



2021
MEMÒRIA CORPORATIVA

**Avancem
amb tu**



EROSKI

contigo



Per a més dades, accedeix al
Estat de la Informació
No Financera (EINF)

Índex

1. Cultura EROSKI	8
2. Model de negoci compromès amb tu	11
3. Compromís EROSKI	16
3.1. Compromís amb la qualitat i la salut	18
3.1.1. Millora nutricional del producte	18
3.1.2. Informació sobre equilibri nutricional / Nutri-Score	19
3.1.3. Projecte informatiu CONSUMER EROSKI	20
3.1.4. Hàbits saludables des de la infància	21
3.2. Compromís amb la sostenibilitat ambiental	22
3.2.1. EROSKI 2050: neutralitat en carboni	22
3.2.2. Compromís des de l'origen: productes més sostenibles	23
El millor envàs per al millor producte	24
3.2.3. Gestió circular dels residus	25
3.3. Compromís amb l'entorn local	26
3.3.1. Creixem amb l'entorn local	26
3.3.2. Compromís amb els productors	27
3.3.3. Suport i promoció del producte local	28
3.3.4. En benefici del nostre entorn	29
3.4. Compromís amb la societat	30
3.4.1. Contribució social	30
3.4.2. Primer any de Céntimos Solidarios	31
3.4.3. Crida solidària 2022	32
4. Persones EROSKI: cultura de compromís	33
4.1. Desenvolupament de talent	36
4.2. Igualtat i diversitat	37
4.3. Conciliació	37
5. Informació financera	38



Agustín Markaide, President d'EROSKI

Comença una nova etapa, per reforçar i avançar en el projecte EROSKI

2021 ha estat, com el 2020, un any en què els plans no han estat una guia d'actuació útil. I tot porta a pensar que el 2022 mantindrà aquest perfil. La perícia dels gestors i professionals ha hagut de donar resposta a la successió de canvis, en molts casos inversos als que s'havien produït dotze mesos abans, i haig de dir que el resultat obtingut per Eroski ha estat molt positiu tant en els assoliments propis com en l'aportació a la societat.

Efectivament, EROSKI ha arribat al final d'una època i n'està iniciant una altra. La situació econòmica s'ha consolidat de manera contínua i l'exercici 2021 mostra un dels millors resultats bruts de l'última dècada. D'altra banda, la situació financera també ha evolucionat favorablement i el balanç al tancament de l'exercici mostra un deute bancari inferior als 1.000 milions d'euros. Empecem una nova etapa amb la mirada renovada i amb més possibilitats d'actuació. Una etapa en la qual ens proposem reforçar les bases de la nostra activitat i avançar-ne amb fermesa en el desenvolupament.

2021: cap a la normalitat postpandèmia

Per al negoci alimentari, el 2021 ha caminat cap a una normalitat que avui s'anhela i s'ambiciona socialment. Encara sota els efectes de la pandèmia, hem millorat les nostres vendes en una mica més d'un punt sobre 2019. Aquest curs, les empreses de distribució minorista d'alimentació hem retornat a altres sectors part de la quota que havíem mantingut el 2020 i, per tant, hem constatat una reducció del mercat. Així i tot, hem consolidat algunes pràctiques i tendències que veníem observant, com ara l'augment del canal en línia o l'aposta pel producte local.

Però amb un incert futur pròxim

La tragèdia de l'inici d'una guerra a Ucraïna, a Europa, afectarà directament milions de persones i hauré d'estar atents a prestar l'atenció i el suport social necessaris. A més, les tendències inflacionistes, que ja existien amb anterioritat al conflicte bèl·lic, s'aguditzen i afectaran a tots els integrants de la cadena de valor alimentària i, en última instància, a la població en general. Hem de tractar d'esmortir els efectes de la inflació sobre el consumidor mitjançant la millora de l'eficiència en els nostres processos interns. No obstant això, igualment tenim una responsabilitat envers les baules anteriors, les empreses i les explotacions, que estan també sotmeses a aquestes pressions inflacionistes i que han de poder traslladar-les als preus de venda per poder sostenir l'activitat. El nou equilibri que aconseguim a la cadena de valor haurà de respondre a totes les necessitats en joc, entre les quals, les d'una ciutadania que veurà amenaçada la seva capacitat adquisitiva i reaccionarà davant els qui no ho facin bé.

L'expansió adquireix ritme

El ritme d'expansió amb noves botigues comença a ser més actiu: hem obert o ampliat quinze botigues pròpies mentre que les renovacions han ascendit a 141 botigues. Totes a la zona nord d'Espanya, aquella que definim com a zona prioritària d'actuació i que abasta una ampla franja que va des de Galícia fins a les Illes Balears. I totes aplicant elevats estàndards de sostenibilitat.

A més, cal sumar-hi les 65 noves franquícies, entre les quals el format de ultraproximitat, Rapid, ha experimentat un creixement important

La incorporació de EP Corporate Group com a soci en Supratuc ens permet reforçar el futur del projecte a Balears i Catalunya i, en els pròxims mesos, això tindrà reflex en l'actuació comercial.

Cap a una alimentació més saludable i sostenible

La salut, el medi ambient i el compromís social són tres eixos sense els quals seria molt difícil entendre la manera de fer empresa que tenim a EROSKI.

Des que el 2018 ens marquem el nostre full de ruta cap a un entorn més saludable i sostenible a través dels nostres 10 Compromisos, cada any és un repte. Aquests últims dotze mesos hem constatat que els hàbits de compra dels nostres clients han millorat des de la introducció de l'etiqueta nutricional Nutri-Score. La millora nutricional dels nostres productes és essencial per propiciar hàbits més saludables. Per això hem alliberat de greix de palma tots els nostres productes de marca pròpia en el que ha estat un excel·lent exemple de col·laboració amb els nostres proveïdors d'alimentació.

Com sabeu, la protecció de la salut ha estat l'assumpte estrella en els últims 2 anys, però aquesta realitat no ha ocultat altres reptes socials que ara es recuperen amb força. Per exemple, la descarbonització, a favor de la qual s'ha compromès EROSKI amb la confirmació que serà neutra en emissions de carboni el 2050.

