

AECOCen Kontsumo Handiaren biltzarraren harira**AGUSTIN MARKAIDE: "Kontsumo handiko enpresek erabakitasunez heldu behar diogu elikadura trantsizioari, gure ardura baita gizarteko eragile garen aldetik"**

- EROSKIko presidentek azaldu du haren ustez zein diren etorkizuneko elikadura ereduaren osagaiak trantsizioa era ordenatuan egiteko
- Markaidek giltzarrizkotzat du lankidetzaren, osasungarriagoa eta jasangarriagoa den elikadura eredu horretara aldatzeko bidean; aldaketa hori gizartea ari da eskatzen, eta EROSKI dagoeneko hasia da bidea egiten

Bilbo, 2019ko urriaren 23a.- [EROSKI](#)ko presidentea, Agustin Markaide [Kontsumo Handiaren 34. Biltzarrean](#) izan da gaur goizean. [AECOC](#) Ekoizleen eta Banatzaileen Elkarteak antolatzen du gaur eta bihar, Bilbon eta inguruetan, eta Espainiako eta nazioarteko konpainien 1.000 enpresaburu baino gehiago elkartuko ditu. "Elikadura osasungarria eta jasangarria, gizartean gero eta indar handiagoa duen eskakizuna" izenburuarekin, Markaidek azaldu du elikagaien ekoizpenean eta banaketan diharduten enpresek gaur egun aurre egin behar diotela kontsumitzaile ahaldundua gero eta ozenago egiten ari den aldarrikapenei eta zein den erakunde horien zerizana.

"Komunikazioaren teknologiek topaleku berriak ekarri dituzte; orain birtualak dira leku horiek. Horietan sortzen eta zabaltzen da gizartearen agenda markatzen duen iritzia. Gizartea gero eta bizkorrago aldarazten duen fenomeno bat da. Eta indar berriz loratzen diren eta gehienbat kontsumo handiko enpresei eragiten dieten gizarteko lehentasun horien guztien artean dago elikaduraren bitartez osasunaren aldeko joera bat hartzea batetik eta kontsumo jasangarriaren aldeko joera bat hartzea bestetik; batez ere, ingurumen aldetik jasangarria", hasi da EROSKIko presidentea azaltzen.

Erosketaren portaera bultzatzen duten faktore tradizionalak hiru dira oraindik, komenentzia —eskuragarritasuna, erraztasuna...—, goxoa eta merkea. *"Eta, horretaz gainera, osasuna eta jasangarritasuna gehitzen badituzu, arrakasta izugarri goratzen da, baina ez da dirudien bezain erraza. Ekoizleok eta banatzaileok konturatu behar dugu gure jokabideari begiratzen dioten milaka lekuko ditugula eta onartu behar dugu gauzak hobeto egin ditzakegula gizarteko aldatetak iraganean ez bezala kudeatzeko orduan",* esan du Markaidek. *"EROSKIin, gure ustez, apaltasunez onartu behar dugu gizarteak aldatu nahi duen horren parte izan behar dugula, eta entzun egin behar diogu harreman sendoago bat sor dadin",* gaineratu du. Eta jarraian, aipatu du EROSKIko 8.000 bazkidek baino gehiagok parte hartu duela *osasunaren eta jasangarritasunaren alde hartuak dituen 10 konpromisoetan,* horrek erakusten baitu

EROSKI

Komunikazio Korporatiboa

Tel.: 946 211 214

comunicacion@eroski.es**EROSKI - PRENTSA BULEGOA****CONSEJEROS DEL NORTE**

JOANA G. LANDAZABAL

EDURNE IZQUIERDO

Tel.: 944 158 642

[On line prentsa aretoa](#)

nolako inplikazioa eta hurbiltasuna duen kontsumitzailearekin gero eta larriagoak diren gaietan eta gero eta ulermen eta konpromiso handiagoko harreman bat eraikitzeko orduan.

Osasuna eta jasangarritasuna gero eta gutxiago erabiltzen da enpresek elkarrengandik bereizteko darabilten estrategia gisa, izan enpresa horiek fabrikatzaileak eta izan merkaturatzaileak, eta haien produktuak, berriz, gero eta gutxiago lehiatzen dira arlo horretan. *"Izan ere, ez dira bereizgarri bat, gutxieneko estandar bat baizik"*, esan du Agustin Markaidek.

