

## **EROSKI EVITA O DESPERDICIO DE MÁIS DE 14.000 TONELADAS DE ALIMENTOS E REFORZA O SEU COMPROMISO COA SUSTENTABILIDADE**

- **Máis de 12.141 toneladas corresponden a produtos destinados ao consumo humano, equivalentes a 48 millóns de comidas.**
- **Estas accións permitiron aproveitar alimentos equivalentes a 26.610 familias durante seis meses.**
- **Doáronse un total de 378 toneladas de alimentos a entidades sociais para atender as necesidades de persoas en situación de vulnerabilidade.**
- **EROSKI impulsa a valorización de subprodutos orgánicos e a doazón de alimentos para animais como parte dun modelo de economía circular que reduce o impacto ambiental e reforza a sustentabilidade.**

**Elorrio, 28 de setembro de 2026.** – No marco da 9ª Semana contra o Desperdicio Alimentario liderada por AECOC, EROSKI reforza o seu compromiso coa loita contra o desperdicio alimentario tras evitar o desperdicio de máis de 14.000 toneladas de alimentos durante o primeiro semestre do exercicio 2026.

Do total, 12.141 toneladas corresponden a produtos destinados ao consumo humano, equivalentes a 48 millóns de comidas, que se estima que permitirían alimentar 26.610 familias durante seis meses. Este resultado é froito dunha estratexia que combina a comercialización de produtos con descontos especiais, as doazóns a entidades sociais, a colaboración con plataformas de aproveitamento alimentario e a optimización dos procesos de xestión na tenda.

Durante os seis primeiros meses do exercicio, EROSKI comercializou 11.546 toneladas de alimentos con descontos especiais, facilitando o seu consumo a prezos máis asequibles e evitando que se convertan en desperdicio. A esta iniciativa súmase a colaboración con Too Good To Go, a través da cal se entregaron 217.130 paquetes de produtos a prezos reducidos, ofrecendo á clientela unha alternativa para aproveitar alimentos en perfecto estado de consumo.

Así mesmo, a compañía doou 378 toneladas de alimentos a entidades sociais, contribuíndo a cubrir as necesidades alimentarias de persoas en situación de vulnerabilidade e reforzando o seu compromiso coa contorna.

---

**EROSKI – Responsable 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**

Segundo Cristina Rodríguez Domingo, responsable de Sustentabilidade do Grupo EROSKI: «En EROSKI traballamos para que cada alimento teña o máximo aproveitamento posible e para que ningún produto apto para o consumo se converta en desperdicio. Os resultados deste primeiro semestre reflicten o impacto dun modelo que combina a prevención, a comercialización con descontos, a doazón e a colaboración con iniciativas de aproveitamento alimentario. Ao mesmo tempo, cando un produto xa non pode destinarse ao consumo humano, buscamos novas vías para o seu aproveitamento, como a alimentación animal ou a valorización de subprodutos. Deste xeito, avanzamos cara a un modelo de economía circular que xera valor social e ambiental e nos permite seguir construíndo unha cadea alimentaria máis responsable e sustentable».

### **Un modelo integral de aproveitamento**

A estratexia de EROSKI fronte ao desperdicio alimentario abrangue toda a cadea de valor e busca dar unha segunda oportunidade aos produtos sempre que sexa posible. Cando os alimentos non poden destinarse ao consumo humano, a compañía traballa para atopar outras vías de aproveitamento que permitan evitar a súa conversión en residuo.

Neste sentido, durante o primeiro semestre do exercicio 2026, EROSKI evitou o desperdicio de 2.664 toneladas de produtos destinados á alimentación animal. Delas, doáronse 15 toneladas de alimentos a zoolóxicos e protectoras de animais, mentres que se destinaron 2.649 toneladas de subprodutos orgánicos á fabricación de pensos e fariñas de orixe animal.

Esta valorización permite reincorporar estes produtos a outros procesos produtivos e contribúe a un modelo de economía circular, reducindo a xeración de residuos e o impacto ambiental asociado ao desperdicio alimentario.

O conxunto destas actuacións reflicte o compromiso de EROSKI cun modelo de alimentación máis responsable, que aborda o desperdicio desde unha perspectiva ambiental, social e económica e busca maximizar o valor dos alimentos e produtos ao longo de toda a cadea.

Estas accións forman parte dos 5 Compromisos pola Saúde e a Sustentabilidade de EROSKI, folla de ruta que guía as súas decisións estratéxicas e que ten entre os seus principais piares a mellora da alimentación da sociedade, o apoio á contorna local e a protección do medio ambiente.

#### **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 12,32 % nesa zona. É líder no País Vasco, Navarra e Galicia, e colíder nas Illas Baleares. A súa

rede comercial omnicanle, a finais do 2025, suma 1.508 establecementos, entre supermercados, hipermercados, cash & carry e supermercados en liña, ademais de ópticas, tendas de deportes e outras actividades non alimentarias. Ademais, conta con máis de 6 millóns de socios clientes e máis de 28.200 persoas no seu cadro de persoal, das cales máis de 8.300 son socias propietarias.

---

**EROSKI – Responsable 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**