

EROSKI EVITA EL MALBARATAMENT DE MÉS DE 14.000 TONES D'ALIMENTS I REFORÇA EL SEU COMPROMÍS AMB LA SOSTENIBILITAT

- **Més de 12.141 tones corresponen a productes destinats al consum humà, equivalents a 48 milions d'àpats.**
- **Aquestes accions han permès aprofitar aliments equivalents a 26.610 famílies durant sis mesos.**
- **Un total de 378 tones d'aliments han estat donades a entitats socials per atendre les necessitats de persones en situació de vulnerabilitat.**
- **EROSKI impulsa la valorització de subproductes orgànics i la donació d'aliments per a animals com a part d'un model d'economia circular que redueix l'impacte ambiental i reforça la sostenibilitat.**

Elorrio, 28 de setembre de 2026. – En el marc de la 9a Setmana contra el Malbaratament Alimentari liderada per AECOC, EROSKI reforça el seu compromís amb la lluita contra el malbaratament alimentari després d'haver evitat el malbaratament de més de 14.000 tones d'aliments durant el primer semestre de l'exercici 2026.

Del total, 12.141 tones corresponen a productes destinats al consum humà, equivalents a 48 milions d'àpats, que es calcula que permetrien alimentar 26.610 famílies durant sis mesos. Aquest resultat és fruit d'una estratègia que combina la comercialització de productes amb descomptes especials, les donacions a entitats socials, la col·laboració amb plataformes d'aprofitament alimentari i l'optimització dels processos de gestió a botiga.

Durant els sis primers mesos de l'exercici, EROSKI ha comercialitzat 11.546 tones d'aliments amb descomptes especials, facilitant-ne el consum a preus més assequibles i evitant que es converteixin en malbaratament. A aquesta iniciativa s'hi suma la col·laboració amb Too Good To Go, mitjançant la qual s'han lliurat 217.130 paquets de productes a preus reduïts, oferint a la clientela una alternativa per aprofitar aliments en perfecte estat de consum.

Així mateix, la companyia ha donat 378 tones d'aliments a entitats socials, contribuint a cobrir les necessitats alimentàries de persones en situació de vulnerabilitat i reforçant el seu compromís amb l'entorn.

Segons Cristina Rodríguez Domingo, responsable de Sostenibilitat del Grup EROSKI: «A EROSKI treballem perquè cada aliment tingui el màxim aprofitament possible i perquè cap producte

EROSKI – Responsable de Comunicació

Corporativa

Patricia Martín Sanchidrián

Tel: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

INCÓGNITO – Agencia de Prensa

Silvia Peralta

Tel: 917 379 950

apte per al consum es converteixi en malbaratament. Els resultats d'aquest primer semestre reflecteixen l'impacte d'un model que combina la prevenció, la comercialització amb descomptes, la donació i la col·laboració amb iniciatives d'aprofitament alimentari. Alhora, quan un producte ja no es pot destinar al consum humà, busquem noves vies per al seu aprofitament, com l'alimentació animal o la valorització de subproductes. D'aquesta manera, avancem cap a un model d'economia circular que genera valor social i ambiental i ens permet continuar construint una cadena alimentària més responsable i sostenible».

Un model integral d'aprofitament

L'estratègia d'EROSKI davant el malbaratament alimentari abasta tota la cadena de valor i busca donar una segona oportunitat als productes sempre que sigui possible. Quan els aliments no es poden destinar al consum humà, la companyia treballa per trobar altres vies d'aprofitament que permetin evitar-ne la conversió en residu.

En aquest sentit, durant el primer semestre de l'exercici 2026, EROSKI ha evitat el malbaratament de 2.664 tones de productes destinats a l'alimentació animal. D'aquestes, 15 tones d'aliments han estat donades a zoos i protectores d'animals, mentre que 2.649 tones de subproductes orgànics s'han destinat a la fabricació de pinsos i farines d'origen animal.

Aquesta valorització permet reincorporar aquests productes a altres processos productius i contribueix a un model d'economia circular, reduint la generació de residus i l'impacte ambiental associat al malbaratament alimentari.

El conjunt d'aquestes actuacions reflecteix el compromís d'EROSKI amb un model d'alimentació més responsable, que aborda el malbaratament des d'una perspectiva ambiental, social i econòmica i busca maximitzar el valor dels aliments i productes al llarg de tota la cadena.

Aquestes accions formen part dels 5 Compromisos per la Salut i la Sostenibilitat d'EROSKI, full de ruta que guia les seves decisions estratègiques i que té entre els seus principals pilars la millora de l'alimentació de la societat, el suport a l'entorn local i la protecció del medi ambient.

Sobre EROSKI

EROSKI és un dels grups de distribució líders del nord del mercat espanyol (des de Galícia fins a les Illes Balears) amb una quota de mercat del 12,32 % en aquesta zona, essent líder al País Basc, Navarra i Galícia, i colíder a les Illes Balears. La seva xarxa comercial omnicanal, en finalitzar el 2025, està formada per 1.508 establiments, entre supermercats, hipermercats, centres cash & carry i supermercats en línia, a més d'òptiques, botigues d'esport i altres activitats no alimentàries. Així mateix, compta amb més de 6 milions de socis clients i la seva plantilla està formada per més de 28.200 persones, de les quals més de 8.300 són sòcies propietàries.