso de recepción na plataforma, para mellorar a nosa eficiencia nas descargas e os tempos de espera dos nosos provedores.



Encontros con empresas proveedoras

Como unha panca máis dentro do eixe de colaboración, seguimos mantendo foros coas nosas empresas proveedoras, nos que partillamos a evolución dos principais indicadores clave, a situación dos proxectos conxuntos e os novos proxectos. Por iso, en maio de 2018 organizamos

un encontro cos nosos provedores para presentarles o noso Plan Estratégico 2017-2020, así como os principais proxectos loxísticos que temos en marcha para estes próximos catro anos.

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" comprometermos 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.

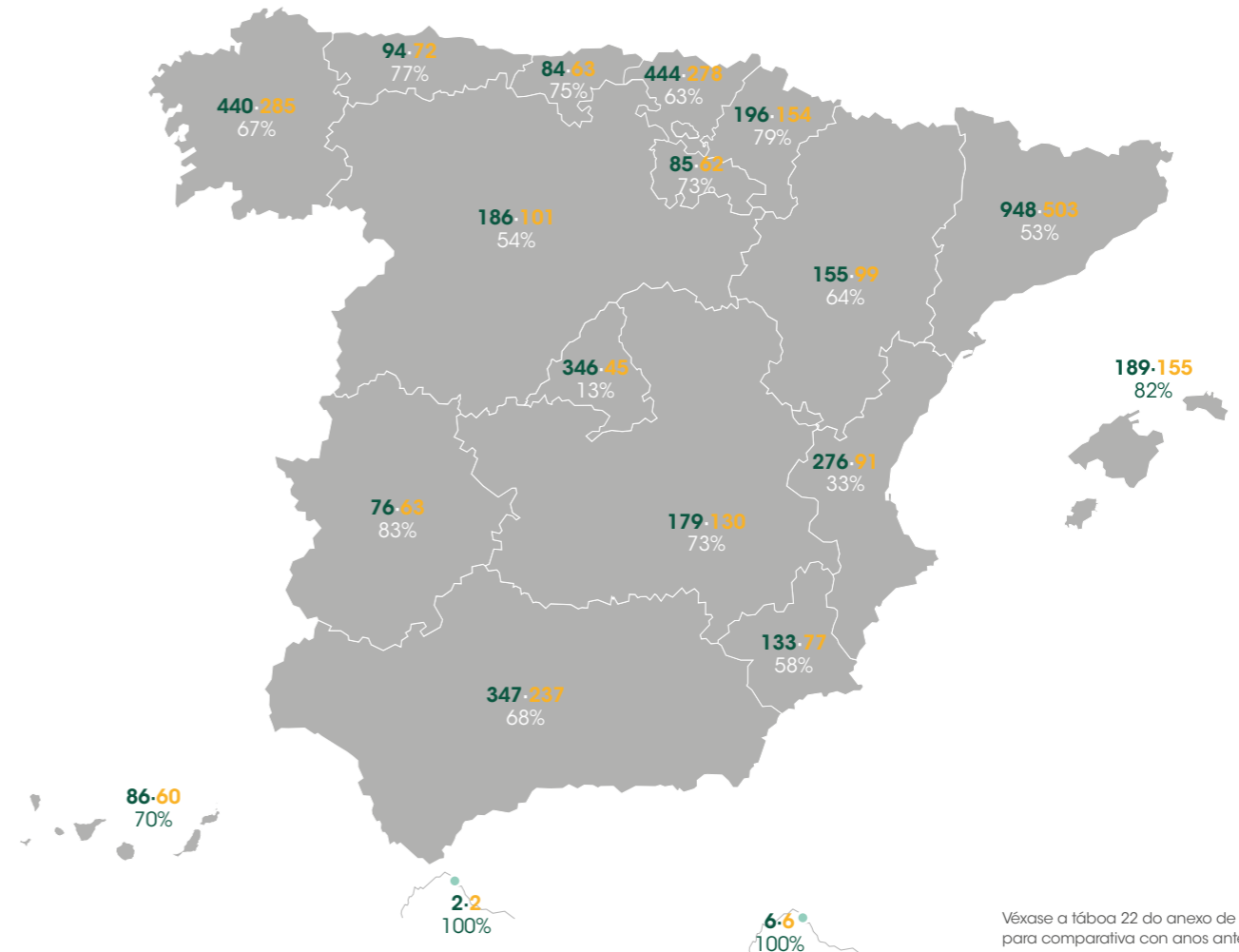
Por outra banda, os consumidores atopan en EROSKI produtos máis frescos, máis sostibles, máis sans e de maior calidade. De feito, a orixe dos alimentos ten cada vez máis importancia para os nosos clientes, xa que os produtos locais tamén reflicten as particularidades dunha rexión, modos de facer ancestrais, 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

Nº provedores comerciais - **Nº 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 ten 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 proveedoras 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 Leariker 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 Basbastro".

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 sustentabilidade

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 sustentabilidade 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 SeleQtia

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 SeleQtia. 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

Obxectivo 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 Balears

Como cada ano, lanzamos a campaña "Productes de Sa Nosa Terra" co obxecto de destacar os artigos producidos, fabricados e envasados en Balears. Durante o pasado ano, a facturación deses produtos locais superou os 85,7 millóns de euros en Balears, 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.

