

Campaña Navidad 2021

EROSKI PREVÉ EN EUSKADI UN AUMENTO EN LAS VENTAS DE CORDERO, QUESO Y VINO DE RIOJA ALAVESA

- Las ventas de producto local del País Vasco han aumentado un 7% a lo largo del 2021
- Los productos frescos siguen siendo la base de la cesta de la compra, aunque crecen categorías como los dulces navideños y bebidas como el vino de Rioja Alavesa, txakoli y sidra
- El consumidor planifica poco las compras de Navidad y principalmente las sigue haciendo en tienda física
- EROSKI lanza su campaña de Navidad 2021 *“Feliz todo Contigo”* poniendo el foco en las facilidades para resolver las compras navideñas por surtido, canales de compra y ahorro

Elorrio, 16 de diciembre de 2021.- [EROSKI](#) prevé un aumento en las ventas de producto local de Euskadi de cara a la campaña de Navidad, en especial, de bebidas como los vinos de Rioja Alavesa; txakolí y sidra natural. Igualmente se espera un aumento en la venta de cordero y bonito en conserva y otros productos, tradicionalmente ligados a estas fechas como los dulces navideños

“Apreciamos un claro aumento de los productos locales vascos en una campaña tan especial como la Navidad si bien es una tendencia que hemos experimentado prácticamente desde el inicio de la pandemia. Tiene relación con el crecimiento exponencial de los productos frescos, como base de las compras en Navidad, pero también con la confianza que el consumidor deposita en los productos locales de calidad que han estado tradicionalmente en las mesas como el vino, en especial el que proviene de la Rioja Alavesa, o el queso Idiazabal. El consumidor busca calidad y la encuentra, principalmente, en los productos locales”, afirma Asun Bastida, directora comercial de producto local de EROSKI.

Las ventas de producto local del País Vasco han aumentado este último año un 7%, destacando en especial el queso Idiazabal (50%), el vino con D.O.C Rioja (24%), el txakoli (25%), hortalizas (11%) y conservas de pescado como el bonito (13%).

Más fresco y ecológico

En términos generales, también en Navidad el consumo de productos frescos como la fruta, la hortaliza y el pescado siguen siendo la base de la cesta de la compra, si

EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa
KRISTIAN PRIETO

Tel.: 944 211 214

comunicacion@eroski.es

EROSKI – OFICINA DE PRENSA CONSEJEROS DEL NORTE

JOANA G. LANDAZABAL
EDURNE IZQUIERDO

Tel.: 944 158 642

Sala de prensa online

bien, categorías experienciales como el vino, el marisco congelado y los dulces navideños comienzan a escalar posiciones en el ranking en este periodo.

Igualmente destaca el crecimiento de nuevas formas de alimentación asociadas a tendencias y estilos de vida, como el consumo de productos ecológicos (7%) o las soluciones frescas envasadas (pescado, 28%; cordero, 23% y vacuno, 16%).

En relación con los hábitos de compra de los consumidores, según los datos extraídos de una encuesta realizada por EROSKI a consumidores tras las pasadas navidades, se sigue apreciando una querencia por la compra en tienda física y de forma poco planificada. Opción preferente para 6 de cada 10 consumidores. Solo 1 de cada 4 aseguraba realizar su compra con mucha antelación, aunque una parte muy importante de las mismas se realiza antes del 15 de diciembre.

Campaña Navidad 2021

Bajo el título de *"Feliz todo Contigo"* la propuesta de EROSKI para las Navidades 2021 pone el foco en las herramientas y canales que facilitan la compra de los productos navideños, en un momento de incertidumbre. EROSKI pone el acento en la posibilidad de encargar por adelantado en la propia tienda, una opción que fue utilizada por un 17% de los consumidores el pasado año; al que se unen el resto de los canales (EROSKI Online, *Click&Drive*, *Click&Collect* y taquillas).

EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa
KRISTIAN PRIETO

Tel.: 944 211 214

comunicacion@eroski.es

EROSKI – OFICINA DE PRENSA CONSEJEROS DEL NORTE

JOANA G. LANDAZABAL
EDURNE IZQUIERDO

Tel.: 944 158 642

Sala de prensa online