El debat i la construcció social a les quals EROSKI s'uneix contribuint de manera explícita a la consecució dels Objectius de Desenvolupament Sostenible són propòsit comú amb les nostres sòcies i els nostres socis client. Només així s'entén la resposta que ens han ofert en l'elaboració del nostre Pla Solidaritat 2022. Més de 12.400 clients ens han ajudat a triar les causes socials en les quals serem actius enguany. Gràcies a les aportacions dels clients i a les d'EROSKI hem destinat més de 13 milions d'euros a diferents causes socials per combatre la desigualtat, ajudar els qui més ho necessiten i evitar el malafament alimentari.

L'enorme compromís de les persones d'EROSKI

Els treballadors d'EROSKI hem viscut un temps difícil i exigent. Les persones d'EROSKI hem respost davant la societat amb qualitat i amb calidesa. L'agraïment dels clients ha estat rotund i ens sentim orgullosos per formar part d'aquest magnífic equip.

El nostre projecte cooperatiu s'ha enfortit aquests anys, hem incorporat nous socis que seran 2.000 en els pròxims cinc anys. Encarnaran el mateix esperit al servei de les necessitats de la ciutadania.

Nova època. Nous lideratges

Iniciem una nova etapa amb nous lideratges. Rosa Carabel, Directora General d'EROSKI, és a qui correspondrà la responsabilitat de liderar la nova etapa amb el propòsit de reforçar els fonaments i avançar en els propòsits del projecte. No tinc dubte que, sota la seva direcció, l'ànima de l'organització continuarà treballant al servei de la missió i l'estratègia d'aquest projecte empresarial cooperatiu que busca millorar la salut dels consumidors i la sostenibilitat dels nostres actes i els de tota la cadena de valor.



Leire Mugerza, Presidenta del Consell Rector d'EROSKI

Ja som aquí. Una frase que tanca molts significats en aquests incerts temps. És una incertesa que no enfonsa les seves arrels en elements interns, sinó que obeeix a causes externes: una pandèmia, la inflació, una guerra a Europa... És una incertesa que ens obliga a repensar les nostres prioritats. La inquietud i el sofriment de la societat no ens resulten alienes a les empreses. Hem de ser part activa de la solució.

La Corporació Mondragón utilitza un lema que fem propi també les seves cooperatives: Humanity at work. Mai hi ha hagut millor aplicació possible que aquests dos últims anys. Les persones que fem EROSKI hem donat el millor per acompanyar a la societat en aquest període. Amb tensió, però amb ànima. Ja som aquí. O estem arribant, perquè continuarem atents al rumb que prengui la guerra a Ucraïna i actuarem per esmorteir-ne els efectes en el pla humà.

Hem arribat a milers de persones necessitades

Aquest 2021 hem arribat a moltes més persones a través de milers de petites aportacions. És gairebé màgic aconseguir tal nivell de capilaritat social: des d'EROSKI i des dels nostres clients hem fet costat a més de 435.000 persones a través de 260 entitats socials.

Aquesta màgia l'ha possibilitat, entre d'altres, el programa Cèntims Solidaris on hem aconseguit més de 14 milions de donacions. No només això: 12.400 clients han triat les causes socials a les quals destinarem els nostres recursos gràcies al treball d'escolta activa que hem desenvolupat amb tots en l'últim trimestre del 2021.

Però, a més, contribuïm a través d'altres programes com ara el Malbaratament Zero, per mitigar el balafament alimentari, i col·laborem amb centenars d'organitzacions com ara els bancs d'aliments en la construcció d'una societat més justa i sostenible.

Hem arribat a un consumidor millor informat

El consumidor és la nostra raó de ser com a cooperativa de consum. Estem convençuts que un consumidor millor format i informat prendrà millors decisions que afectaran de manera positiva a la seva salut. Teníem això en ment quan el 2019 vam ser la primera empresa en la distribució espanyola a introduir l'etiquetatge frontal Nutri-Score, que s'afegia al Semàfor Nutricional ja incorporat fa més d'una dècada. Les dades de l'anàlisi publicada a la revista Consumer del mes de juliol mostren clarament que el consumidor queda influït de manera positiva per la informació que li aportem. També som aquí.

Gràcies a un esforç compartit

L'any 2021, a més, ha estat per a EROSKI el de l'inici d'una nova etapa. Un naixement impensable sense la implicació de tot el col·lectiu social i, sobretot, sense el seu sacrifici, treball i dedicació. Les decisions que hem pres ens han permès, avui, transformar el Grup. Gràcies a ells i elles hem arribat.

I ara ens toca avançar per enfortir aquesta nova etapa

Sabem que la força del cooperativisme es fonamenta en la solidaritat de molts, que es nodreix de l'esforç, la tenacitat i el coneixement dels individus. Excel·lents individualitats, que sumen, i això fa que la força es multipliqui. Ho hem experimentat. La diferència en un projecte com EROSKI, no només radica a tenir un bon líder, sinó en què sigui un bon líder cooperatiu, i això també ho hem compartit. Gràcies, Agustin Markaide, per compartir una manera de fer empresa, una empresa de distribució, però amb una permanent adequació del propòsit.

Iniciem la nova etapa amb la mirada renovada, amb Rosa Carabel, mantenint la Missió d'aquest projecte cooperatiu. Continuarem avançant en pro de la salut dels consumidors i en la sostenibilitat del nostre entorn, en el nostre projecte EROSKI, amb tu.

Amb tu durant tot el 2021

02
Febrer

> Nou consell de direcció

Amb Rosa Carabel com a Directora General, Javier Amezaga com a Director Corporatiu i la incorporació de José Ramón Anduaga, Director Econòmic Financer; Alberto Madariaga, Director d'Operacions; Enrique Monzonis, Director d'Innovació, Transformació Digital i TIC. Javier España Director de Desenvolupament. Completen el consell de direcció el President, Agustín Markaide; Eva Ugarte, Directora de Màrqueting Estratègic i Client; Iñigo Eizaguirre, Director de l'Àrea Social i Beatriz Santos, Directora Comercial.



Agustín Markaide



Rosa Carabel



José Ramón Anduaga



Alberto Madariaga



Enrique Monzonis



Javier España



Eva Ugarte



Iñigo Eizaguirre



Beatriz Santos



Javier Amezaga

> Lliurament d'1.000.000 màscares

A més de 10.000 famílies a través de 70 entitats públiques i socials.

