

La cooperativa i WWF col·laboren des de 2004

**EROSKI S'AFEGEIX UN ANY MÉS A "L'HORA DEL PLANETA"
I REFORÇA EL SEU COMPROMÍS AMB LA SOSTENIBILITAT**

- El proper dissabte EROSKI se sumará a l'apagada simbòlica de la major iniciativa global en defensa del medi ambient i que aquest any té per lema "Apaga la llum. Defensa el planeta".
- La iniciativa, promoguda per World Wide Fund for Nature (WWF), celebra 20 anys com el major moviment global en defensa del medi ambient.
- EROSKI i WWF col·laboren des de fa dues dècades per promoure un consum més responsable.

Elorrio, 27 de març de 2026.- [EROSKI](#) se suma per quinzè any consecutiu a la campanya "[L'Hora del Planeta](#)", promoguda per [WWF](#), amb el suport de Nacions Unides, realitzant una apagada simbòlica en els rètols d'algunes de les seves botigues i plataformes logístiques, i a la pàgina web www.consumer.es de la Fundació EROSKI, que seguirà activa amb una llum atenuada de menor intensitat. A més, difondrà la iniciativa a la seva pàgina web i xarxes socials, i entre les seves persones treballadores. Milions de persones de tot el món apagaran la llum durant una hora (entre les 20:30 i les 21:30 hora local) el dissabte, 28 de març, per conscienciar el món sobre la importància del medi ambient i la lluita contra el canvi climàtic.

L'Hora del Planeta és el major moviment global en favor de la natura. Sota el lema "Apaga la llum. Defensa el planeta" celebra el seu vintè aniversari aquest 2026. Durant aquesta iniciativa, nascuda a Sidney (Austràlia) el 2007 i en la que participen milions de persones de més de 190 països i territoris, s'apaguen les llums dels monuments i edificis més emblemàtics del món, a més de llars i empreses, com a símbol de la lluita contra el canvi climàtic i la pèrdua de biodiversitat.

*"Un any més, EROSKI s'uneix a aquesta iniciativa de WWF, que s'ha convertit en la major acció global de sensibilització en defensa del medi ambient coneguda fins al moment i un símbol per cridar l'atenció sobre el problema del canvi climàtic. A EROSKI som conscients que les persones consumidores són cada vegada més exigents amb els criteris de sostenibilitat i, per això, treballem cada dia per facilitar-los un consum més responsable", assenyala **Alejandro Martínez Berriochoa, director de Salut i Sostenibilitat d'EROSKI i director general de Fundació EROSKI.***

EROSKI - Direcció de Comunicació

Corporativa

Patricia Martín Sanchidrián

Tel: 946 211 214 comunicacion@eroski.es

INCÓGNITO - Agència de Premsa

Silvia Peralta

Tel: 917 379 950

El gran repte per al planeta: cap a 2030

2025 s'ha situat entre els anys més càlids enregistrats a nivell global, només després del 2024 i del 2023, consolidant una tendència de temperatures rècord. Aquest context evidencia la proximitat a llindars crítics per evitar impactes irreversibles. Al mateix temps, els fenòmens extrems són cada cop més freqüents. A Espanya, els últims mesos han estat marcats per una successió de borrasques amb episodis d'alt impacte i pluges intenses que han provocat inundacions i situacions de risc. Tanmateix, els avanços segueixen sent insuficients: la transició energètica avança de forma desigual i persisteix una elevada dependència dels combustibles fòssils.

Per això, EROSKI continua desenvolupant una fulla de ruta basada en la millora de l'eficiència energètica dels seus processos i instal·lacions, l'ús d'energia procedent de fonts renovables, la incorporació de solucions de mobilitat més sostenibles i la col·laboració amb la seva cadena de valor per minimitzar l'impacte dels seus productes i serveis, entre altres accions.

