

Impulso a la marca propia de EROSKI

EROSKI RECIBE EL PRINCIPAL GALARDÓN DE LOS PREMIOS INTERNACIONALES VERTEX

- El premio *Best of Show* reconoce el mejor diseño de *packaging* de marca de distribuidor a nivel mundial
- Los envases de marca EROSKI cuentan con un semáforo nutricional que muestra fácilmente la cantidad de calorías, grasas, grasas saturadas, azúcares y sal por ración de cada producto en relación a la cantidad diaria orientativa; ahora llamada ingesta de referencia

Elorrio, 10 de abril de 2015.- [EROSKI](#) ha sido premiada con el *Best of Show Award*, principal galardón de los premios [Vertex](#), que reconocen los mejores diseños de *packaging* de marca de distribuidor a nivel mundial. Estos galardones americanos han escogido en esta edición a los productos de marca EROSKI por su imagen colorida, optimista y sencilla, que busca interactuar con el cliente y destacar entre el resto de referencias.

El jurado, compuesto por expertos internacionales, ha seleccionado a la marca propia por su capacidad para demostrar que las grandes marcas al por menor pueden ser interesantes, entretenidas y muy especiales. Los diseños de EROSKI han destacado entre más de 250 candidaturas procedentes de 21 países y 55 minoristas.

Los premios Vertex son organizados por la web estadounidense [My Private Brand](#), la publicación digital más leída del mundo sobre marcas de distribuidor con seguidores de más de 65 países. Los diseños premiados han sido realizados por EROSKI en colaboración con la agencia de comunicación [Supperstudio](#) de Bilbao.

"El premio recibido supone el reconocimiento a EROSKI por ofrecer la más amplia información a través de envases claros y directos, que son fácilmente entendibles por el consumidor para permitir una compra más responsable con los criterios de alimentación saludable y sostenibilidad medioambiental", ha señalado Martin Gandiaga, Director de Marketing de EROSKI.

Semáforo nutricional

EROSKI ha adquirido un total compromiso por la alimentación saludable y su marca propia es el máximo exponente de este compromiso. Es la única marca de

EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa
OSCAR GONZÁLEZ URIARTE

Tel: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

EROSKI – OFICINA DE PRENSA CONSEJEROS DEL NORTE

ZIORTZA BERISTAIN
EDURNE IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

www.eroski.es > [Notas de prensa](#)
www.consumer.es

distribución que ha eliminado las grasas vegetales parcialmente hidrogenadas, fuente de “grasas trans”, en todos sus productos de marca propia, y ha puesto en práctica un completo etiquetado nutricional en sus envases –denominado “semáforo nutricional”– a través del cual los consumidores pueden conocer fácilmente, en el momento de su compra y consumo, el contenido en calorías y los nutrientes clave para la salud -azúcares, grasa, grasa saturada y sal- que contiene una ración de ese producto.

Este compromiso por la salud se traslada también a los productos de higiene y cuidado personal. EROSKI ha eliminado los parabenos y triclosán de todos sus productos cosméticos de la marca EROSKI y de la marca **belle®** que comercializa en exclusiva, siendo la primera marca de distribución española que elimina estos aditivos químicos sobre los que existe un profundo debate en la comunidad científica y una creciente preocupación por parte de los consumidores.

Ecodiseño de envases para una mayor sostenibilidad

EROSKI trabaja actualmente en distintos proyectos de ecodiseño para los envases de sus marcas propias, dentro del Plan de Sostenibilidad y Medio Ambiente de la cooperativa, que define un objetivo de reducción de emisiones de CO₂ de un 12% para el período 2013-16.

Además, EROSKI está concluyendo nuevas auditorías de sostenibilidad medioambiental y el 92% de los fabricantes de marca propia están ya clasificados siguiendo criterios medioambientales.

Para el desarrollo de todos los proyectos de sostenibilidad medioambiental, EROSKI cuenta desde 2007 con la colaboración de WWF como expertos mundiales en conservación medioambiental, el uso de recursos naturales sostenibles y la reducción del consumo desmedido de materias primas.

Reconocimientos a la marca propia EROSKI

Este premio otorgado por *Vertex* se suma a los dos galardones internacionales *Pentawards* concedidos en octubre del pasado año. En aquella ocasión, el diseño de los productos de marca EROSKI obtuvo la medalla de plata en la categoría de Mejores Propuestas Globales de Marca. Además, la familia de cereales infantiles EROSKI fue reconocida específicamente con otra plata en la categoría de Alimentación–Distribución.

En el caso de los cereales infantiles EROSKI premiados, esta distinción se sumaba al [Premio al Mejor Packaging Infantil](#) recibido en 2013 en el Festival Internacional de Comunicación Infantil “El Chupete”. Se trata del primer certamen internacional

EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa
OSCAR GONZÁLEZ URIARTE

Tel: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

EROSKI – OFICINA DE PRENSA CONSEJEROS DEL NORTE

ZIORTZA BERISTAIN
EDURNE IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

www.eroski.es > [Notas de prensa](#)
www.consumer.es

de comunicación, que con carácter independiente, premia cada año los mejores trabajos creativos con valores dirigidos al público infantil.

Asimismo, la primera edición de los premios internacionales *Salute to Excellence Awards* galardonó dos de los últimos lanzamientos de marca propia EROSKI en mayo de 2014. La cerveza *Aurum Hefe-Weissbier* de trigo 0,5 l y el acondicionador instantáneo bifásico purificante **belle®** de 400 ml para el cuidado del cabello, vieron reconocida su calidad, innovación y embalaje. Los premios fueron entregados en la feria 'El Mundo de la Marca de Distribuidor' de la PLMA de Ámsterdam.

EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa
OSCAR GONZÁLEZ URIARTE

Tel: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

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

ZIORTZA BERISTAIN
EDURNE IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

www.eroski.es > [Notas de prensa](#)
www.consumer.es