

IESEK eta DELOITTEK antolatzen duten Elikaduraren eta Edarien XX. Topaketan parte hartu du EROSKIko presidentek

AGUSTIN MARKAIDE: "EROSKIko lehiakortasunean oinarrituko den etapa berria hasi du"

- **Hauxe gogorarazi du: "Kontsumo kooperatiba den aldetik, EROSKIren egitekoetan dago elikadura osasungarria sustatzea"**
- **Barne kultura maila guztietan indartzea da etorkizuneko bermerik onena proiektu kolektibo baterako**
- **Arretaz aztertzeke moduko eremua iritzi dio ON-OFF bateratzeari**

Bartzelona, 2016ko maiatzaren 27a.- [EROSKI](#)ko presidentea, Agustin Markaide, partaide gisa aritu da [IESEK](#) eta [DELOITTE](#) aholkularitzak Bartzelonan antolatzen duten [Elikaduraren eta Edarien XX. Topaketan](#). Topaketa horretan, Espainiako nekazaritza-elikagaien sektoreko enpresari ugari elkartu dira. Hitza hartu duenean, EROSKI amaitzen ari den birmoldaketa zertan oinarritu den azaldu du, eta etapa berriko erronkak zein izango diren iragarri du.

"Etorkizunean, gure erronka ez da izango handiagoak izatea. Lehian oinarrituko den etapa bat hasten dugu; horretarako, Bezero Bazkideak gure antolakuntzaren erdigunean jarriko ditugu, eta lehentasuna emango diogu dendako harremanari. Horrela, arreta pertsonalaren bitartez, loturak estutuko ditugu", azaldu die Negozioen Eskolako auditoriumean zirenei.

Markaidek EROSKIren, Espainian den kooperatibarik handienaren eta Europan den handienetakoaren, norabide estrategiko berriaren gakoak azaldu ditu. Lehenik, honako galdera hau egin die auditoriumean zirenei: *"Zein da gaur egun kontsumo kooperatiba baten egitekoa?"*, eta bere gogoeta azaldu du: *"Hastapenean, kontsumitzaileen kooperatibak eratu ziren bazkideek kalitatezko produktuak prezio egokietan eskuratzeko. Eskasiari aurre egiteko konponbidea ziren. Alabaina, gaur, bestaldera ikusten da haren egitekoa, zeina baita ongizate gizarte bateko arazoei konponbideak eskaintzea —hala nola jateko ohitura txarrek edo bizimodu sedentarioak eragindako osasun arazoei, iraunkortasunaren eta baliabide naturalen gehiegizko ustiapenaren arazoei eta justizia sozialaren eta aukera berdintasunaren erronkei— eta lehen baino kohesio handiagoa izango duen gizarte baterantz jotzea".* Era berean, berriz aipatu du honako hau: *"Kooperatibaren helburuetariko bat da gizartea enpresaren jarduerarekin eraldatzea. EROSKI inoiz ez bezala prestatua dago gizarteari bidezkoagoa izan dadin laguntzeko eta berebat elkartasun handiagokoa, iraunkorragoa eta osasun eta ongizate maila hobekoa izan dadin".*

EROSKIren egitekoetan dago elikadura osasungarria sustatzea

Elikadura orekatua eta ohitura osasungarriak funtsezkoak dira norbanakoaren eta kolektiboaren ongizaterako. Gaur, gure arazorik handienetako bat da jateko ohituretan gertatzen ari den aldaketa sakona; izan ere, hortik eratortzen dira arazoak jendearen osasunean; besteren artean, bihotz-biriketako arriskuak, diabetesa, hipertentsioa eta gainkarga edo obesitatea.