03
Març

> Premi a la innovació de l'Observatori d'Innovació en Gran Consum

Reconeixement a les Declaracions ambientals de productes de marques pròpies per part del Institut Cerdà.



04
Abril

> Nou soci a Catalunya i a les Illes Balears

Acord per a la incorporació de EP Bidco com a soci en Supratuc2020 per a Catalunya i les Illes Balears.

05
Maig

> Nova planta en Júndiz

Inauguració de la planta de Jundiz, més sostenible i amb certificat LEED Gold que suposa el redisseny del mapa de plataformes de producte fresc al nord d'Espanya.



Amb tu durant tot el 2021

06
Juny

> Assemblea General 2021

EROSKI reforça el seu projecte cooperatiu i anuncia la incorporació de 2.000 persones sòcies de treball en els pròxims 5 anys.



07
Juliol

> Compromís de neutralitat el 2050

EROSKI anuncia el seu compromís per ser neutra en emissions de carboni el 2050.

2050 Neutres en emissions 

> Producte local

Signatura de l'acord amb el Govern d'Aragó per promoció el producte local.



08
Agost

> Escolta solidària

Crida Solidària a entitats socials per presentar projectes i les persones sòcies i clientela per triar-los.



09
Setembre

> Compromesos amb l'alimentació saludable



EROSKI culmina l'eliminació del greix de palma de tots els seus productes de marca pròpia i el substitueix per opcions més saludables.



10
Octubre

> Solidaritat amb La Palma

EROSKI llança una campanya a favor de les persones damnificades per l'erupció del Cumbre Vieja a La Palma.



11
Novembre

> Accelerem el nostre creixement



EROSKI creix en la zona Nord i inaugura botigues a Galícia, al País Basc, a les Illes Balears i a Catalunya.



12
Desembre

> Bolcats amb el client

L'organització es posa al servei de les botigues per combatre les baixes per Ómicron i garantir-ne el servei a la clientela.

01
Gener

> Compromís social

La Fundació EROSKI presenta el seu Informe sobre la situació de l'Obesitat Infantil a Espanya.



Les xifres de 2021



5.116

milions d'euros de facturació



17

milions de menjars donats amb el programa Malbaratament Zero



4.541

milions d'euros de vendes netes en distribució



43.918

tones de residus reciclades o valorades seguint els principis de l'economia circular



1.646

establiments



9.800

proveïdors



77

noves obertures



2.152

petits productors locals



6 +

milions de socis client



21.574

productes locals



28.353

persones treballadores



2.700

productes sense glúten a les nostres botigues



3.627

ocupacions estimades en franquícies



Premis

- Comerç de l'Any
- Atenció al Client
- Premi a la Sostenibilitat de la Franquícia (CAPRABO)



74%

llocs de responsabilitat coberts per dones



22.906

anàlisi de productes i auditories a botigues, plataformes i plantes de producció de proveïdors



550.093

consultes ateses pel nostre Servei d'Atenció al Client



126.839

escolars formats en el Programa Educatiu en Alimentació i Hàbits Saludables



152.000

socis client que han participat amb les seves idees per a la millora de la nostra oferta comercial i les nostres botigues



Nutri-Score 100%

implementat en marca pròpia



Cultura EROSKI

1 Cultura EROSKI

La cultura EROSKI guia les nostres actuacions amb base en la responsabilitat i l'honestedat per donar resposta a les demandes i complir les expectatives de totes les parts interessades



Missió

Som un grup de distribució de productes i serveis de gran consum, configurat en règim cooperatiu, i volem ser distingits per:

- 1 L'elevat compromís i la implicació de les persones que la componen.
- 2 Presentar unes botigues acollidores, saludables i en innovació permanent.
- 3 Obtindre els beneficis que ens permetin generar més riquesa i fer-ne una distribució en règim de solidaritat.
- 4 Integrar en l'estratègia un ferm compromís amb la salut i el benestar de les persones consumidores i amb el desenvolupament sostenible de la societat.



Visió

Ser la botiga preferida pels consumidors i consumidores per comprar.



Valors

1 Cooperació:

Els persones treballadores són protagonistes en EROSKI. No només en la cooperativa, on són també propietaris i propietàries, sinó també en totes les societats, mitjançant el seu compromís amb l'organització.

2 Participació:

Incorporem l'opinió dels consumidors i de les consumidores en la nostra estratègia a través de la seva participació en la cooperativa i de l'escolta activa de la nostra clientela.

3 Responsabilitat social:

Contribuïm al benestar de la comunitat en la qual actuem, de manera que n'incidim en el desenvolupament social, cultural i econòmic mitjançant la distribució social de la riquesa.

4 Innovació:

Creiem que la renovació permanent en qualsevol àmbit de la nostra actuació és necessària per al progrés empresarial i per adaptar-nos a les expectatives que la nostra activitat genera en la societat i en les persones consumidores.

5 Compromís:

Integrem en el nostre dia a dia la defensa de la salut i seguretat de la societat a través d'una oferta de productes sans, segurs i sostenibles, mitjançant una informació transparent, útil i completa. Alhora, treballem per reduir els impactes ambientals negatius que genera la nostra activitat.



Gestió COVID-19

La COVID-19 ha plantejant reptes cada dia el 2021. Per això, hem reforçat les mesures de seguretat a les botigues per garantir un **entorn de treball segur per a les persones treballadores d'EROSKI i establiments segurs per a la nostra clientela.**

L'evolució de la pandèmia ens ha permès readaptar les mesures de seguretat, de manera que hem facilitat la labor dels treballadors i de les treballadores i l'activitat de la nostra clientela. No obstant això, la nova

variant Òmicron va suposar un repte pel fort impacte que va tenir amb la seva arribada i l'alta capacitat de contagi. Això ens va obligar a reforçar els equips de treball i d'atenció presencial perquè ni el tracte ni el servei al client es ressentissin. Sempre respectant l'estat de salut de persones que fem EROSKI i les mesures de prevenció i seguretat.

