

Ha participado este mes en la campaña municipal "Donostia Zero Plastik"

EROSKI, RECONOCIMIENTO A SU APUESTA POR LA REDUCCIÓN DEL PLÁSTICO

- **Distintos agentes de la ciudad del ámbito del comercio, eventos culturales, deportivos y supermercados han suscrito una declaración de intenciones para reducir los plásticos de un solo uso en la capital donostiarra**
- **Durante la campaña, EROSKI ha repartido 600 táperes en sus hipermercados de Garbera y Arcco Amara**
- **EROSKI tiene el compromiso de ecodiseñar el 100% de sus envases de marca propia a 2025 para reducir un 20% las toneladas de plástico convencional que comercializa y para conseguir que sean 100% reciclables, compostables o reutilizables**

Donostia-San Sebastián, 25 de junio de 2021.- [EROSKI](#) ha sido reconocida hoy por el Ayuntamiento de Donostia-San Sebastián por su apuesta por la reducción de plástico y su participación durante este mes de la campaña "Donostia Zero Plastik", promovida por el consistorio de la localidad para concienciar a la ciudadanía y conseguir reducir un 17% el uso del plástico para el 2025.

Distintos agentes de la ciudad del ámbito del comercio, eventos culturales, deportivos y supermercados han suscrito una declaración de intenciones para reducir los plásticos de un solo uso en la capital donostiarra. A través de esta campaña de sensibilización, se ha querido transmitir a la ciudadanía la importancia de la economía circular y dar a conocer distintas acciones que apuesten por la reducción, reutilización y reciclaje en todos los ámbitos del comercio. Durante las semanas que ha durado la iniciativa EROSKI ha repartido 600 táperes en sus hipermercados de Garbera y Arcco Amara en colaboración con el ayuntamiento. En el acto de reconocimiento que ha tenido lugar esta mañana en el consistorio donostiarra EROSKI ha estado representada por el gerente del hipermercado Garbera, Juan Ramón Ruiz.

Esta iniciativa de sensibilización se alinea con el compromiso de EROSKI para luchar contra la contaminación por plásticos y su estrategia de búsqueda de soluciones reutilizables entre sus clientes. *"En 1997 ya incorporamos bolsas que se podían reutilizar hasta en 15 ocasiones, en 2009 lanzamos nuestra bolsa de rafia*

EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa
KRISTIAN PRIETO

Tel: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

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

JOANA G. LANDAZABAL
EDURNE IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

[Sala de prensa online](#)

reutilizable y en 2010 nos adelantamos 8 años a la normativa con el cobro de bolsas de caja, que permitió reducir más de un 60% su consumo. Esta línea de trabajo la hemos reforzado desde 2018 de forma destacada. Primero, con la eliminación de bolsas de plástico de un solo uso de nuestras cajas y la incorporación de otras de papel o compostables, por ejemplo. En dos años hemos reducido un 27% más su consumo”, explica el director de Salud y Sostenibilidad, Alejandro Martínez Berriochoa.

Comprometida con el ecodiseño

Asimismo, EROSKI también ha incorporado cambios en las secciones de frescos, con bolsas compostables, sobres de papel y el uso de bandejas con más de un 80% de plástico reciclado, además de introducir mallas reutilizables. Esto ha permitido reducir un 30% el plástico convencional utilizado para el envasado en tienda, superando así y un año antes el objetivo del sector de reducir el 21% a 2021.

Además, EROSKI está culminando la eliminación de plásticos de un solo uso como pajitas, bastoncillos o vajillas y la sustitución de anillas en latas y botellas de refrescos de su marca propia por otros envases colectivos fabricados con material reciclado o cartón.

En esa misma línea EROSKI mantiene el compromiso de ecodiseñar el 100% de sus envases de marca propia a 2025 para reducir un 20% las toneladas de plástico convencional que comercializa y para conseguir que sean 100% reciclables, reutilizables o compostables. Para ello, EROSKI ha analizado de la mano del Basque Ecodesign Center más de 3.000 productos de 400 proveedores con el objetivo de calcular su huella plástica y grado de reciclabilidad e identificar acciones de mejora para ellos. Desde 2018 ya ha ecodiseñado más de 145 referencias y ha incrementado la venta de productos a granel.