Alderdi horretatik, EROSKIko presidentek EROSKI Fundazioaren Batzorde Zientifikoari egin dio erreferentzia, esanez jatekoari garrantzia kendu zaiola eta horrek azaltzen duela nola iritsi garen honetaraino. *"Janariari garrantzia ematen*

EROSKI

Komunikazio Korporatiboko zuzendaria
OSCAR GONZALEZ URIARTE

Tel: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

EROSKI – PRENTSA BULEGOA

CONSEJEROS DEL NORTE

ZIORTZA BERISTAIN
EDURNE IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

[On line prentsa aretoa](#)

dioten gizarte taldeentzat, jatea jarduera soziala da; horrelako gizarte taldeek kultura gastronomiko zabala dute, ondo elikatzen dira, aski osasuntsu egoten dira, bizi indar ona izaten dute eta baikorrak izaten dira. Nekazaritzako elikagaien sektorearen aniztasuna eta iraunkortasuna funtsezkoa da, denetarik jatea sanoagoa baita."

Markaidek gogorarazi du krisi ekonomikoak jo duen urte hauetan elikadurak garrantzia galdu duela, hala eurotan nola kalitatean, eta kontsumoaren zati handi bat energia handiagokoak eta ez hain freskoak diren janarietara aldatu da. *"Zalantzarik barik, horrek mesede egin die prezioan eta sail txikietan oinarritzen diren dendei. Baina uste dut espazio handia dagoela elikadurari balioa gehitzeko, eta hori kontsumitzailearen interesak babesteko esaten dut".* Ondoren, EROSKIren ikuspegiak aritu da: *"Hau da EROSKIren ontzat ematen dugun ikuspegia: ez dugu sinesten etorkizunean funtsean funtzionala izango den elikadura batean; aitzitik, gero eta gehiago sofistikatu behar da gehien-gehienentzat zentzumenerako dagoen plazerrik handienetakoa den hori".*

Horri dagokionez, adierazi du 2015ean, EROSKI 286 tona gatz, azukre eta gantz baino gehiago kendu dituela bere markako produktuetatik nutrizio hobekuntzarako programaren bitartez. Horretaz gainera, landare-gantz partzialki hidrogenatuak erabat kendu ditu marka propioko produktu guztietatik. Bestalde, azaldu du EROSKI bere ontzietan semaforo nutrizionala erabiltzen duela, hots, gardentasuna eta ulertzeko erraztasuna ematen dituen etiketa mota.

EROSKIko presidentek Zurekin denda eredia azaldu. Dagoeneko EROSKIren sarearen %30 aldatu da eredu horretara, eta gogorarazi du horrek hainbat kategoriatan saila ugaritu duela eta, hala, kontsumitzaileak aukera askatasun handiagoa duela dieta askotarikoa eta osasungarriagoa egiteko. Denda mota horiek jauzi bat egin dute freskoen espezializazioan, eta garrantzia ematen diete tokian-tokian dauden sasoiko elikagaiei. Freskoak dira hipermerkatuetan saltzen denaren %25 eta supermerkatuetan saltzen denaren %40 eta belaunaldi berriko dendetan bi digituko hazkunde nabarmena izan dute.

"Balioa duen elikaduraren alde egiten dugu, ez bakarrik prezio aldetik, eta gure balio katearen parte diren eragile guztiekin dihardugu horretan, haiek ere gure norabide berean baitoaz. Hornitzaile askok dute ikuspegi hori bera. Aukera dugu lankidetzaren estuagoan aritzeko, izan ere fabrikatzaile eta banatzaile garenok aurrean daukagun merkatuko erronken sakonerak moldatuko baititu gure negozioak datozen urteetan. Horri aurre eginez gero, aukera gehiago izango dugu arrakasta edukitzeko".

Barne kultura indartzea, etorkizuneko bermea proiektu kolektibo batentzat

Markaidek azaldu du EROSKI proiektu kolektibo bat dela, Bazkide Langilez eta Bazkide Kontsumitzailez osatua dagoela, eta bazkide horiek era paritarioan gobernatzen, kudeatzen eta ordezkatzeko dutela EROSKI Taldearen jatorrizko kooperatiba. Antolamendu kooperatiboaren eredu, beti erakutsi du heldutasun handikoa eta egonkorra dela. *"Gure historia kolektibotasunean oinarritzen da, banakotasunean baino gehiago, eta merkatu ekonomia balore eta printzipio kooperatiboekin bateratzen dugu",* esan du azkenean.