“ 2021 també ha estat un any difícil, però l'hem resolt gràcies a la potència i resiliència de l'equip ”

“ Hem après que som capaços d'afrontar situacions complicades a base de treball i capacitat d'adaptació. La solidaritat en EROSKI existeix cap a fora i cap a dins: en la sisena onada, l'organització es va bolcar amb les botigues ”



Rosa Carabel
Directora General



Iñigo Eizaguirre
Director de l'Àrea Social

2

Model de negoci compromès amb tu

2 Model de negoci compromès amb tu

Xarxa de botigues

El nostre model de negoci multiformat ens permet respondre a les necessitats dels clients i de les clientes a través d'una àmplia gamma d'ensenyes que inclouen hipermercats, supermercats, agències de viatges, botigues d'oci i temps lliure, gasolineres i òptiques.

Gràcies al nostre dinamisme, la xarxa comercial, diversificada i eficient, disposa, el 2021, d'una superfície física de 1,18 milions de m² repartida en 1.646 establiments. Així, hem pogut ampliar la nostra presència

a tot el territori nacional i hem complert amb un dels nostres objectius principals: créixer i consolidar-nos a la zona nord d'Espanya, la nostra zona de referència:

77

noves botigues

Franquícies

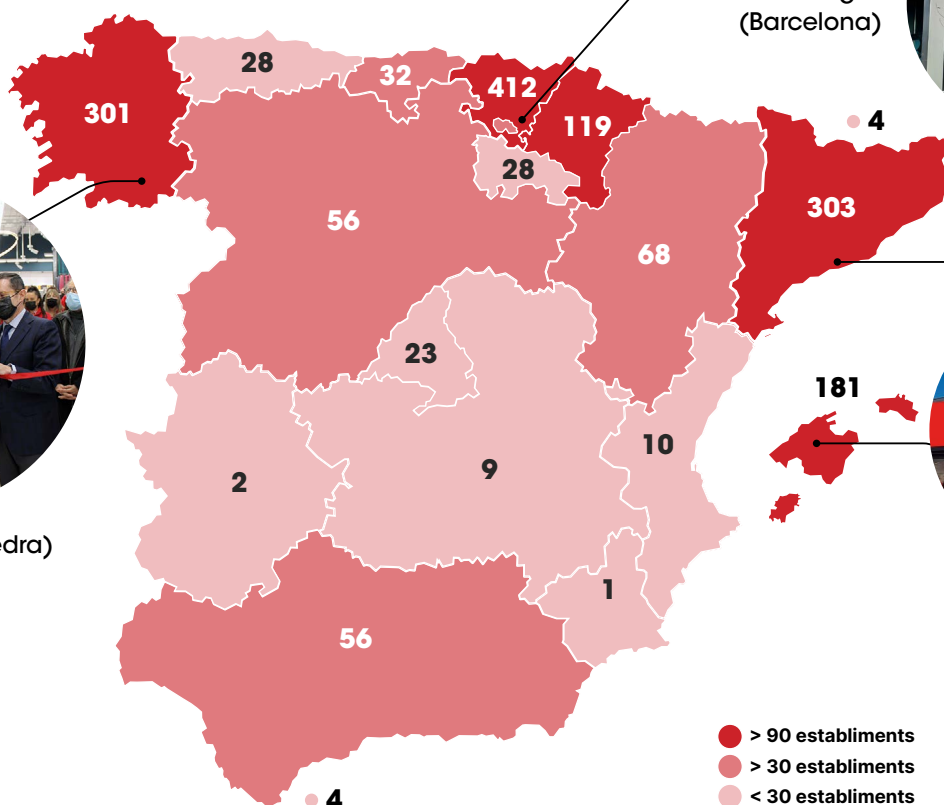
65
inauguracions

577
supermercats

Distribució dels establiments físics per Comunitat Autònoma



A Barca (Pontevedra)



Lakua-Arriaga
Vitòria-Gasteiz
(Àlaba)



Sitges
(Barcelona)



Inca (Mallorca)

● > 90 establiments
● > 30 establiments
● < 30 establiments

Ensenyes i negocis

	Ensenya	2021		
		Total	Pròpies	Franquícies
Negocis d'alimentació	EROSKI (Hipermercats)	36	36	0
	EROSKI City*	599	309	290
	CAPRABO	296	210	86
	EROSKI Center	166	164	2
	ALIPROX	106	0	106
	FAMÍLIA	75	75	0
	ONDA	48	0	48
	RAPID	46	1	45
	Cash&Carry	18	18	0
Negocis de diversificació	Gasolineres	38	38	0
	Òptiques	11	11	0
	Agències de viatges	130	106	24
	Botigues de material esportiu FORUM SPORT	68	67	1
	Botigues en línia	9	9	0

*La xifra d'EROSKI/City inclou els establiments MERCA, que es presentava desglossada en anys anteriors.

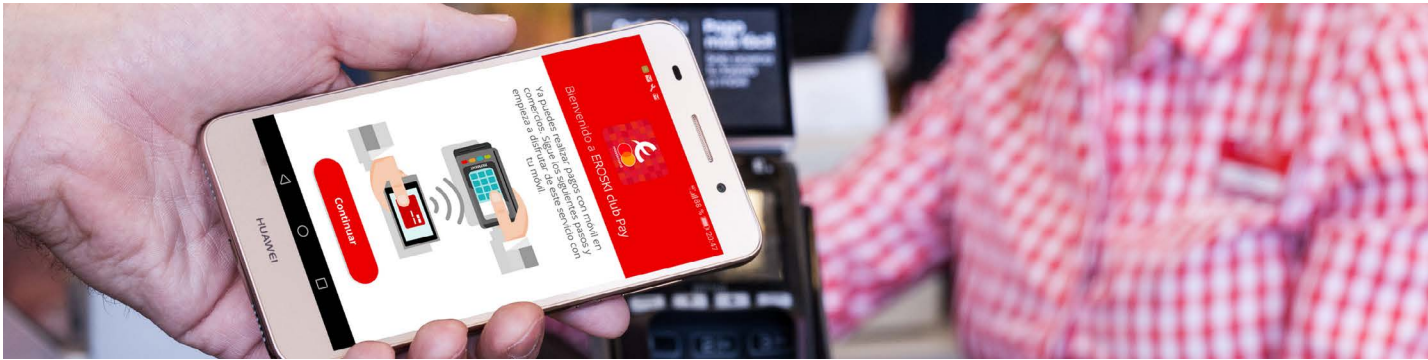
TOTAL
1.646
Botigues

TOTAL
1.044
Pròpies

TOTAL
602
Franquícies

La nostra marca pròpia és la plasmació de tots els nostres valors al servei del client a través del producte. Qualitat i bon preu. Innovació i assortiment.

