

A cooperativa e WWF colaboran desde 2004.

EROSKI SÚMASE UN ANO MÁIS Á «HORA DO PLANETA» E REFORZA O SEU COMPROMISO COA SUSTENTABILIDADE

- **O próximo sábado, EROSKI sumarase ao apagamento simbólico da maior iniciativa global en defensa do medio ambiente, que este ano ten como lema «Apaga a luz. Defende o planeta».**
- **A iniciativa, promovida por World Wide Fund for Nature (WWF), celebra 20 anos como o maior movemento global en defensa do medio ambiente.**
- **EROSKI e WWF colaboran desde hai dúas décadas para fomentar un consumo máis responsable.**

Elorrio, 27 de marzo de 2026.- [EROSKI](#) súmase por décimo quinto ano consecutivo á campaña «[A hora do planeta](#)», promovida por [WWF](#), co apoio das Nacións Unidas, realizando un apagamento simbólico dos rótulos dalgunhas das súas tendas e plataformas loxísticas, así como na páxina web [www.consumer.es](#) da Fundación EROSKI, que permanecerá activa cunha luz atenuada e con menor intensidade. Ademais, difundirá a iniciativa na súa páxina web e redes sociais, así como entre as súas persoas traballadoras. Millóns de persoas en todo o mundo apagarán a luz durante unha hora (entre as 20:30 e as 21:30 hora local) o sábado 28 de marzo para concienciar a nivel mundial sobre a importancia do medio ambiente e a loita contra o cambio climático.

A hora do planeta, o maior movemento global a favor da natureza do mundo, baixo o lema «Apaga a luz. Defende o planeta», celebra o seu vixésimo aniversario este 2026. Durante esta iniciativa, que naceu en Sydney (Australia) en 2007 e na que participan millóns de persoas en máis de 190 países e territorios, apáganse as luces dos monumentos e edificios máis emblemáticos do mundo, ademais de fogares e empresas, como símbolo da loita contra o cambio climático e a perda de biodiversidade.

«Un ano máis, EROSKI únese a esta iniciativa de WWF, que se converteu na maior acción mundial de sensibilización en defensa do medio ambiente ata o momento e nun símbolo para chamar a atención sobre o problema do cambio climático. En EROSKI, somos conscientes de que as persoas consumidoras son cada vez máis esixentes en canto aos criterios de sustentabilidade, e por iso traballamos cada día para facilitarlles un consumo

EROSKI: Dirección de comunicación corporativa

Patricia Martín Sanchidrián

Tel: 946 211 214 comunicacion@eroski.es

INCÓGNITO: Axencia de prensa

Silvia Peralta

Tel: 917 379 950

máis responsable», indica **Alejandro Martínez Berriochoa, director de Saúde e Sustentabilidade de EROSKI e director xeral da Fundación EROSKI.**

O gran reto para o planeta: camiño a 2030

2025 foi un dos anos máis cálidos rexistrados a nivel global, só por detrás de 2024 e 2023, consolidando unha tendencia de temperaturas récord. Este contexto evidencia a proximidade a limiares críticos para evitar impactos irreversibles. Ao mesmo tempo, os fenómenos meteorolóxicos extremos son cada vez máis frecuentes. En España, os últimos meses estiveron marcados por unha sucesión de borrascas con episodios de alto impacto e chuvias intensas que provocaron inundacións e situacións de risco. Con todo, os avances seguen a ser insuficientes: a transición enerxética avanza de forma desigual e persiste unha elevada dependencia dos combustibles fósiles.

Para iso, EROSKI continúa a desenvolver unha folla de ruta baseada na mellora da eficiencia enerxética dos seus procesos e instalacións, no uso de enerxía procedente de fontes renovables, na incorporación de solucións de mobilidade máis sostibles e na colaboración coa súa cadea de valor para minimizar o impacto dos seus produtos e servizos, entre outras accións.