Alde horretatik, Fernando Pasamon Deloitteko Kontsumo eta Banaketa Industriaz arduratzen bazkidearen galderari erantzunda, Markaidek zera esan du: *"Kooperatiba batean, beste edozein enpresatan bezala, gakoa da apustuak eta*

EROSKI

Komunikazio Korporatiboko zuzendaria
OSCAR GONZALEZ URIARTE

Tel: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

EROSKI – PRENTSA BULEGOA

CONSEJEROS DEL NORTE

ZIORTZA BERISTAIN
EDURNE IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

[On line prentsa aretoa](#)

ukoak kudeatzea. Kooperatiba batean, non langileak berak diren jabeak, ez da posible erabakien eta ondorioen artean bereiztea. Horri bi modutan egiten zaio aurre: edo ez da uko egiteko erabakirik hartzen —eta ondorioz epe erdira ezkorra izango da— edo erabakiak hartzen dira ondorioak ahalik eta gehiena arinduta eta, batez ere, kaltetunak berak erabakien partaide eginda".

EROSKIren inguruan, berriz, hauxe argitu du: "*Baliabide eta denbora asko eman dugu barne kultura indartzen, ezinbestekoa baita atxikimenduak helduko badira apustuak egiteko orduan baina baita ukoak egiteko orduan ere; izan ere, horrelakoetan, zatikatzeak arriskua izaten da, eta hori proiektu partekatuen sendotasunarekin bakarrik gainditzen da. Barne kultura kooperatibo sendoa dugu, eta erakutsi dugu erabaki zailak hartzeko prestatuta gaudela, kontsentsu handia izaten dugula eta lehentasuna proiektu kolektiboari ematen diogula".*

ON-OFF bateratzea, arretaz aztertzeke moduko eremua

Bertan zirenetako zenbaitek teknologia berrietan oinarritzen den berrikuntzaren inguruko galderak egin dituzte, eta Markaidek honela erantzun die: "*EROSKI bere estrategiaren epizentroan jartzen ditu Bezero Bazkideak, eta, teknologiak eta komunikabide berriak ematen dituzten aukerei eskerrak, kudeaketa integralagoa eta zatikatuagoa egin ahal dugu, bezeroaren soslaiak kontuan hartuta, haren atsegina bilatuta, aurrezpenari garrantzia emanda eta haien itzaropenetara egokituz eskaintzaren efizientzia handituta. Gaur egun, 30.000 proposamen komertzial baino gehiago kudeatzen ditugu aldi berean, eta bezeroaren soslaiaren arabera banatzen ditugu".*

EROSKIko presidentek hauxe gogorarazi du: "*Elikagaien merkataritza elektronikoa oso txikia da, baina bi digitura handitu da, eta EROSKI online supermerkatuko gure bezeroen %75ek freskoak erosten ditu, eta hori nabarmentzekoa da sektore honetan". Horretaz gain, esan duenez, ibilbide luzea egingo dute on line egindako eskaerak jasotzeko zerbitzuek, hala autoz (clickndrive) nola oinez jasotzekoek (click ncollect). Markaidek azpimarratu duenez, "*EROSKI saiatzen da erosketa bezeroarentzako atsegina eta aberasgarria izan dadin. Baina, zalantzarik gabe, kanal teknologikoak erabiliko dituztenek denda batera momentu jakin batean edo ohituraz joateko astirik ez dutelako erabiliko dituzte".**

EROSKIko presidentek honela amaitu du hitzaldia: "*Elikagaien merkataritza elektronikoa jende asko has dadin, oraingoak baino negozio eredu ekonomikoki bideragarriagoak asmatu behar dira, oraindik iristekoak diren plataforma teknologikoetan oinarrituta. Askok eta askotariko sektoreen aliantzarekin, berrikuntza txinpartak sortu ahalko lirateke; ez gaur asmatu eta bihar erabiltzekoak, baina egia da ON-OFF bateratzea dagoeneko arretaz aztertu beharreko eremua dela".*

EROSKI

Komunikazio Korporatiboko zuzendaria
OSCAR GONZALEZ URIARTE

Tel: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

EROSKI – PRENTSA BULEGOA

CONSEJEROS DEL NORTE

ZIORTZA BERISTAIN
EDURNE IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

[On line prentsa aretoa](#)