

**La cooperativa y WWF colaboran desde 2004**

**EROSKI SE SUMA UN AÑO MÁS A “LA HORA DEL PLANETA” Y  
REFUERZA SU COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD**

- **El próximo sábado EROSKI se sumará al apagón simbólico de la mayor iniciativa global en defensa del medio ambiente y que este año tiene por lema “Apaga la luz. Defiende el Planeta”.**
- **La iniciativa, promovida por World Wide Fund for Nature (WWF), celebra 20 años como el mayor movimiento global en defensa del medio ambiente.**
- **EROSKI y WWF colaboran desde hace dos décadas para promover un consumo más responsable.**

**Elorrio, 27 de marzo de 2026.**- [EROSKI](#) se suma por décimo quinto año consecutivo a la campaña “[La Hora del Planeta](#)”, promovida por [WWF](#), con el respaldo de Naciones Unidas, realizando un apagón simbólico en los rótulos de algunas de sus tiendas y plataformas logísticas, y en la página web [www.consumer.es](http://www.consumer.es) de la Fundación EROSKI, que seguirá activa con una luz atenuada de menor intensidad. Además, difundirá la iniciativa en su página web y redes sociales, y entre sus personas trabajadoras. Millones de personas de todo el mundo apagarán la luz durante una hora (entre las 20:30 y las 21:30 hora local) el sábado, 28 de marzo, para concienciar al mundo sobre la importancia del medio ambiente y la lucha contra el cambio climático.

La Hora del Planeta es el mayor movimiento global en favor de la naturaleza, bajo el lema “Apaga la luz. Defiende el Planeta”, celebra su vigésimo aniversario este 2026. Durante esta iniciativa, nacida en Sidney (Australia) en 2007 y en la que participan millones de personas de más de 190 países y territorios, se apagan las luces de los monumentos y edificios más emblemáticos del mundo, además de hogares y empresas. como símbolo de la lucha contra el cambio climático y la pérdida de biodiversidad.

*“Un año más, EROSKI se une a esta iniciativa de WWF, que se ha convertido en la mayor acción global de sensibilización en defensa del medio ambiente conocida hasta el momento y un símbolo para llamar la atención sobre el problema del cambio climático. En EROSKI somos conscientes de que las personas consumidoras son cada vez más exigentes con los criterios de sostenibilidad y, por eso, trabajamos cada día para facilitarles un*

---

**EROSKI – Dirección de Comunicación  
Corporativa**

Patricia Martín Sanchidrián

Tel: 946 211 214 [comunicacion@eroski.es](mailto:comunicacion@eroski.es)

**INCÓGNITO – Agencia de Prensa**  
Silvia Peralta

Tel: 917 379 950

*consumo más responsable*", señala **Alejandro Martínez Berriochoa, director de Salud y Sostenibilidad de EROSKI y director general de Fundación EROSKI.**

### **El gran reto para el Planeta: camino a 2030**

2025 se ha situado entre los años más cálidos registrados a nivel global, solo por detrás de 2024 y 2023, consolidando una tendencia de temperaturas récord. Este contexto evidencia la cercanía a umbrales críticos para evitar impactos irreversibles. Al mismo tiempo, los fenómenos extremos son cada vez más frecuentes. En España, los últimos meses han estado marcados por una sucesión de borrascas con episodios de alto impacto y lluvias intensas que han provocado inundaciones y situaciones de riesgo. Sin embargo, los avances siguen siendo insuficientes: la transición energética avanza de forma desigual y persiste una elevada dependencia de los combustibles fósiles.

Para ello, EROSKI continúa desarrollando una hoja de ruta basada en la mejora de la eficiencia energética de sus procesos e instalaciones, el uso de energía procedente de fuentes renovables, la incorporación de soluciones de movilidad más sostenibles y la colaboración con su cadena de valor para minimizar el impacto de sus productos y servicios, entre otras acciones.

Durante el ejercicio anterior, EROSKI siguió avanzando en la reducción de emisiones, lo que le permitió obtener la tercera estrella Lean & Green tras acreditar una reducción del 35% de sus emisiones logísticas respecto a 2015. Con este logro, la compañía sigue reafirmando su liderazgo en sostenibilidad y continúa trabajando para seguir reduciendo sus emisiones y avanzar hacia la cuarta estrella, con el horizonte de alcanzar la neutralidad climática en 2050.

