



memoria anual 2016

01

**grupo euromadi
en cifras**

página 04

02

**equipo
directivo**

página 06

03

**marca
fabricante**

página 08

04

**innovación e
internacionalización**

página 10

05

06

07

08

09

10

marca propia

logística

**sector
perfumería**

**servicios valor
añadido**

frescos

**gobierno
corporativo
y RSC**

página 14

página 16

página 18

página 20

página 22

página 24

01 grupo euromadi en cifras

04

17.696 M€

ventas
agregadas

92.027

empleados
grupo

139

número
de asociados

13.585

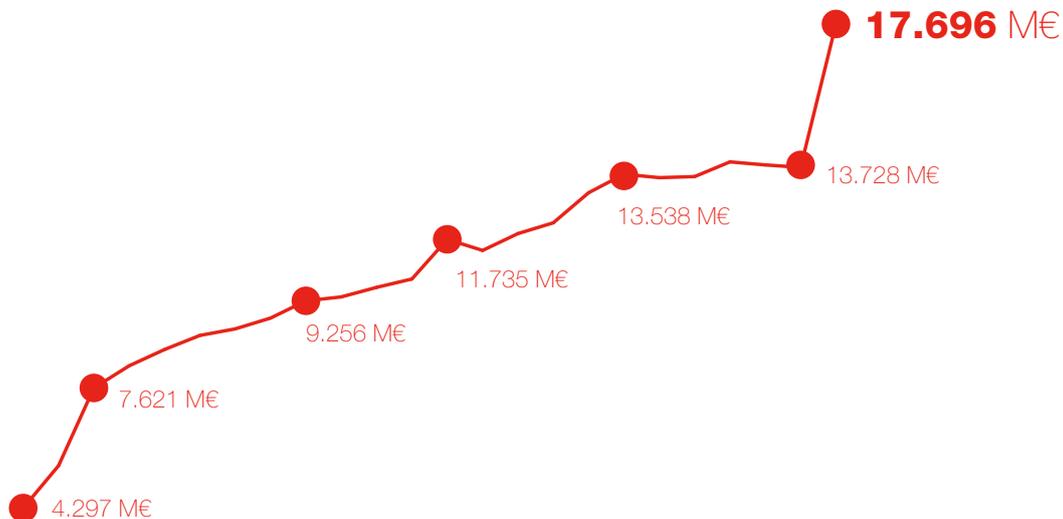
puntos
de venta

320

puntos
cash&carry

24%

cuota
de mercado



Grupo Euromadi es la central de compras y servicios líder en España.

Con una gestión empresarial profesional y dirigida a la excelencia, la asociación alcanzó en 2016 unas

ventas agregadas de **17.696 millones de euros**. Las cifras confirman el liderazgo y el papel de referente en el sector de la distribución de Grupo Euromadi. Un éxito que queremos compartir con nuestros **139 asociados** y

con nuestros proveedores. La sólida alianza que mantenemos con ellos es lo que da sentido al modelo Euromadi.

02

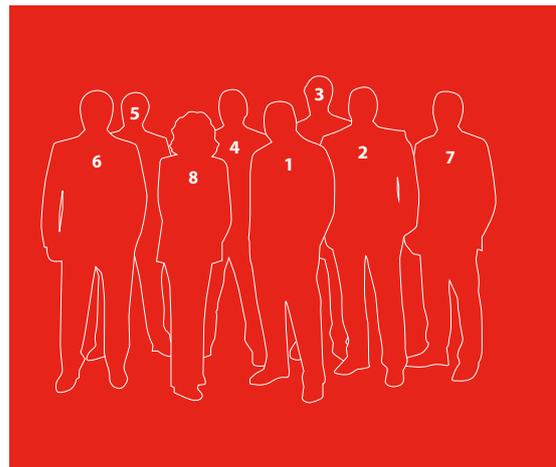
equipo directivo

El comité de dirección de Grupo Euromadi representa la apuesta por la experiencia, por el profundo conocimiento sectorial y por la capacidad de adaptarse al cambio, siempre guiado por el interés de los asociados.

Rigor, gestión empresarial, experiencia... Esas son las señas de identidad de un comité de dirección presidido por **Jaime Rodríguez** y compuesto por siete profesionales.

Nuestro comité es la cabeza visible de un equipo humano integrado por

más de **92.000 personas**. Esta es nuestra fuerza y la clave de un éxito que nos permite seguir confiando en nuestro modelo de negocio, seguros de que sabremos ofrecer siempre los mejores servicios adaptándonos a los cambios futuros, como hemos hecho hasta ahora.