Durante o exercicio anterior, EROSKI continuou o seu avance na redución de emisións, o que lle permitiu obter a súa terceira estrela Lean & Green despois de acreditar unha redución do 35 % nas súas emisións loxísticas respecto a 2015. Con este logro, a empresa segue reafirmando o seu liderado en materia de sustentabilidade e continúa traballando para seguir a reducir as súas emisións e avanzar cara á cuarta estrela, co obxectivo de acadar a neutralidade climática en 2050.

Ademais, EROSKI implementa progresivamente na súa rede as medidas do seu novo modelo enerxético de tenda, que inclúe accións como iluminación LED, mobiliario de frío cos últimos avances en I + D, climatización máis eficiente e refrixerantes con menor potencial de quecemento global, entre outras accións de mellora ambiental. Exemplos disto son a súa tenda de Lakua-Arriaga, a súa plataforma de Júndiz en Vitoria-Gasteiz ou a plataforma de Zal en Barcelona, que contan coa certificación Leed Gold, un selo que acredita que o edificio é máis sustentable e se construíu segundo esixentes estándares de eficiencia ecolóxica.

Ademais, EROSKI deu un paso máis no seu acordo de colaboración con Iberdrola e están a traballar xuntas para reducir a pegada de carbono de todos os centros da cadea de supermercados a través de diferentes solucións de electrificación. Así, os establecementos e sedes de EROSKI reducirán as súas emisións e poderán aforrar na súa factura enerxética a

través de diferentes actuacións. A electricidade procedente de fontes renovables é a solución enerxética máis eficiente, xa que permite a independencia dos combustibles fósiles.

EROSKI reduciu a súa pegada de carbono de alcance 1 e 2 en máis dun 50 % desde 2017, o que supuxo evitar ao ano a emisión de 172 503 toneladas equivalentes de CO₂, aproximadamente as emisións de 100 000 coches en España percorrendo 10 000 km.

Por outra banda, EROSKI traballa para minimizar o impacto dos produtos que comercializa, ofrecendo unha gama de máis de 3200 referencias con certificacións de sustentabilidade, como o selo ecolóxico, MSC, Global G.A.P. ou FSC®, entre outras. Tamén reforza a súa colaboración coa cadea de valor mediante iniciativas como o seu Programa de acompañamento a provedores, que en 2025 chegou a 394 empresas con 4500 horas de formación en sustentabilidade, fomentando a mellora continua en ámbitos como a pegada de carbono, o deseño ecolóxico de envases ou a economía circular. Tamén continúa a avanzar coa mellora dos seus envases para reducir a súa pegada plástica e incrementar a súa capacidade de reciclaxe, con máis de 800 referencias con deseño ecolóxico.

Máis de 20 anos de colaboración

EROSKI e WWF colaboran en distintas iniciativas desde hai máis de 20 anos para desenvolver distintas políticas medioambientais relacionadas coa mellora da eficiencia enerxética, a promoción dun consumo máis responsable, o fomento da pesca sostible e o lanzamento de produtos de marca propia EROSKI con boas prácticas sostibles.

Ademais, WWF continúa a desenvolver contidos pedagóxicos para un módulo específico sobre sustentabilidade dentro do Programa educativo sobre alimentación e hábitos saudables que desenvolve a [Escola de alimentación da Fundación EROSKI](#) en colaboración con centros escolares de toda España.

Acerca de EROSKI

EROSKI é un dos grupos de distribución líderes no norte do mercado español (desde Galicia ata Baleares) cunha cota de mercado do 12,7 % nesa zona. É líder no País Vasco, Navarra e Galicia, e colíder nas Illas Baleares. A súa rede comercial, a finais do 2024, suma 1502 establecementos, entre supermercados, hipermercados, cash & carry e supermercados en liña, ademais de gasolinerías, tendas de deportes e outros negocios non alimentarios. Ademais, conta con máis de 6,4 millóns de socios clientes e máis de 27 600 persoas no seu cadro de persoal, das cales case 9000 son socias propietarias.

**EROSKI: Dirección de comunicación
corporativa**

Patricia Martín Sanchidrián

Tel: 946 211 214 comunicacion@eroski.es

INCÓGNITO: Axencia de prensa

Silvia Peralta

Tel: 917 379 950