Durant l'exercici anterior, EROSKI va seguir avançant en la reducció d'emissions, fet que li va permetre obtenir la tercera estrella Lean & Green després d'acreditar una reducció del 35% de les seves emissions logístiques respecte al 2015. Amb aquesta fita, la companyia segueix reafirmant el seu lideratge en sostenibilitat i continua treballant per seguir reduint les seves emissions i avançar cap a la quarta estrella, amb l'horitzó d'assolir la neutralitat climàtica a 2050.

A més, EROSKI implementa progressivament a la seva xarxa les mesures del seu nou model energètic de botiga, que inclou accions com il·luminació LED, mobiliari de fred amb els últims avanços en I+D, climatització més eficient i refrigerants amb menor potencial d'escalfament global, entre altres accions de millora ambiental. Exemple d'això és la seva botiga de Lakua-Arriaga o la seva plataforma de Júndiz de Vitòria-Gasteiz o la plataforma de Zal a Barcelona, que compten amb la certificació Leed Gold, un segell que acredita que l'edifici és més sostenible i està construït sota uns exigents estàndards d'ecoeficiència.

Adicionalment, EROSKI ha donat un pas més en el seu acord de col·laboració amb Iberdrola i treballen juntes per reduir la petjada de carboni de tots els centres de la cadena de supermercats a través de diferents solucions d'electrificació. Així, els establiments i seus d'EROSKI reduiran les seves emissions generades i podran estalviar en la seva factura energètica a través de diferents actuacions. L'electricitat procedent de fonts renovables és la solució energètica més eficient, permetent al mateix temps la independència dels combustibles fòssils.

EROSKI ha reduït la seva petjada de carboni d'abast 1 i 2 més d'un 50% des de 2017, el que ha suposat evitar a l'any l'emissió de 172.503 tones de CO₂ eq., és a dir, aproximadament les emissions de 100.000 cotxes a Espanya circulant a 10.000 km.

EROSKI - Direcció de Comunicació

Corporativa

Patricia Martín Sanchidrián

Tel: 946 211 214 comunicacion@eroski.es

INCÓGNITO - Agència de Premsa

Silvia Peralta

Tel: 917 379 950

D'altra banda, EROSKI, treballa per minimitzar l'impacte dels productes que comercialitza, amb una gamma de més de 3.200 referències amb certificacions de sostenibilitat, com el segell ecològic, MSC, GlobalG.A.P. o FSC®, entre d'altres. A més, reforça la seva col·laboració amb la cadena de valor a través d'iniciatives com el seu Programa d'Acompanyament a Proveïdors, que el 2025 ha arribat a 394 empreses amb 4.500 hores de formació en sostenibilitat, impulsant la millora continuada en àmbits com la petjada de carboni, l'ecodisseny d'envasos o l'economia circular. Així mateix, continua avançant amb la millora dels seus envasos per reduir la seva petjada plàstica i incrementar la seva reciclabilitat, amb més de 800 referències ecodissenyades.

Més de 20 anys de col·laboració

EROSKI i WWF, que col·laboren en diverses iniciatives des de fa més de 20 anys per al desenvolupament de diferents polítiques mediambientals en relació amb la millora en l'eficiència energètica, la promoció d'un consum més responsable, la promoció de pesca sostenible o el llançament de productes de marca pròpia EROSKI amb bones pràctiques sostenibles.

Així mateix, WWF segueix desenvolupant continguts pedagògics per a un mòdul específic sobre sostenibilitat dins el Programa Educatiu sobre Alimentació i Hàbits Saludables que desenvolupa l'[Escola d'Alimentació de la Fundació EROSKI](#) en col·laboració amb centres escolars de tota Espanya.

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.

EROSKI – Direcció de Comunicació

Corporativa

Patricia Martín Sanchidrián

Tel: 946 211 214 comunicacion@eroski.es

INCÓGNITO – Agència de Premsa

Silvia Peralta

Tel: 917 379 950