

"El cistell que enamora"

**EROSKI ENGEGA UNA NOVA CAMPANYA COMERCIAL
PER FACILITAR L'ESTALVI**

- Aquesta setmana estarà disponible als establiments un cistell amb més de mil productes bàsics, complet, saludable, variat i a preus molt competitius
- La campanya se suma a la intensa activitat promocional que la cadena ha portat a terme l'últim any
- Des del començament del període inflacionista, EROSKI, el 2022 i durant el 2023, invertirà 100 milions d'euros en marge comercial i ajustant preus per no haver de traslladar al consumidor la totalitat dels increments de costos

Madrid, 13 de març de 2023.- El 16 de març vinent, [EROSKI](#) engegarà una nova campanya comercial que, amb l'eslògan "El cistell que enamora", es dirigeix a intensificar l'esforç que porta a terme des de fa mesos mitjançant diverses iniciatives per pal·liar l'efecte que l'alta inflació té en el cistell d'anar a comprar. Aquesta nova campanya se suma a les vuit que EROSKI va desenvolupar el 2022.

En concret, a partir d'aquest dijous, als establiments EROSKI les persones consumidores podran accedir a un cistell de productes molt complet, saludable i variat, a preus molt competitius.

Responsabilitat i esforç

Al llarg de l'exercici 2022, els sobre costos transferits al grup EROSKI per part dels proveïdors de productes es van situar per sobre del 15%, com a conseqüència de l'evolució de preus de les matèries primeres, dels costos energètics o dels combustibles, entre d'altres. Aquests sobre costos no s'han traslladat de forma íntegra als preus, sinó que EROSKI n'ha assumit una part important mitjançant la inversió de més de 44 milions d'euros.

"D'ençà que va començar l'escalada inflacionista, estem fent un esforç molt gran per pal·liar-ne les conseqüències en el cistell d'anar a comprar, a costa de reduir els limitats marges que tenim de manera molt rellevant", ha explicat la directora Comercial d'EROSKI, Beatriz Santos. "Som conscients del que suposa per a les famílies i, en aquest sentit, la nostra preocupació és molt alta. Per això estem minimitzant-ne l'efecte en la seva butxaca, amb la qual cosa demostrem, de nou, un nivell molt alt de responsabilitat i compromís. Als 44 milions d'inversió del 2022 s'hi sumen, ara, 12 milions addicionals per reduir l'impacte de la inflació. D'aquesta manera, des del començament del període inflacionista i durant el 2023, EROSKI haurà invertit 100 milions d'euros", ha destacat Santos.

EROSKI

Direcció de Comunicació Corporativa
KRISTIAN PRIETO

Tel.: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

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

JOANA G. LANDAZABAL
EDURNE IZQUIERDO

Tel.: 944 158 642

[Sala de premsa en línia](#)

azubiaga@consejerosdelnorte.com

A més a més, com a mesura de suport i en resposta a la demanda de les persones consumidores, EROSKI ha donat un impuls a les seves marques pròpies ampliant l'assortiment i dotant-les de més promocions i descomptes. Així, el pes de la marca pròpia de productes envasats a començament d'aquest any 2023 ja supera el 24%, i s'ha incrementat en un 7% el nombre d'aquests productes al cistell de les persones que compren a EROSKI.

Cistell saludable que inclou productes frescos

El cistell inclou més de mil productes, el 52% dels quals són de categories de consum diari o setmanal com lactis, verdura, fruita, oli, arròs, pasta, llegums, fruita seca o peix. Incorpora un 20% de productes per a la cura personal i de la llar i es completa amb productes de consum recomanat ocasional, com ara galetes, embotits o xocolata.

"Millorem la posició de preu en més de 1.000 productes TOP, amb solucions per a un consum saludable, un cistell complet amb productes frescos, d'alimentació i per a la cura personal i de la llar, per a tota mena de famílies, que inclou tant productes de marca pròpia com d'altres marques. Més de la meitat dels productes que componen aquest cistell no superen els 2 euros i 200 no superen el preu d'1 euro", ha especificat la directora comercial d'EROSKI.

Intensa activitat promocional

Adicionalment, EROSKI manté una intensa activitat comercial, mitjançant les diverses promocions, el club de fidelització i altres actuacions que durant el 2022 es van traduir en la transferència de més de 335 milions d'euros d'estalvi a les persones consumidores. Així, més de 78.000 famílies ja es beneficien de l'estalvi que ofereix el Pla Famílies 0-12, una iniciativa englobada en el programa de fidelització EROSKI Club que s'adreça a les famílies amb fills de fins a 12 anys, que inclou descomptes exclusius i que el 2022 va incorporar l'afegit d'estalvi d'un 2% en totes les compres fetes a EROSKI a partir de 150 euros de despesa mensual. Des de llavors, gràcies a aquest avantatge i a altres promocions del seu programa de fidelització, EROSKI ha transferit un estalvi de 52 milions d'euros a les famílies joves que s'han acollit a aquesta iniciativa. Igualment, EROSKI posa a disposició dels titulars del Club Or d'EROSKI Club un estalvi fix i universal del 4% en totes les compres.

Campanya publicitària en tots els suports

L'aspecte creatiu de la campanya s'ha desenvolupament amb l'agència de publicitat Sra. Rushmore, i tindrà presència en tots els mitjans, formats i espais més rellevants per als consumidors d'EROSKI.

"La decisió va ser ràpida i unànime. Vam optar per Sra. Rushmore per la seva creativitat, l'impacte i el nivell de canvi en el to comunicatiu, la versatilitat de la proposta creativa i

EROSKI

Direcció de Comunicació Corporativa
KRISTIAN PRIETO

Tel.: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

EROSKI - OFICINA DE PREMSA CONSEJEROS DEL NORTE

JOANA. G. LANDAZABAL
EDURNE IZQUIERDO

Tel.: 944 158 642

[Sala de premsa en línia](#)

azubiaga@consejerosdelnorte.com

l'afinitat als valors de la marca EROSKI", ha comentat la directora de Comunicació i Marca d'EROSKI, Ainhoa Oyarbide.

La campanya no té una fita comunicativa única ara al març, sinó que s'allargarà durant tot l'any. *"No és una campanya puntual, sinó que es basa en un relat desenvolupat al voltant de l'estalvi que es visibilitzarà de forma quinzenal com a acompanyament a l'esforç inversor en estalvi que es fa des d'EROSKI",* apunta Oyarbide.

Proximia Havas desenvolupa l'estratègia en mitjans apostant per la innovació, en línia amb els valors de la marca.

EROSKI

Direcció de Comunicació Corporativa
KRISTIAN PRIETO

Tel.: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

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

JOANA. G. LANDAZABAL
EDURNE IZQUIERDO

Tel.: 944 158 642

[Sala de premsa en línia](#)

azubiaga@consejerosdelnorte.com