Marca	Número referències	Descripció marca
	EROSKI SeleQTia 219	El millor del millor Excel·lent qualitat a bon preu
	EROSKI 2.164	La millor oferta qualitat-preu
	EROSKI Natur 430	Gust responsable
	EROSKI Bio i EROSKI Eco 95	Nova marca amb certificació ecològica
	belle 424	Cosmètica, higiene i cura personal sense parabéns ni triclosan
	EROSKI Basic 214	Productes del dia a dia al millor preu
	Vistiplau 1.146	Roba i calçat de qualitat i bon preu
	Romester 79	Equipament esportiu de qualitat i bon preu
	Ecron 41	Electrònica i electrodomèstics de qualitat al millor preu



Enfortim la nostra posició omnicanal

L'any 2021 ha suposat un pas més en la consolidació de l'estratègia omnicanal del Grup, especialment, EROSKI Online. El canvi d'hàbits en la societat espanyola ha impulsat l'entorn digital, la qual cosa ha consolidat el nostre negoci en línia i **ha doblat els resultats respecte a xifres pre pandèmia**.



8M

Milions de visites durant el 2021



capraboacasa.com



Capraboacasa: franges de lliurament d'1 hora i des de les 7.00 a.m. per als clients de l'àrea metropolitana de Barcelona

“ Els clients han provat nostre servei i s'han quedat amb nosaltres, per servei i facilitats ”



Olga Eguizabal
Responsable del Negoci en línia d'EROSKI



App EROSKI

Com a part de l'aposta d'EROSKI per la transformació digital hem enfortit i millorat la usabilitat de la nostra aplicació mòbil, que permet agilitar el procés de compra en línia i proporciona avantatges exclusius als qui en fan ús. El 2021:



154% Augment d'usuaris



700.000 Nous usuaris

Omnicanalitat en expansió

Més enllà de l'entorn digital, la clientela ha apostat per altres maneres de relacionar-se amb nosaltres. L'oferta completa d'EROSKI per la omnicanalitat implica altres elements com ara: Click&Drive, Click&Collect i les taquilles intel·ligents.

Click&Drive

9 Punts

Click&Collect

11 Punts

Taquilles intel·ligents

3

Premis Comerç de l'Any

Per 5é any consecutiu hem estat reconeguts amb el guardó WebShop de l'Any dins de la categoria de Supermercat en línia en els Premis Comerç de l'Any. També hem estat triats per els consumidors i les consumidoras com la millor proposta en les categories de Supermercats de Proximitat, Satisfacció al client.

Eficiència en operacions

EROSKI persegueix incrementar l'eficiència en els processos i en la logística per poder traslladar estalvi a la clientela. Les eines per aconseguir-ho passen per la innovació i la millora de la tecnologia.

Logística eficient

A EROSKI estem millorant l'eficiència en la cadena de valor a través d'una xarxa de plataformes i transport ajustada i competitiva amb solucions avançades per impulsar la nostra competitivitat. A la modernització de la logística per a productes peribles, se sumen instal·lacions més respectuoses amb el medi ambient, l'actualització de la tecnologia amb cambres frigorífiques més eficients i l'increment del confort i de la seguretat laboral de l'equip humà que treballa en la plataforma. És el cas de la nova plataforma de Júndiz i de la plataforma ZAL de Caprabo que han estat dissenyades atenent les normes i els requisits de la prestigiosa certificació mediambiental internacional Leed Gold.



33 Plataformes logístiques per al subministrament a tots els establiments del Grup

Més de
337.000 m²

de superfície de magatzem,
des d'on distribuïm fins a

1.000.000
de caixes diàriament.

“ El nostre objectiu ha estat millorar l'eficiència dels processos en la cadena de valor: en punts de venda, subministrament i logística, optimització de consums i aprovisionament ”



Alberto Madariaga
Director d'Operacions
d'EROSKI



Innovació per ser la botiga preferida

Per a EROSKI, la innovació ha d'implicar una millora en la relació amb el client. Això ha de servir-nos per satisfer-lo i ser la seva botiga preferida

“ A EROSKI innovem cada dia per oferir a cada client la proposta més atractiva i personalitzada. Ens basem en la gestió de la dada i la Intel·ligència Artificial per prendre decisions més eficients i millorar l'experiència de compra ”



Enrique Monzonis
Director d'Innovació, de
Transformació Digital i
de TIC d'EROSKI



3

Compromís Eroski

3 Compromís Eroski

“2021 ha estat un any intens. Hem treballat per redoblar els esforços a desenvolupar el que més ens caracteritza, els nostres 10 Compromisos en Salut i Sostenibilitat”



Alejandro Martínez Berriochoa
Director de Salut i Sostenibilitat



► Avancem en els nostres 10 Compromisos per la Salut i la Sostenibilitat

1



Ens impliquem amb la seguretat alimentària

2



Promovem una alimentació equilibrada

3



Prevenim l'obesitat infantil

4



Atenem les necessitats nutricionals específiques

5



Afavorim un consum responsable

6



Oferim més productes locals

7



Facilem menjar bé a bon preu

8



Actuem des de l'escolta, amb claredat i transparència

9



Ens cuidem com a treballadors i treballadores

10



Impulsem un estil de vida més saludable



Més informació
sobre salut en el EINF



3.1 Compromisos amb la qualitat i salut

El Model de Gestió de Qualitat del Grup EROSKI és el procés clau per garantir un producte segur per al client. S'estructura en un conjunt de normes, de processos, d'eines i de definicions, que, relacionats entre elles al llarg de tota la cadena de valor,

garanteixen que els productes que comercialitzem compleixin amb totes les garanties en matèria de seguretat alimentària.



El 2021 s'han dut a terme:

938 auditories de qualitat en els nostres punts de venda i plataformes logístiques

343 auditories en plantes de producció de proveïdors de marca pròpia

46 auditories de plantes de producció de proveïdors d'altres marques



En total, hem desenvolupat

22.906
controls analítics

tant químics, microbiològics com genètics

3.1.1 Millora nutricional del producte

El compromís d'EROSKI amb la salut alimentària va més enllà de la comprovació de la qualitat i ens porta a estudiar-ne la composició per **millorar el seu perfil nutricional**.