EROSKIko presidentek gogoeta egin du orobat enpresaren zerizanaz eta gaur egun duen erantzukizunaz. Haren iritziz, *"gizarteko eragile nabarmenak garen aldetik — kontsumo handiaren sektorean herrialdeko BPGaren %20 gara—, gure erantzukizuna fokuratzeko modu bat da elikadura trantsizioari erabakitasunez heltzea; alde horretatik, gero eta gehiago hobetu behar dugu osasunaren gaineko eragina, orobat jasangarritasunarena —batez ere ingurumenaren aldetik—, eta gero eta indar handiagoa jarri behar dugu ekoizpenaren ingurune sozialean eta aldaera kulturalen errespetuan. Ekoizle zein banatzaile, egoera hobetzeko ardura dugu, eta produktuak gero eta osasungarriagoak eta jasangarriagoak izateko betebeharra, bai eta herritarrak era gardenean eta aktiboan formatzeko eta informatzeko zeregina ere. Eta orobat erakutsi behar dugu zer egiten dugun era gardenean"*.

Etorkizuneko elikadura eredia

Agustin Markaidek azaldu du haren ustez zein diren trantsizioa era ordenatuan egiteko etorkizuneko elikadura ereduaren osagaiak. Besteak beste, produktuen errezetak eta etiketak sinplifikatzeko joera. Produktuak gero eta gehiago izango dira freskoak eta naturalak, eta, alde horretatik, oso zorrotzak bihurtuko dira hotzerako eta kontserbaziorako sistemak. Horretaz gainera, gero eta maizago aldatuko dira, eta aldakortasun horretan gero eta gehiago pertsonalizatuko dira. Era berean, gizarte eta ingurumen alorreko balioak eramango dituzte txertaturik; esaterako, jatorria eta ekoizteko modua. Ontziak gero eta jasangarriagoak eta seguruagoak izango dira. Eta produktuen eta enpresen gaineko informazioa argiagoa, gardenagoa eta konparagarriagoa izango da kanpoko konparatzaileak eta preskriptoreak direla medio.

Den-dena ez da aldatuko; gauza batzuek bere horretan iraungo dute; adibidez, markek iraungo dute, balioa eta konfiantza emango dute, *"eta konfiantza hori etengabe egongo da lotua gardentasunari"*. Produktu baten arrakasta seinaleak ere ez dira aldatuko: *"erraza, goxoa eta merkea"*.

EROSKI

Komunikazio Korporatiboa

Tel.: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

EROSKI - PRENTSA BULEGOA

CONSEJEROS DEL NORTE

JOANA G. LANDAZABAL

EDURNE IZQUIERDO

Tel.: 944 158 642

[On line prentsa aretoa](#)

EROSKIren zeregina elikadura trantsizioan

EROSKI lanean ari da bere apaletan elikadura osasungarriagoa eta jasangarriagoa lortzeko irtenbideak bilatzen, nola eta kontsumitzaileei beren dietak kudeatzeko gero eta gaitasun handiagoa emanda informazioaren eta formazioaren bitartez. Marka propioak ere jarrera horren ispilu izango dira. Gainera, EROSKI konpromisoa hartzen du *"fabrikatzaileei eta markei laguntzeko norabide horretan, haien eskura jarriz EROSKI bezeroaz dugun jakintza guztia, harekin komunikatzerik izan dezaten. Ekoizle guztiek dituzte beren erronkak trantsizio honetan. Geure burua eskaintzen dugu ibilbide hori elkarrekin egin dezagun, zeren eta lankidetzat da EROSKIren berezko eta funtsezko balioetako bat, eta giltzarrikotzat dugu kontsumitzaileari zerbitzu hobea eta kalitatezko produktuak eskaintzeko orduan"*, amaitu du Markaidek.

EROSKI

Komunikazio Korporatiboa

Tel.: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

EROSKI - PRENTSA BULEGOA

CONSEJEROS DEL NORTE

JOANA G. LANDAZABAL

EDURNE IZQUIERDO

Tel.: 944 158 642

[On line prentsa aretoa](#)