

**Logo de 4 anos de traballo cos seus provedores**

## **EROSKI ELIMINA A GRAXA DE PALMA DO 100% DOS SEUS PRODUTOS DE MARCA PROPIA**

- Culmina a reformulación de 308 produtos para eliminar a graxa de palma dos seus ingredientes
- A cooperativa traballou con 43 fabricantes na busca de solucións alternativas
- Trátase dun paso máis no seu compromiso de lles facilitar aos seus consumidores unha alimentación máis sa e equilibrada
- É unha iniciativa validada polo Comité Científico da Fundación EROSKI

**Elorrio, 3 de setembro do 2021.-** EROSKI elimina a graxa de palma de todos os seus produtos de marca propia e reforza así o seu compromiso cun modelo de alimentación saudable e equilibrado. Son un total de 308 produtos de 43 fabricantes os que se reformularon logo de máis de 4 anos de traballo e están xa dispoñibles na totalidade da súa rede de tendas.

Deste xeito, EROSKI segue a avanzar no seu obxectivo de facilitar unha alimentación saudable e equilibrada a bo prezo, a través da súa marca propia. Este obxectivo, irrenunciable, é parte dos 10 Compromisos pola Saúde e a Sustentabilidade que a cooperativa incorporou á súa xestión no ano 2018.

*"A graxa de palma contén un elevado contido en graxas saturadas e o seu consumo continuado ou en exceso pode aumentar os niveis de colesterol sanguíneo e está relacionado tamén coas enfermidades cardiovasculares. O obxectivo de facilitar unha alimentación saudable esixenos buscar alternativas máis saudables que melloren a calidade nutricional dos nosos produtos",* sinala o director de Saúde e Sustentabilidade de EROSKI, Alejandro Martínez Berriochoa.

### **Alternativas máis saudables**

Para a maioría dos produtos reformulados, EROSKI elixiu o aceite de xirasol alto oleico como substituto, xa que achega unha esponxosidade e textura moi similar ao de palma, e reduce a cantidade de graxa saturada ata nun 80% ou nun 55% no caso dalgunhas referencias de galletas e cereais.

*"Para substituíla, traballamos conxuntamente con todos os fabricantes que elaboran os nosos produtos e cos provedores que achegan as materias primas para as cremas, margarinas, follados, natas, coberturas de chocolate, etc. En total, máis dun cento de persoas sumaron esforzos neste proxecto que, de xeito pioneiro, culminamos con éxito",* apunta Martínez Berriochoa.

*"O gran reto foi lograr produtos igual de substanciosos, esponxosos e tenros, pero máis saudables. Ao longo de todo este tempo fixemos innumerables probas con varias graxas e ingredientes en distintas proporcións a través de ensaios e rigorosas catas. Un intenso traballo, realizado cúbado con cúbado polos técnicos de*

---

#### **EROSKI**

Dirección de Comunicación Corporativa  
KRISTIAN PRIETO

Tel: 946 211 214

[comunicacion@eroski.es](mailto:comunicacion@eroski.es)

#### **EROSKI – OFICINA DE PRENSA**

##### **CONSEJEROS DEL NORTE**

JOANA G. LANDAZABAL

EDURNE IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

[Sala de prensa online](#)

*EROSKI e mais os equipos de I+D, Calidade e Produción dos nosos provedores", engade o director de Saúde e Sustentabilidade de EROSKI.*

*O último dos retos consistía en facelo e dar mantido, ademais, un bo prezo, accesible aos consumidores, a través da marca propia. "Dámoslles as grazas aos nosos provedores pola súa aposta. O aceite de palma destaca polo seu baixo custo, e, xa que logo, a substitución por outras graxas alternativas foi posible grazas á optimización de procesos e impulso da compra conxunta de materias primas para reducir o custo", admite Martínez Berriochoa.*

### **Mellora nutricional do produto**

EROSKI traballa de xeito permanente na composición de todos os seus produtos para mellorar o seu perfil nutricional. Esta busca dunha alimentación máis equilibrada levouno a reducir a presenza daqueles nutrientes relacionados coas patoloxías máis xeneralizadas na sociedade (enfermidades cardiovasculares e a obesidade).

No 2020 reformuláronse 58 referencias con este obxectivo e conseguiuase que máis do 70% da gama de marca propia teña unha valoración Nutri-Score A, B ou C.

Esta mellora nutricional do produto que traducíuse nunha variedade equilibrada e saudable, entre a que destacan 236 produtos baixos en graxa, 74 baixos en azucres, 35 baixos en sal e 128 altos en fibra.

Esta iniciativa foi validada polo Comité Científico da Fundación EROSKI, órgano asesor da compañía (fundado no 2006), encargado de garantir que as propostas en saúde e alimentación responden ás necesidades e prioridades ás que apunta a comunidade científica.

---

#### **EROSKI**

Dirección de Comunicación Corporativa  
KRISTIAN PRIETO

Tel: 946 211 214

[comunicacion@eroski.es](mailto:comunicacion@eroski.es)

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

JOANA G. LANDAZABAL  
EDURNE IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

[Sala de prensa online](#)