

Nou marc estratègic 2026-2030**EROSKI RENOVA ELS SEUS COMPROMISOS I CONSOLIDA
EL SEU MODEL COOPERATIU EN SALUT, ENTORN, PERSONES
I SOSTENIBILITAT**

- **La cooperativa actualitza la seva fulla de ruta estratègica després del cicle iniciat el 2018, reforçant un model que integra salut, sostenibilitat i competitivitat.**
- **El nou marc impulsa l'alimentació saludable, el suport al teixit agroalimentari local, el desenvolupament de les persones i la reducció de l'impacte ambiental.**
- **La governança cooperativa, amb participació de persones consumidores i treballadores, orienta l'estratègia cap a la creació de valor compartit.**

Elorrio, 2 de març de 2026. - [EROSKI](#) ha presentat la renovació dels seus "5 Compromisos Amb Tu", una evolució natural dels 10 Compromisos per la Salut i la Sostenibilitat llençats el 2018. Amb aquest nou marc 2026-2030, la cooperativa actualitza la seva fulla de ruta estratègica i reafirma el seu propòsit d'integrar salut, sostenibilitat i valor compartit en el seu model empresarial, fidel a la seva essència com a empresa de distribució de base cooperativa.

Els nous compromisos s'articulen al voltant de cinc eixos que formen part estructural de la seva estratègia: fomentar l'alimentació saludable; generar riquesa local i solidaritat en l'entorn; promoure la satisfacció i el desenvolupament de les persones treballadores; escoltar i informar les persones consumidores; i millorar la sostenibilitat ambiental.

La renovació es produeix després del balanç del cicle anterior, en el qual EROSKI ha avançat de forma estructurada en la millora del perfil nutricional de la seva marca pròpia, la implantació de sistemes d'informació al consumidor com Nutri-Score, l'impuls al producte local, l'ecodisseny d'envasos, la reducció del malbaratament alimentari i la millora de l'eficiència energètica i logística de la seva xarxa comercial.

"A EROSKI entenem els nostres Compromisos com una responsabilitat inherent a la nostra condició de cooperativa de persones consumidores. Hem avançat en la millora del perfil nutricional de la nostra marca pròpia, en l'educació alimentària de milers d'escolars, en l'impuls al teixit agroalimentari local i en la reducció de l'impacte ambiental de la nostra activitat. Aquests avanços reflecteixen un model que integra salut, sostenibilitat i competitivitat des de la gestió ordinària del negoci. L'horitzó 2030 reforça aquesta vocació de seguir contribuint a una societat més saludable, més informada i més sostenible",

va assenyalar **Alejandro Martínez Berriochoa, director de Salut i Sostenibilitat d'EROSKI i director general de Fundació EROSKI.**

Resultats que consoliden el compromís

Una alimentació responsable, a més de saludable i equilibrada, ha de ser accessible i sostenible. Actualment, el 78% de les vendes d'aliments i begudes d'EROSKI correspon a categories alineades amb la piràmide nutricional, un percentatge que continua guanyant pes any rere any. Aquest resultat reflecteix el treball sostingut en la millora de la composició dels productes, la reformulació de referències i l'aposta per una informació clara i transparent que faciliti decisions de compra més saludables.

En l'últim curs escolar, més de 213.000 escolars van participar en programes educatius impulsats per Fundació EROSKI per a la prevenció de l'obesitat infantil. Així mateix, centenars de milers de persones consumidores aprofiten cada any els continguts informatius, recomanacions i avantatges promocionals vinculats a hàbits de vida saludables a través d'EROSKI Club.

En l'apartat ambiental, EROSKI ha avançat de forma estructural en la reducció de l'impacte de la seva activitat i dels seus productes. La millora de l'eficiència energètica en botigues i plataformes logístiques, l'optimització de processos i la progressiva descarbonització de la seva activitat formen part d'una fulla de ruta alineada amb l'objectiu de neutralitat climàtica el 2050, recolzada el 2025 per l'obtenció de la seva tercera Estrella Lean & Green després d'acreditar una reducció del 35% de les emissions logístiques des de 2015.

A això se suma l'impuls a l'ecodisseny d'envasos i la millora de la reciclabilitat de la marca pròpia, amb més de 600 referències redissenyades des de 2020, l'eliminació del greix de palma en la seva marca pròpia i l'ampliació de certificacions que garanteixen l'origen sostenible i el benestar animal. En l'àmbit de l'economia circular, la cooperativa continua reforçant la prevenció i la donació d'excedents alimentaris; només en el primer semestre de 2025 va evitar el malbaratament de més de 10.700 tones d'aliments, equivalents a 43 milions d'àpats.

El desenvolupament social i econòmic de l'entorn forma igualment part essencial dels seus compromisos. EROSKI impulsa una ampla oferta de productes locals, especialment de petites i mitjanes empreses, i acompanya les famílies productores per millorar l'eficiència i sostenibilitat dels seus processos. El 2025, el Programa d'Acompanyament a Proveïdors va arribar a 394 empreses, amb més de 4.500 hores de formació en sostenibilitat, enfortint la competitivitat del teixit agroalimentari.

Des de la seva responsabilitat com a agent social, la dimensió solidària continua sent estructural en el model cooperatiu. Durant 2025, el Pla de Solidaritat va canalitzar més de 25 milions d'euros cap a fins socials, beneficiant més de 280.000 persones a través de 332 entitats, retornant a la societat part dels resultats empresarials a través de la Fundació EROSKI.

Així mateix, EROSKI manté un diàleg continu amb les persones consumidores per conèixer les seves necessitats i oferir el millor servei a botiga i en els seus canals de contacte. En l'últim any va atendre prop de 475.000 consultes, amb un índex de resolució superior al 90%, consolidant el seu posicionament com a referent en informació i atenció al client en el sector.

Amb la renovació dels seus "5 Compromisos Amb Tu", EROSKI reafirma la seva vocació d'integrar competitivitat, salut, entorn i sostenibilitat des de la singularitat d'un model cooperatiu que situa les persones en el centre.

Sobre EROSKI

EROSKI és un dels grups de distribució líders del nord del mercat espanyol – des de Galícia fins a les Balears –, amb una quota de mercat del 12,7 % en aquesta zona; és líder al País Basc, Navarra i Galícia, i colíder a les Balears. La seva xarxa comercial, a tancament del 2024, ascendeix a 1.502 establiments, entre supermercats, hipermercats, cash & carry i supermercats online; a més de benzineres, botigues d'esport i altres negocis no alimentaris. Així mateix, compta amb més de 6,4 milions de Socis Clients i més de 27.600 persones integren la seva plantilla, de les quals prop de 9.000 són sòcies propietàries.