1. **Jaime Rodríguez Bertiz** Presidente y Consejero Delegado
2. **Antonio Font Soler** Director General
3. **José Martínez Castro** Director Área Comercial

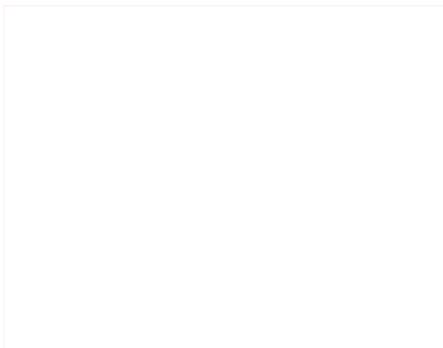
4. **Jaime Font Arnó** Director Área Financiera
5. **Pedro Rodríguez Monteys** Director Área Jurídica y Servicios
6. **Iñaki Olaizola Juango** Director de Markant

7. **José Antonio García Enrici** Director de Sistemas
8. **Anna Fossas Felip** Directora de RR.HH.

03

marca fabricante

Las negociaciones con los proveedores es una de las claves de éxito de la central así como buscar puntos de encuentro y la puesta en marcha de estrategias comunes.



Algunos ejemplos son:

- La gestión del surtido eficiente, basado en la maximización de cobertura de necesidades del surtido por categoría
- El desarrollo de nuevos nichos de mercado
- El apoyo a la innovación de productos

El desarrollo específico de categorías con visión conjunta de surtido, tanto de marca de fabricante como de marca propia, es otra de las negociaciones que permite a Euromadi actuar como el engranaje perfecto para defender los intereses de los asociados, ayudando así a dinamizar los planes de los proveedores.



17.696 M€
ventas agregadas

04

innovación e internacionalización

10

Una de las políticas proactivas que ha llevado a cabo el Grupo Euromadi durante el 2016 ha sido la apuesta por la innovación para seguir ofreciendo servicios de calidad a sus asociados.

En este sentido, la central ha colaborado con los fabricantes para facilitar el acceso de los consumidores a la innovación relevante.

Por todo ello, Euromadi ha puesto en marcha a lo largo del 2016 varios proyectos de innovación, entre los que destacan la colaboración con

El Producto del Año y la celebración del **I Foro de Innovación**.

3.000
expositores



La colaboración con El Producto del Año:

6.300
puntos de venta

3.000
expositores

6,8 millones
folletos

En el **I Foro de Innovación**, celebrado junto con El Producto del Año en el mes de julio, se dieron cita importantes compañías de la distribución, fabricantes y organizaciones del sector. El evento permitió trabajar y acercar posturas sobre el papel de la innovación, entendida como el lanzamiento de

productos verdaderamente relevantes para el consumidor, por ser únicos y por los beneficios que aportan. Un foro creado para apoyar la innovación mediante la colaboración efectiva entre fabricantes y distribuidores.

05 **marca propia**

Para Euromadi, la calidad y la seguridad alimentaria son exigencias a las que destina importantes recursos. Controles de calidad, catas, análisis y auditorías aseguran que los productos cumplen las expectativas.

Grupo Euromadi ha desarrollado **más de 4.000 referencias de marca propia**

desde que en **1994**

constituyera la filial **Desarrollo de Marcas**

con el objetivo de **gestionarlas**

Entre sus funciones principales destacan:

- Atender las necesidades en cuanto a productos de marca propia con las máximas prestaciones en seguridad, calidad e imagen
- Gestionar de manera racional y eficiente el surtido, respondiendo así a las necesidades del consumidor
- Desarrollar una política de calidad

proactiva, aplicando criterios de sostenibilidad, seguridad y salud.

Grupo Euromadi también desarrolla otras referencias que satisfacen demandas más concretas: con bajo contenido en sal, sin azúcares añadidos, bajas en grasas, sin lactosa, con fuente de calcio, para celíacos, ecológicas o propuestas Premium.

06 logística

La red logística integrada de Euromadi es un referente nacional en *supply chain* del país. Y constituye una pieza clave para la eficiencia de los procesos y la excelencia en la gestión.

Grupo Euromadi cuenta con dos plataformas:

- Una para productos de alimentación tanto en ambiente como temperatura controlada
- Una segunda, que distribuye productos de no alimentación y droguería

Ambas plataformas logísticas cuentan con los mayores avances en

tecnología para facilitar a los asociados la óptima gestión de sus pedidos; *picking* por voz, radiofrecuencia e intercambio electrónico de datos. Asimismo y para ofrecer el máximo nivel de servicio, la plataforma dispone de un portal web de acceso para proveedores y asociados a través del que gestionar incidencias y pedidos, y un software de aprovechamiento de camiones para minimizar los costes y el impacto medioambiental.

La red logística supone una superficie de

18.000 m²

que cubren

30.000 rutas anuales

con una cobertura de marca de fabricante

en baja rotación

y de marca de distribución

en alta rotación



18.000 m²
superficie

07 sector perfumería

El Grupo Euromadi gestiona el canal PDM (Perfumería y Droguería Moderna) y el canal de Perfumería Selectiva a través del Club de Perfumería y de Perse, respectivamente.

La actividad comercial se centra en las diferentes categorías de productos *mass market* de higiene, cuidado personal y perfumería, además de productos de droguería y limpieza. Todo ello, con visión innovadora y atendiendo a las nuevas tendencias y necesidades del consumidor.