El 2021 hem culminat l'eliminació del greix de palma de tots els nostres productes de marca pròpia. En total, 308 productes han estat reformulats amb solucions alternatives més saludables com l'oli de gira-sol.

► **L'assortiment total de productes millorats nutricionalment es compon de:**



106
productes baixos en greix



30
baixos en sal



66
baixos en sucres



103
alts en fibra

3.1.2 Informació sobre equilibri nutricional / Nutri-Score

El nostre afany per promoure uns hàbits alimentaris responsables i saludables ens va portar el 2018 a ser els pioners en la implementació de l'etiquetatge Nutri-Score en productes de marca pròpia.

Tres anys més tard ens hem convertit en la primera empresa de distribució a Espanya a incorporar l'etiquetatge Nutri-Score en tots els nostres productes de marca pròpia.

A més, enguany hem publicat l'anàlisi desenvolupada després de més de dos anys d'implantació de l'etiquetatge nutricional. La mostra observa l'evolució de les vendes d'aproximadament 2.000

productes en més de 1.300 punts de venda i constata que Nutri-Score influeix favorablement en l'elecció de productes d'alimentació envasada més saludables, sense que hi hagi reculada en les categories de producte fresc.

Dins de la mateixa categoria
de productes, el consumidor
opta per la més saludable

Què és Nutri-Score?

L'etiquetatge Nutri-Score, que compta amb la validació del Ministeri de Consum, és un gràfic o semàfor que classifica els aliments envasats amb cinc lletres associades a cinc colors segons la composició nutricional, de la A verd fosc i la B verda clar (per als més saludables) a la D taronja i l'E vermella (per als de menor qualitat nutricional), passant pels C de color groc, en una posició intermèdia. La lletra de cada producte es calcula amb un algorisme confirmat per nombrosa literatura científica, que considera negativament el seu contingut en calories, sucres, greixos saturats i sal, i positivament la seva quantitat de fibra, proteïnes, fruita i verdura, fruita seca, llegums i oli d'oliva, sempre per cada 100 grams de producte.



3.1.3 Projecte informatiu CONSUMER EROSKI

En la nostra obstinació per promoure la divulgació d'informació alimentària, el 1974 vam posar en marxa CONSUMER EROSKI, un projecte informatiu dirigit als consumidors i a les consumidoras d'una manera independent, veraç, amena i pràctica sobre hàbits de vida quotidiana.

Gràcies a aquesta publicació en castellà, català, basc i gallec arribem a milions de persones (obtenim 50 milions de visites en l'edició digital). El 2021 la versió impresa ha arribat a 317.025 persones cada mes.

Els onze números publicats el 2021 han permès als nostres consumidors i a les nostres consumidoras aprofundir el seu coneixement sobre alimentació, seguretat alimentària i salut, medi ambient, solidaritat, mascotes, món bebè o estalvi i economia domèstica.

En concret, el 2021 ha ocupat un paper especial l'obesitat infantil, entorn de la qual CONSUMER EROSKI va desenvolupar un estudi per conèixer-ne l'estat en la població infantil espanyola a partir de dades públiques.

Conclusions de l'informe

- **Múrcia (40%), Canàries (35,5%) i Andalusia (33,4%)** són les comunitats amb major taxa de sobrepès i obesitat infantil.
- **A Navarra**, per contra, només el 1,4% dels menors pateix obesitat i el 15% algun tipus de sobrepès.
- **País Basc i La Rioja** són les comunitats que obtenen millors notes en hàbits alimentosos.
- **Navarra** destaca pel baix consum de dolços i refrescos, i **Asturies i Aragó**, per superar la mitjana de consum de fruites diàries.
- En l'altre extrem, **Canàries, Balears i Catalunya** són les regions on menys fruita es consumeix.
- **Andalusia, Castella-la Manxa i Extremadura** destaquen per la notable ingesta de dolços i refrescos.

La revista es publica en 4 idiomes: castellà, gallec, basc i català; **317.025 lectors al mes i 50 milions de visites en línia.**

Accedeix a l'informe



Todos somos responsables

Obesidad infantil UN PROBLEMA DE MAYORES

El síndrome de la población infantil se ha duplicado en los últimos 35 años. Concretamente, un grave problema de salud pública. De ahí la importancia de conocer sus causas de desarrollo y la manera como actuar para su prevención. En este sentido, el informe de CONSUMER EROSKI sobre obesidad infantil, publicado en los últimos meses de 2021, ofrece una visión global de la situación actual de la obesidad infantil en España, así como una serie de recomendaciones para actuar sobre ella.

Informe sobre la obesidad infantil en España 2021



Consumer EROSKI

3.1.4 Hàbits saludables des de la infància

Per a EROSKI, l'educació és una eina clau per promoure el canvi cap a una alimentació més saludable i responsable. Per això, EROSKI posa a la disposició dels nens i de les nenes eines formatives per conscienciar-los sobre les seves decisions alimentàries d'una manera divertida.

Així va néixer el Programa Educatiu en Alimentació i Hàbits Saludables (PEAHS) del Grup EROSKI, destinat a fomentar uns hàbits saludables en la població infantil.

Durant el curs 2021/2022

han participat en els PEAHS un total de
129.839 estudiants de 1.616 col·legis



Imagine Food

- Quarta edició del concurs Imagini Food per provocar l'interès dels escolars sobre la importància d'una dieta equilibrada. Nens i nenes d'entre els 6 i 12 anys van enviar els seus dibuixos sobre dietes saludables, els quals van ser valorats per un jurat del Basque Culinary Center.



Tria Bo, Tria Sa, de CAPRABO

Aquest programa, posat en marxa el 2008 i disponible en format presencial i en línia, cerca ensenyar els nens i les nenes, incloent-hi els de 2 i 3 anys, a alimentar-se de manera saludable i fomentar uns hàbits d'alimentació equilibrada, acompanyats d'una persona professional de la nutrició, a més de conscienciar sobre el desenvolupament sostenible, el consum responsable o fam zero, entre d'altres.



