

Innovació aplicada a l'experiència de compra**EL GRUP EROSKI INCORPORA BIZUM PRESENCIAL COM A
NOVA FORMA DE PAGAMENT A LES SEVES BOTIGUES**

- El Grup es posa al capdavant de la distribució alimentària amb la incorporació d'aquesta nova modalitat de pagament digital a la botiga física.
- El servei, disponible exclusivament per al negoci alimentari, ha començat a implantar-se a Caprabo i s'estendrà progressivament a la resta de la xarxa comercial del Grup EROSKI.
- Amb aquesta iniciativa, el Grup EROSKI amplia les opcions de pagament de la seva clientela i respon a la demanda de noves solucions digitals, àgils i senzilles.

Elorrio, 20 d'octubre de 2026. – El Grup [EROSKI](#) fa un nou pas en la seva estratègia d'innovació aplicada a l'experiència de compra amb la incorporació de Bizum presencial com a nova modalitat de pagament als seus establiments d'alimentació. El servei ja està disponible a Caprabo, a Catalunya, i la seva extensió a la resta de la Península i a les Illes Balears es farà progressivament, d'acord amb la disponibilitat de Bizum presencial entre les diferents entitats bancàries.

Amb aquesta iniciativa, el Grup EROSKI se situa al capdavant de la innovació en mitjans de pagament dins del sector de la distribució alimentària, i respon a l'evolució dels hàbits de consum i a la creixent demanda de noves alternatives de pagament digitals, senzilles i àgils.

La incorporació de Bizum presencial amplia les possibilitats a disposició de la clientela en el moment de pagar la compra. El nou servei s'integra en el procés habitual de pagament sense modificar l'operativa del personal de caixa, de manera que és la mateixa persona consumidora qui pot triar el mètode de pagament digital que vol utilitzar.

Per poder utilitzar Bizum presencial caldrà que l'entitat bancària del client tingui habilitat aquest servei.

Innovació que respon a nous hàbits de consum

La implantació de Bizum presencial forma part de l'aposta del Grup EROSKI per incorporar solucions tecnològiques que aportin un valor tangible a la clientela i simplifiquin la seva experiència de compra. Una visió que situa les persones i les seves noves necessitats al centre de la transformació tecnològica de la companyia.

Aquesta filosofia està alineada amb l'estratègia d'innovació del Grup EROSKI, que concep la tecnologia no com un fi en si mateix, sinó com una eina que ha de generar un impacte real tant en l'experiència de compra com en el propi negoci.

«Els hàbits de compra i de pagament evolucionen ràpidament i el nostre objectiu és acompanyar la nostra clientela en aquesta transformació, incorporant solucions que facin el seu dia a dia més fàcil. Bizum presencial ens permet oferir una alternativa addicional, senzilla i adaptada a una realitat cada cop més digital, portant la innovació a un moment tan quotidià com el pagament de la compra», assenyala **Enrique Monzonis, director d'Innovació i Tecnologia del Grup EROSKI**.

«Per al Grup EROSKI, innovar significa identificar noves necessitats i convertir la tecnologia en solucions útils per a les persones. La incorporació de Bizum presencial respon precisament a aquesta filosofia: ampliar les possibilitats d'elecció de la nostra clientela i avançar cap a una experiència de compra cada cop més còmoda, àgil i senzilla», afegeix **Enrique Monzonis**.

Desplegament progressiu a la xarxa alimentària

En aquesta primera fase, Bizum presencial estarà vinculat exclusivament al negoci alimentari, sense incloure Forum Sport ni benzineres. La seva implantació ha començat a Caprabo, a Catalunya, i s'estendrà progressivament a la resta de la Península i a les Illes Balears, d'acord amb la disponibilitat del servei entre les diferents entitats bancàries.

Amb la incorporació d'aquesta nova modalitat de pagament, el Grup EROSKI continua avançant en la seva estratègia de transformació i innovació tecnològica. El 2025, la companyia va destinar 21,14 milions d'euros a projectes d'innovació i desenvolupament, un 35 % més que el 2024, amb iniciatives relacionades amb àmbits com la digitalització, la intel·ligència artificial, l'automatització i la millora de l'experiència de compra.

Aquesta aposta forma part d'un procés de transformació tecnològica més ampli, al qual el Grup EROSKI preveu destinar més de 100 milions d'euros entre el 2024 i el 2026, amb focus en l'automatització, la digitalització i l'ús avançat de les dades.

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.