Perse es la central especialista en la negociación y distribución del merca-

do selectivo de perfumería. Su estrategia comercial se basa principalmente en beneficiar tanto al asociado como al fabricante, obteniendo acuerdos estratégicos con determinadas marcas y desarrollando enseñanzas propias en diversas categorías como maquillaje, tratamientos faciales o accesorios... Marcas todas ellas de uso exclusivo para las empresas asociadas al grupo.



NATURAL SOLUTIONS
ORGANIC
SKINCARE BY PERSE

LOLA
SKIN
by PERSE

CLUB
Perfumeria

LOLA
MAKE UP by PERSE



servicios valor añadido

Además de las negociaciones con los principales distribuidores de alimentación, la central también lleva a cabo negociaciones de servicios tan importantes como la energía, los seguros, o el suministro de combustibles y consumibles.

Conscientes de que las partidas de gastos e inversiones de productos y servicios de autoconsumo son uno de los mayores gastos a los que se enfrentan los asociados, Euromadi gestiona y negocia con los principales proveedores partidas de gran impacto en la cuenta de resultado de los socios, entre las que se encuentran la telefonía, el *renting* de vehículos,

los residuos, los consumibles, y una amplia cartera de servicios a disposición de los asociados.

En cuanto a las primas de seguros, otra de las partidas de mayor gasto en las cuentas de los asociados, Euromadi cuenta con la correduría de seguros AMK para dar soporte en esta materia.

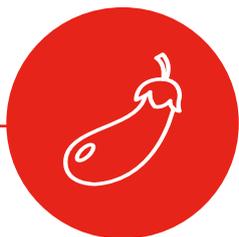
Gracias a AMK, los asociados de Euromadi se benefician de productos negociados y contratados de manera global con las principales firmas aseguradoras del mercado.



calidad y ahorro

09 frescos

Nuestra ventaja diferencial es ofrecer a los asociados el mejor binomio, calidad-precio, gracias a unas relaciones comerciales que inciden tanto en los acuerdos de condiciones en grandes volúmenes, como en las acciones promocionales.



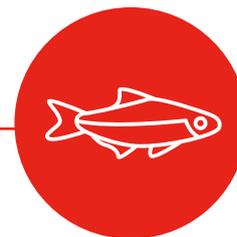
FRUTAS, VERDURAS Y HORTALIZAS

- Mercado Nacional
- Importación
- Soluciones *convenience*



PRODUCTOS CÁRNICOS

- El mercado tradicional
- Importación
- Sector Avícola



PESCADO

- Compra Nacional
- Importación
- Logística



markant

Euromadi ha aprovechado la implantación de las normas y recomendaciones en materia de Gobierno Corporativo para dotar a la organización del Grupo de una mayor transparencia y acercamiento a sus miembros distribuidores.

Durante 2016 se ha iniciado la puesta en marcha del Plan Estratégico para los próximos cinco años. **Objetivos:**

- Rediseñar las relaciones en el sector de la distribución
- Colaborar y facilitar a nuestros miembros distribuidores el desarrollo de aquellos proyectos y actividades que generan mayor valor, mayor rentabilidad y mayor competitividad

La Organización está siendo revisada desde un punto de vista operacional, siguiendo el esquema de Política de Gestión de Riesgos aprobado por el Consejo de Administración.



El objetivo es adoptar e implantar las mejoras propuestas por el *Compliance Officer* y la Unidad de Cumplimiento.

Grupo Euromadi ha aprobado también un modelo de prevención de delitos, que sirve de base, junto al código ético y de conducta, para la revisión recurrente de las operaciones y los protocolos de las distintas áreas y departamentos.

Toda la actividad de Euromadi y proyectos desarrollados dentro de su Plan Estratégico tienen como objetivo mejorar la situación competitiva de sus miembros, aportando valor añadido a sus actividades y contribuyendo activamente a un mejor posicionamiento social, económico y ambiental. Siempre de acuerdo a los principios de su Política de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), y más allá del cumplimiento de

las obligaciones legales y normativas. Así, Euromadi, con el fin de garantizar una alimentación segura, de calidad y saludable, **exige a sus proveedores de productos de marca propia las certificaciones IFS y BRC**, y el cumplimiento de la prohibición del uso de materias primas modificadas genéticamente, y del **Código Ético**, en aquellos productos que se fabrican en países de riesgo.



La central de compras participa en el **“Proyecto Econosolidario”** mediante la entrega de productos a organizaciones solidarias de colectivos desprotegidos.

En definitiva, la actividad del Grupo Euromadi se gestiona de modo responsable y con un alto nivel de compromiso con las personas y con los sectores que se relaciona. Con esta premisa, no sólo mejora

continuamente sus procesos para promover la compra responsable y la alimentación saludable, sino que también adopta sus decisiones, con incidencia interna y externa, velando por el cuidado del medio ambiente, y promoviendo la igualdad, la seguridad y la salud de las personas, así como la conciliación de la vida familiar.



El Grupo Euromadi colabora con:





Laureà Miró, 145
08950 Esplugues de Llobregat - Barcelona
T 934 730 909 - F 934 990 229

euromadi@euromadi.es
www.euromadi.es