Programes educatius de VEGALSA-EROSKI

Inclou programes com ara:

- **Mates al teu Súper,** per aprendre a fer la compra.
- **Alleugereix la teva Vida:** liderat per la Societat Espanyola per a l'Estudi de l'Obesitat (SEEDO).
- **Menja Saborós, Viu Sa** : que s'emmarca dins del projecte nacional Prevenció de l'Obesitat.



Més informació
sobre sostenibilitat ambiental
en el EINF



3.2 Compromís amb la sostenibilitat ambiental

La societat considera que és necessari posar solucions als problemes mediambientals de manera urgent. Per respondre a aquesta demanda, a EROSKI treballem per garantir el compliment de la legislació aplicable en la matèria en tots els àmbits d'actuació, però, a més, afegim un continu esforç per millorar en la identificació, caracterització i minimització dels principals impactes negatius, així com en l'optimització dels impactes positius que la nostra activitat té en el medi ambient.

3.2.1 EROSKI 2050: neutralitat en carboni

El 2021 hem redoblat els nostres esforços amb un nou i ambiciós compromís en el marc de la lluita contra el canvi climàtic. **Des d'EROSKI ens hem compromès a ser una empresa amb zero emissions netes de gasos d'efecte d'hivernacle el 2050.**

Aquest compromís s'emmarca en la nostra adhesió al Codi de Conducta Responsable per a Pràctiques de Màrqueting i Negocis Alimentaris presentat per la Unió Europea a Brussel·les i suposa l'enfortiment dels nostres 10 Compromisos en Salut i Sostenibilitat, que ens marquem el 2018 i que inclouen:

- 1 **Reduir un 25% les nostres emissions de CO₂** per a 2025 millorant l'eficiència dels nostres equips i processos i augmentant l'ús d'energies renovables.
- 2 **Reduir un 20% les tones d'envasos de plàstic convencional** que comercialitzem el 2025 i així reduir la possible contribució a la contaminació del medi marí i terrestre.
- 3 Orientar els nostres processos cap al **malbaratament zero** per a generar un impacte ambiental i social positiu.
- 4 Orientar els nostres processos cap a un model d'economia circular amb l'ecodisseny dels nostres envasos perquè siguin **100% reciclables el 2025**.
- 5 Potenciar els productes més respectuosos amb el medi ambient i els animals i **exigir certificacions ambientals en els productes EROSKI Natur**, i així ampliar la gamma de productes ecològics o amb segells de benestar animal i impulsar la millora ambiental dels processos dels proveïdors.

Nou model energètic a les botigues físiques

Al novembre de 2021 EROSKI va inaugurar el supermercat Lakua-Arriaga, vaixell insígnia de la transició energètica del Grup cap al nou model de botigues físiques dissenyat per fer front als reptes del canvi climàtic:

- **Construcció conforme a certificacions LEED Gold**
- **Utilització de refrigerants naturals**
- **Il·luminació LED intel·ligent**
- **50% reducció de la despesa energètica**
- **Domòtica per al consum energètic eficient**
- **Energia 100% renovable**
- **+ 80% dels residus generats valorats**
- **Gestió circular dels residus: contenidors RAEE, bombetes, piles i càpsules de cafè**



“ El nou model energètic d'EROSKI busca aplicar una visió integral on es practiqui l'economia circular, des de la reducció de consums i d'ús de plàstics, fins al foment de la mobilitat sostenible amb l'ús del vehicle elèctric. És l'evolució natural d'un procés iniciat el 2012 ”



Javier España
Director de
Desenvolupament
d'EROSKI





3.2.2 Compromís des de l'origen: productes més sostenibles

A EROSKI col·laborem amb empreses proveïdores responsables que comparteixin el nostre compromís amb el desenvolupament sostenible i vetllem perquè

tots els processos, des de l'origen de la producció fins a les operacions a la botiga, transformació i manipulació, redueixin l'impacte ambiental.

• Garantia d'origen sostenible dels productes:



Més de 1.600 productes ecològics.



461 mostradors i 8 plataformes logístiques de pesca certificats per MSC i GGN.



100% de la nostra tonyina en conserva compleix els principis de la International Seafood Sustainability Foundation (ISSF).



430 productes EROSKI Natur, que inclouen certificacions com ara Global G.A.P., Producció Integrada o de benestar animal.



17 productes belle Natural amb la certificació COSMOS Natural d'ECOCERT.



410 productes amb segell FSC®, PEFC, Oekotex o SFI.

El millor envàs per al millor producte

Conscients de la preocupació social per la contaminació per plàstics en EROSKI hem treballat per millorar els envasos dels nostres productes de marca pròpia.

Ens adherim
al **Basque
Ecodesign Center**

Decidim **ecodissenyar**
el **100% dels nostres
envasos per a 2025**

Iniciem l'anàlisi de **més
de 3.500 envasos de
marca pròpia**

Tenim **més de 100 envasos
ecodissenyats** dels nostres
productes de marca pròpia



per **adesenvolupar innovadors
ecodisseny**s juntament amb
la UPV-EHU, la Societat Pública
Basca de Gestió Ambiental
Ihobe i centres de lideratge
internacional.



perquè siguin **100% reciclables** i
reduir un 20% les tones de plàstic
comercialitzades.



per poder identificar i aplicar
milliores que permetin **reduir la
nostra petjada plàstica**.



**73 envasos millorats
el 2021**

fet que permet reduir
85 tones
de plàstic convencional a l'any

493 tones

reducció de plàstic
convencional total
assolida el 2021



Llet condensada EROSKI

Amb un **envàs més reciclable**, ja que
millora la capacitat de buidatge del producte i que
disposa d'una **ampolla de PET monocapa
transparent**.



Hamburguesa de boví EROSKI Natur BIO

Amb un envàs amb un **80% menys de plàstic**
que els envasos estàndard d'aquest producte.