Además, EROSKI implementa progresivamente en su red las medidas de su nuevo modelo energético de tienda, que incluye acciones como iluminación LED, mobiliario de frío con los últimos avances en I+D, climatización más eficiente y refrigerantes con menor potencial de calentamiento global, entre otras acciones de mejora ambiental. Ejemplo de ello es su tienda de Lakua-Arriaga o su plataforma de Júndiz de Vitoria-Gasteiz o la plataforma de Zal en Barcelona, que cuentan con la certificación Leed Gold, un sello que acredita que el edificio es más sostenible y está construido bajo unos exigentes estándares de ecoeficiencia.

Adicionalmente, EROSKI ha dado un paso más en su acuerdo de colaboración con Iberdrola y trabajan juntas para reducir la huella de carbono de todos los centros de la cadena de supermercados a través de diferentes soluciones de electrificación. Así, los establecimientos y sedes de EROSKI reducirán sus emisiones generadas y podrán ahorrar en su factura energética a través de diferentes actuaciones. La electricidad procedente de fuentes

---

**EROSKI - Dirección de Comunicación**

**Corporativa**

Patricia Martín Sanchidrián

Tel: 946 211 214 [comunicacion@eroski.es](mailto:comunicacion@eroski.es)

**INCÓGNITO - Agencia de Prensa**

Silvia Peralta

Tel: 917 379 950

renovables es la solución energética más eficiente, permitiendo a su vez la independencia a los combustibles fósiles.

EROSKI ha reducido su huella de carbono de alcance 1 y 2 más de un 50% desde 2017, lo que ha supuesto evitar al año la emisión de 172.503 toneladas de CO2 eq., es decir, aproximadamente las emisiones de 100.000 coches en España circulando 10.000 km.

Por otro lado, EROSKI, trabaja para minimizar el impacto de los productos que comercializa, con una gama de más de 3.200 referencias con certificaciones de sostenibilidad, como el sello ecológico, MSC, GlobalG.A.P. o FSC®, entre otros. Además, refuerza su colaboración con la cadena de valor a través de iniciativas como su Programa de Acompañamiento a Proveedores, que en 2025 ha alcanzado a 394 empresas con 4.500 horas de formación en sostenibilidad, impulsando la mejora continua en ámbitos como la huella de carbono, el ecodiseño de envases o la economía circular. Asimismo, continúa avanzando con la mejora de sus envases para reducir su huella plástica e incrementar su reciclabilidad, con más de 800 referencias ecodiseñadas.

### **Más de 20 años de colaboración**

EROSKI y WWF, que colaboran en distintas iniciativas desde hace más de 20 años, para el desarrollo de distintas políticas medioambientales en relación con la mejora en la eficiencia energética, la promoción de un consumo más responsable, la promoción de pesca sostenible o el lanzamiento de productos de marca propia EROSKI con buenas prácticas sostenibles.

Asimismo, WWF sigue desarrollando contenidos pedagógicos para un módulo específico sobre sostenibilidad dentro del Programa Educativo sobre Alimentación y Hábitos Saludables que desarrolla la [Escuela de Alimentación de la Fundación EROSKI](#) en colaboración con centros escolares de toda España.

### **Acerca de EROSKI**

EROSKI es uno de los grupos de distribución líderes del norte del mercado español — desde Galicia a Baleares — con una cuota de mercado del 12,7 % en dicha zona; siendo líder en País Vasco, Navarra, y Galicia y colíder en Baleares. Su red comercial, a cierre del 2024, se eleva a 1.502 establecimientos, entre supermercados, hipermercados, cash & carry y supermercados online; además de gasolineras, tiendas de deporte y otros negocios no alimentarios. Asimismo, cuenta con más de 6,4 millones de Socios Clientes y más de 27.600 personas integran su plantilla, de las cuales cerca de 9.000 son socias propietarias.

---

### **EROSKI - Dirección de Comunicación**

#### **Corporativa**

Patricia Martín Sanchidrián

Tel: 946 211 214 [comunicacion@eroski.es](mailto:comunicacion@eroski.es)

#### **INCÓGNITO - Agencia de Prensa**

Silvia Peralta

Tel: 917 379 950