

“A Cesta que namora”

**EROSKI PON EN MARCHA UNHA NOVA CAMPAÑA
COMERCIAL PARA FACILITAR O AFORRO**

- Esta semana estará dispoñible nos seus establecementos unha cesta de máis de mil produtos básicos, completa, saudable, variada e a prezos moi competitivos
- Esta campaña súmase á intensa actividade promocional que a cadea levou a cabo no último ano
- Desde o comezo do período inflacionario, EROSKI, no 2022 e durante o 2023, investirá 100 millóns de euros en marxe comercial e axustando prezos para non lle trasladar ao consumidor a totalidade dos incrementos de custas

Madrid, 13 de marzo do 2023.- O vindeiro 16 de marzo, [EROSKI](#) botará a andar unha nova campaña comercial que, baixo o slogan “A Cesta que namora”, está dirixida a intensificar o esforzo que desde hai meses está a facer a través de diferentes iniciativas para paliar o efecto que a alta inflación ten na cesta da compra. Esta nova campaña comercial súmase ás oito que EROSKI desenvolveu durante o 2022.

Concretamente, a partir deste xoves nos establecementos EROSKI, as persoas consumidoras poderán acceder a unha cesta de produtos moi completa, saudable e variada, a prezos moi competitivos.

Responsabilidade e esforzo

Ao longo do exercicio 2022, as sobrecustas transferidas ao grupo EROSKI por parte dos seus provedores de produtos situáronse por riba do 15%, como consecuencia da evolución de prezos das materias primas, das custas enerxéticas ou dos combustibles, entre outros. Estas sobrecustas non se trasladaron integramente aos prezos, senón que EROSKI asumiu unha parte importante delas a través do investimento de máis de 44 millóns de euros.

“Desde que comezou a escalada inflacionista estamos a facer un esforzo inxente por paliar as súas consecuencias na cesta da compra, reducindo de xeito moi relevante as nosas limitadas marxes”, explicou a directora Comercial de EROSKI, Beatriz Santos. “Somos conscientes do que está a supoñer para os fogares e a nosa preocupación por iso é moi alta. Por iso estamos a minimizar o seu efecto no peto das familias, demostrando novamente un nivel moi alto de responsabilidade e compromiso. Súmanse agora aos 44 millóns do 2022, outros 12 millóns adicionais de investimento para reducir o impacto da inflación. Deste xeito, desde o comezo do período inflacionario e durante o 2023 EROSKI investiría 100 millóns de euros”, destacou Santos.

EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa Tel: 946 211 214
KRISTIAN PRIETO

comunicacion@eroski.es

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

[Sala de prensa online](#)

JOANA G. LANDAZABAL
EDURNE ÍZQUIERDO

Tel: 944 158 642

[azubiaga@
consejerosdel
norte.com](mailto:azubiaga@consejerosdelnorte.com)

Tamén, como medida de apoio e en resposta á demanda das persoas consumidoras, EROSKI deulles un impulso ás marcas de seu, ampliando a súa variedade e dotándoas de máis promocións e descontos. O peso da marca propia de produtos envasados a comezos deste ano 2023 xa supera o 27% e incrementouse nun 7% o número destes produtos na cesta das persoas que mercan en EROSKI.

Cesta saudable que inclúe produtos frescos

A cesta inclúe máis de mil produtos e o 52% deles son de categorías de consumo diario ou semanal, como lácteos, verduras, froitas, aceite, arroz, pastas, legumes, froitos secos ou peixe. Incorpora un 20% de produtos para o coidado persoal e do fogar e complétase con produtos de consumo recomendado ocasional como galletas, embutidos ou chocolate.

“Melloramos a posición de prezo en máis de 1.000 produtos TOP, con solucións para un consumo saudable, unha cesta completa con produtos frescos, de alimentación e para o coidado persoal e do fogar, para todo tipo de fogares incluíndo produtos de marca propia e mais doutras marcas. Máis da metade dos produtos que compoñen esta cesta non superan os 2 euros e 200 deles non superan o prezo de 1 euro”, especificou a directora comercial de EROSKI.

Intensa actividade promocional

Adicionalmente, EROSKI mantén unha intensa actividade comercial a través das súas promocións, o club de fidelización e outras actuacións, o que durante o 2022 se traduciu na transferencia de máis de 335 millóns de euros de aforro ás persoas consumidoras. Máis de 78.000 familias beneficiáanse xa do aforro que ofrece o Plan Familias 0-12, unha iniciativa englobada no programa de fidelización EROSKI Club e dirixida ás familias con fillos de ata 12 anos, que inclúe descontos exclusivos e que no 2022 incorporou o engadido de aforro dun 2% en todas as compras realizadas en EROSKI a partir de 150 euros de gasto mensual. Desde aquela, grazas a esta vantaxe e a outras promocións do seu programa de fidelización, EROSKI transferiulles un aforro de 52 millóns de euros ás familias novas acollidas a esta iniciativa. Igualmente, EROSKI pon ao dispor dos titulares do Club Ouro de EROSKI Club un aforro fixo e universal do 4% en todas as súas compras.

Campaña publicitaria en todos os soportes

O aspecto creativo da campaña desenvolveuse xunto á axencia de publicidade Sra. Rushmore e terá presenza en todos os medios, formatos e espazos máis relevantes para os consumidores de EROSKI.

“A decisión foi rápida e unánime. Optamos por Sra. Rushmore pola súa creatividade, o impacto e nivel de cambio no ton comunicativo, a versatilidade da proposta creativa e a afinidade aos valores da marca EROSKI”, comentou a directora de Comunicación e Marca de EROSKI, Ainhoa Oyarbide.

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](#)

azubiaga@consejerosdelnorte.com

A campaña non ten un único fito comunicativo agora en marzo, senón que se prolonga ao longo de todo o ano. *“Non é unha campaña puntual, senón que se fundamenta nun relato desenvolvido arredor do aforro que se vai visibilizar de xeito quincenal como acompañamento ao esforzo investidor en aforro que se está a facer desde EROSKI”*, apunta Oyarbide.

Proximia Havas desenvolve a estratexia en medios apostando pola innovación en liña cos valores da marca.

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](#)

azubiaga@consejerosdelnorte.com