

EROSKI

Eroski, protagonista de los alimentos locales de temporada

Las tiendas de nueva generación Eroski se hacen más especialistas en alimentos frescos y otorgan un protagonismo renovado a los alimentos locales de temporada. El modelo comercial de Eroski impulsa un sector agroalimentario más sostenible y ampliamente diversificado, ya que sus establecimientos son plataformas abiertas para la comercialización de alimentos producidos en el entorno cercano de cada una de las tiendas. Eroski ofrece al consumidor una propuesta especialista en alimentos frescos que, junto a la comercialización de alimentos de producción local, se han convertido en distintivo de sus tiendas.

Por sus valores y cultura cooperativa, Eroski siempre ha apostado por las economías locales, promocionando los productos de temporada de cada zona. La cooperativa mantiene el firme compromiso de hacer visible su calidad y contribuir a que los consumidores valoren estos productos como se merecen. El consumidor cada vez da más importancia a los alimentos procedentes de su entorno más cercano por su mayor sensibilidad con la sostenibilidad de los productos y de su entorno.

Eroski apoya la sostenibilidad del sector primario navarro impulsando un modelo productivo altamente diversificado como elemento clave para la sostenibilidad del sector y su contribución a la economía, la cultura y el paisaje del entorno cercano a cada uno de sus tiendas. Eroski mantiene acuerdos de colaboración con alrededor de 160 pequeños productores agroalimentarios de los cuales medio centenar son fabricantes de productos exclusivos que comercializa con su marca propia. En el conjunto de sectores económicos en Navarra, Eroski comercializa más de 3.000 productos navarros y colabora con más de 200 proveedores con un volumen de compras anuales de casi 200 millones de euros.

Eroski mantiene acuerdos de colaboración con ocho Denominaciones de Origen (D.O.P.) -Pimiento del Piquillo de Lodosa, Aceite de Navarra, Quesos Roncal e Idiazabal, Vino de Navarra, Vinos de Pago, Vino de Rioja y Cava- y con cinco Indicaciones Geográficas Protegidas (I.G.P.) -Espárrago de Navarra, Alcachofa de Tudela, Ternera de Navarra, Cordero de Navarra y Pacharán Navarro. El consumidor puede encontrar también en las tiendas de Eroski productos con otras certificaciones como alimentos artesanos de Navarra, Producción Ecológica y Producción Integrada, entre otras.

Colaboración con Intia y el Clúster Agroalimentario Navarro

Eroski participa en el Clúster Agroalimentario Navarro (Nagri-food), un colectivo formado por



Eroski mantiene acuerdos de colaboración con alrededor de 160 pequeños productores agroalimentarios navarros.

una treintena de corporaciones de diversos sectores, con el objetivo, entre otros, de alinear el sector agroalimentario navarro con políticas europeas de innovación y sostenibilidad.

La cooperativa colabora, además, con el Instituto Navarro de Tecnologías e Infraestructuras Agroalimentarias (INTIA) para la promoción de productos regionales navarros bajo la marca Reyno Gourmet. Esta marca ampara y protege los productos agroalimentarios de Navarra con Certificación de Calidad. Eroski cuenta con más de 2.400 productos de 108 empresas que incluyen el logotipo de Reyno Gourmet en su etiqueta como símbolo de diferenciación y garantía de calidad. La marca Reyno Gourmet se creó en 2007 y es a partir del año 2010 cuando se inicia una estrecha colaboración entre Eroski e Intia que continúa hasta la actualidad.

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 navarros para que pudieran dar salida a sus producciones. Concretamente 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. Así, Eroski realizó unas compras de 160 toneladas de espárrago y alcachofa a los productores locales navarros durante el pasado año.

Compromiso de Eroski con la sostenibilidad

También la sostenibilidad es clave en la estrategia de Eroski, con objetivos concretos que se ha comprometido a alcanzar y que ha reflejado claramente en sus diez Compromisos en Salud y Sostenibilidad. En el caso de Navarra, destaca la incorporación del certificado de bienestar animal y un envase más respetuoso con el medio ambiente a la gama de leche local en las tiendas de su red de Navarra. Se trata del certificado Welfare Quality® que en el caso de Navarra es certificado por el Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias (IRTA) en colaboración con el Instituto Vasco de Investigación y Desarrollo Agrario (NEIKER).