

La cooperativa i WWF col·laboren des del 2004

## **EROSKI SE SUMA UN ANY MÉS A LA CAMPANYA "L'HORA DEL PLANETA" QUE PROMOU WWF**

- Dissabte que ve, EROSKI se sumarà a l'apagada simbòlica de la iniciativa global més gran en defensa del medi ambient i que aquest any té per lema "Connecta't amb la natura"
- EROSKI i WWF col·laboren des de fa anys per promoure polítiques mediambientals en relació amb la sostenibilitat dels caladors de pesca, la millora de l'eficiència energètica i la promoció d'un consum més responsable

Elorrio, 24 de març de 2021.- [EROSKI](#) se suma per onzè any consecutiu a la campanya "[L'Hora del Planeta](#)" que promou [WWF](#) amb el suport de Nacions Unides, fent una apagada simbòlica de la seva pàgina web [www.consumer.es](http://www.consumer.es), que seguirà activa amb una llum atenuada de menys intensitat, a més de la difusió de la iniciativa que farà a la seva pàgina web i a les xarxes socials, a les quals s'uniran EROSKI, Caprabo i Vegalsa. Milions de persones d'arreu del món apagaran els llums durant una hora (entre les 20:30 i les 21:30, hora local) dissabte vinent, 27 de març, per conscienciar el món sobre la importància del medi ambient i la lluita contra el canvi climàtic.

El lema d'enguany és "Connecta't amb la natura", un any decisiu per a la protecció de la natura i en el qual els líders mundials prendran decisions polítiques clau sobre l'acció climàtica, el desenvolupament sostenible i la natura: al maig de 2021 tindrà lloc a Kunming (Xina) la 15a Cimera sobre la Biodiversitat. Aquesta reunió, juntament amb la Cimera sobre el Clima 2021, que tindrà lloc al novembre a Glasgow (Regne Unit), seran dos moments fonamentals per aconseguir un pla global ambiciós amb l'objectiu de transformar la relació de la societat amb la biodiversitat i garantir que el 2050 es compleixi la visió compartida de viure en harmonia amb la natura.

*"Un any més, EROSKI se suma a aquesta iniciativa de WWF, que s'ha convertit en l'acció global de sensibilització més gran en defensa del medi ambient coneguda fins al moment. Els consumidors són cada cop més exigents amb els criteris de sostenibilitat i a EROSKI treballem per donar resposta a aquestes demandes per un consum més responsable.",* ha assenyalat el director de Salut i Sostenibilitat d'EROSKI, Alejandro Martínez Berriochoa.

---

### **EROSKI**

Direcció de Comunicació Corporativa  
KRISTIAN PRIETO

Tel.: 946 211 214

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

### **EROSKI - OFICINA DE PREMSA CONSEJEROS DEL NORTE**

JOANA G. LANDAZABAL  
EDURNE IZQUIERDO

Tel.: 944 158 642

[Sala de premsa en línia](#)



## Compromís amb la lluita contra el canvi climàtic

Dins dels seus 10 Compromisos per la Salut i la Sostenibilitat, EROSKI inclou nombroses línies d'acció per millorar el seu impacte ambiental. Entre els seus objectius hi ha precisament el de reduir un 25% les emissions de gasos d'efecte d'hivernacle per al 2025. Per fer-ho possible, posa el focus en la millora dels seus productes, serveis, botigues i processos.

EROSKI treballa per oferir productes més sostenibles, potenciant els aliments locals i incloent-hi certificacions que garanteixen una producció més responsable, com ara en la gamma de productes EROSKI Bio i Eco llançada el 2020. També treballa per millorar els seus envasos de marca pròpia, amb els objectius que tots siguin 100% reciclables i reduir almenys un 20% les tones de plàstic comercialitzades el 2025. En aquest sentit, destaquen les seves iniciatives per a augmentar la fruita i verdura a granel i facilitar l'ús d'envasos reutilitzables, com ara tàpers a carnisseria i peixateria, malles a fruiteria i bosses de ràfia, amb un 70% de plàstic reciclat, i tela a la línia de caixes.

EROSKI també millora l'eficiència dels processos per reduir el seu impacte ambiental. Així, quant al transport dels productes, ha optimit la planificació de les seves rutes des dels proveïdors fins a les plataformes i la distribució capil·lar des d'aquestes fins a les botigues, cosa que ha millorat l'ompliment de mercaderia i ha estalviat trajectes, temps de conducció, quilòmetres recorreguts i combustible. De fet, recentment EROSKI ha aconseguit la seva primera estrella Lean & Green per haver superat l'objectiu de reduir un 20% les emissions de CO<sub>2</sub> en els processos de logística i transport. Fins i tot ha aconseguit un 25% de reducció en quatre anys, un menys que el termini establert inicialment.

De cara a reduir el consum energètic de les seves botigues i plataformes logístiques, aposta per una construcció sostenible i per equips més eficients energèticament i amb menys impacte ambiental. Destaquen accions com l'ús d'il·luminació LED, detectors de presència, robots de temperatures, ús de gasos refrigerants menys contaminants i dissenys que afavoreixen l'aprofitament de la llum natural. A més, continua avançant en la compra d'energia verda, que actualment ja efectua al 20% de les plataformes.

---

### EROSKI

Direcció de Comunicació Corporativa  
KRISTIAN PRIETO

Tel.: 946 211 214

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

### EROSKI - OFICINA DE PREMSA

#### CONSEJEROS DEL NORTE

JOANA G. LANDAZABAL  
EDURNE IZQUIERDO

Tel.: 944 158 642

[Sala de premsa en línia](#)



EROSKI també disposa d'eines per a poder traslladar totes les mesures i tota la informació a la ciutadania: *"EROSKI està compromès amb la formació al consumidor en hàbits més responsables, mitjançant el nostre projecte informatiu CONSUMER i l'Escola d'Alimentació de la Fundació EROSKI, amb un mòdul de medi ambient elaborat, precisament, amb WWF. A més, avancem cap a una transparència més gran sobre el perfil ambiental dels nostres productes, per exemple publicant, de forma pionera en la distribució, declaracions ambientals de productes de marca pròpia"*, ha destacat Martínez Berriochoa.

### **Més de 15 anys de col·laboració**

EROSKI i WWF col·laboren en diferents iniciatives des de fa més 15 anys per al desenvolupament de diferents polítiques mediambientals en relació amb l'explotació sostenible de caladors, la millora en l'eficiència energètica, la promoció d'un consum més responsable, la promoció de pesca sostenible o el llançament de productes de marca pròpia EROSKI amb bones pràctiques sostenibles. A més, WWF col·labora amb la revista [www.consumer.es](http://www.consumer.es) publicant continguts en el seu canal de medi ambient i avala el programa de la cooperativa sobre alimentació saludable [Ekilibria](#).

D'altra banda, WWF continua desenvolupant continguts pedagògics per a un mòdul específic sobre sostenibilitat dins del Programa Educatiu sobre Alimentació i Hàbits Saludables que desenvolupa l'[Escola d'Alimentació EROSKI](#) en col·laboració amb centres escolars de tot Espanya.

---

#### **EROSKI**

Direcció de Comunicació Corporativa  
KRISTIAN PRIETO

Tel.: 946 211 214

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

#### **EROSKI - OFICINA DE PREMSA CONSEJEROS DEL NORTE**

JOANA G. LANDAZABAL  
EDURNE IZQUIERDO

Tel.: 944 158 642

[Sala de premsa en línia](#)