

Nuevo impulso a los productos de proximidad**EROSKI REFUERZA SU COMPROMISO CON LA PRODUCCIÓN LOCAL DE NAVARRA Y AUMENTA SUS VENTAS MÁS DE UN 14% EN LA PRIMERA MITAD DEL 2020**

- Destaca el crecimiento de las ventas de frescos de más del 14%, impulsadas por las frutas y hortalizas navarras y las secciones de carnicería y charcutería, cuyas ventas crecen por encima del 13%
- EROSKI colabora con más de 400 proveedores navarros con un volumen de compras anuales que ronda los 220 millones de euros

Pamplona, 14 de septiembre de 2020.- [EROSKI](#) mantiene un fuerte compromiso con la producción local del entorno en el que opera y de ello da muestra el impulso que está dando a los productos de proximidad en su red comercial. Así, las ventas de EROSKI de alimentos de origen local de Navarra mantienen la senda del crecimiento con un aumento del 14,3% durante la primera mitad del presente ejercicio.

Los frescos locales a la cabeza del crecimiento

Las ventas de frescos de origen local han crecido un 14,3%. A la cabeza de dicho crecimiento los productos de origen local de las secciones de charcutería y carnicería -especialmente la carne de vacuno certificada por la IGP Ternera Navarra con la marca propia *EROSKI Natur*, el cordero con IGP o el pollo EROSKI Natur con sello Reyno Gourmet de Navarra- con aumentos del 17,6 y del 15,5%, respectivamente. También las frutas y hortalizas de la región que han elevado sus ventas más de un 13% sobre el mismo periodo del año anterior.

"La amplia oferta de alimentos de producción local y productos frescos de temporada se ha convertido en distintivo de nuestras tiendas. Nuestro compromiso con los productos locales crece año tras año y actualmente, ante la difícil situación provocada por la COVID-19, estamos priorizando el apoyo y cooperación con los pequeños productores agroalimentarios con más intensidad si cabe. Es el momento de consumir productos locales y ayudar a recuperar y mantener el consumo, los puestos de trabajo y la economía. El producto de proximidad se ha ganado un lugar destacado en nuestros lineales y, como refleja el crecimiento sostenido de su volumen de ventas, también en la cesta de la compra de nuestros clientes que optan por estos productos más sostenibles, más frescos, sanos y de mayor calidad", ha señalado la directora Comercial de Productos Locales de EROSKI, Asun Bastida.

EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa
KRISTIAN PRIETO

Tel: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

EROSKI – OFICINA DE PRENSA**CONSEJEROS DEL NORTE**

JOANA G. LANDAZABAL
EDURNE IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

[Sala de prensa online](#)

EROSKI desarrolla con el sector primario navarro un amplio número de iniciativas en la producción alimentaria local como el desarrollo de productos de marca propia en huevo, conservas vegetales, queso de pastor D. O. Idiazabal Artzai-Gazta y D. O. Roncal. También bajo la marca propia EROSKI Natur el espárrago acogido a la IGP Espárrago de Navarra y la Alcachofa de Tudela, entre otros.

Además, colabora con el [Instituto Navarro de Tecnologías e Infraestructuras Agroalimentarias](#) (INTIA) para la promoción de productos regionales navarros bajo la marca Reyno Gourmet de los que comercializa unas 450 referencias. Igualmente, participa en el [Clúster Agroalimentario de Navarra](#), un colectivo formado por corporaciones de diversos sectores, con el objetivo, entre otros, de alinear al sector agroalimentario navarro con las políticas europeas de innovación y sostenibilidad.

La política comercial de EROSKI potencia al máximo las economías locales, creando riqueza en el entorno y contribuyendo al desarrollo agroalimentario, económico y social. Más de la mitad de las 4.200 empresas proveedoras comerciales que tiene EROSKI en España son pequeñas empresas productoras locales. Este modelo impulsa un tejido productivo agroalimentario local altamente diversificado como elemento clave para la sostenibilidad del sector.

Apoyo al sector primario durante la pandemia

Desde el momento en que la crisis de la COVID-19 obligó a cerrar los negocios de restauración, donde los pequeños agricultores y ganaderos derivan gran parte de su producción, EROSKI puso en marcha un sistema de colaboración con productores locales para que pudieran dar salida a sus producciones.

En Navarra EROSKI coordinó acciones con INTIA y el clúster agroalimentario para desarrollar la campaña “comamos de casa” y promover el consumo de vacuno, queso, relleno, chistorra y conservas (pimiento y espárrago) de la región. Además, cerró un acuerdo con la [Unión de Agricultores y Ganaderos de Navarra](#) (UAGN) para dar salida en sus tiendas a productos locales como espárragos, alcachofas, pimientos, carnes de ternera y ovino, quesos, vinos, etc.

Primer grupo de distribución alimentaria de Navarra

EROSKI es el primer grupo de distribución de carácter cooperativo y líder de la distribución alimentaria en Navarra. Colabora con cerca de 400 proveedores navarros con un volumen de compras de 220 millones de euros y comercializa en torno a 3.200 productos de la región.

La red comercial de EROSKI en la Comunidad Foral alcanza los 112 establecimientos, entre hipermercados y supermercados propios y franquiciados y cash & carry; además de gasolineras, ópticas, oficinas de viajes y tiendas de equipamiento deportivo, así como su supermercado [online](#), siendo el único

EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa
KRISTIAN PRIETO

Tel: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

EROSKI – OFICINA DE PRENSA CONSEJEROS DEL NORTE

JOANA G. LANDAZABAL
EDURNE IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

[Sala de prensa online](#)



operador con entrega a domicilio en el 100% de Navarra. El programa de fidelización EROSKI Club suma en Navarra más de 209.000 Socios Clientes.

EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa
KRISTIAN PRIETO

Tel: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

**EROSKI – OFICINA DE PRENSA
CONSEJEROS DEL NORTE**

JOANA G. LANDAZABAL
EDURNE ÍZQUIERDO

Tel: 944 158 642

[Sala de prensa online](#)