3.2.3 Gestió circular dels residus

EROSKI orienta els seus processos cap a l'economia circular a través d'estratègies de prevenció dels residus:



Evita el malbaratament de
145 milions de menjars

gràcies a implementar importants descomptes en productes pròxims a la data de caducitat o la donació d'aliments a entitats socials



Estalvi de
36 tones de paper
(respecte a 2018)

gràcies a la promoció del ticket digital



Estalvi de
1.000 tones

de plàstic convencional menys en bosses de caixa comercialitzades (respecte a 2018)



Reutilització de
6.700 tones de residus orgànics

per a la fabricació de pinsos i farines animals gràcies a estratègies de reciclatge i reutilització dels residus en altres processos productius



Més de
43.918 tones

recicladades o valorades



111 tones

de càpsules de cafè recuperades

A més, EROSKI participa en:

- Projectes d'innovació relacionats amb l'economia circular i la minimització del desaprofita ment d'aliments.
- Foodrus: Projecte Horizon 2020 per reduir el desaprofita ment i la pèrdua en la cadena agroalimentària a través d'un innovador sistema col·laboratiu circular.
- ZeroWaste: Projecte Green Deal per implementar nou *Systemic Innovation Living Labs (SILLs)* en la cadena de valor per aconseguir una sostenibilitat ambiental i econòmica a llarg termini.

FOODRUS

ZEROW
innovations for zero food waste

Conscienciació

- En 2021 hem participat en programes de voluntariat ambiental, com ara les 3 accions desenvolupades amb WWF.
- L'Hora del Planeta: apagada simbòlica promoguda per les Nacions Unides de la major iniciativa global en defensa del medi ambient.



Participants en la jornada de voluntariat que EROSKI va organitzar juntament amb WWF a Elgoibar (Guipúscoa).



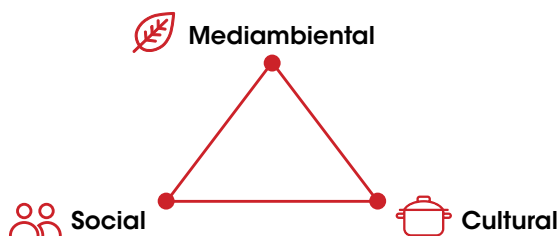
Més informació
sobre el compromís amb
l'entorn local en el EINF



3.3 Compromís amb l'entorn local

3.3.1 Creixem amb l'entorn local

A EROSKI entenem que una alimentació sostenible passa per aprofitar les múltiples oportunitats que suposen els productes locals, des d'una triple perspectiva:



Mediambiental: ja que permet reduir els recursos destinats al transport i utilitzar varietats locals que en garanteixen així la pervivència enfront de la tendència homogeneïtzadora d'una producció massiva

Social: generant riquesa i ocupació pròximes que redunden en el benestar de tota la comunitat

Cultural: preservant les maneres de fer receptes tradicionals i la cultura gastronòmica d'una alimentació saludable, amb sentit i arrelament.

A EROSKI volem ser un agent proactiu en la millora dels proveïdors locals i un distribuïdor líder en la promoció dels productes de cada zona. Per a nosaltres també és fonamental la implicació social en la comunitat; tant des del punt de vista de l'ocupació que generem com des de la solidaritat amb les causes que preocupen la població.

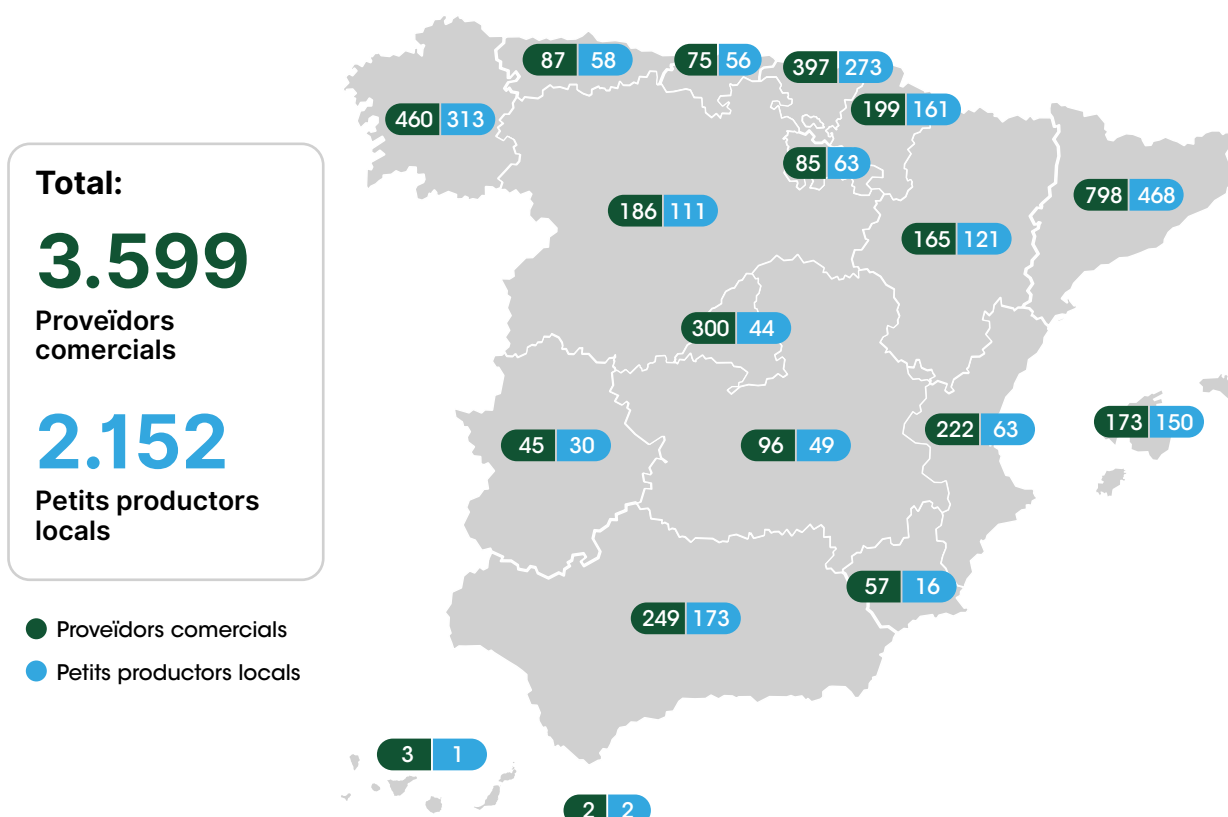
“ El 2021 hem desenvolupat el producte local a través de la nostra marca pròpia, incrementant les nostres referències de petits productors i generant relacions de confiança amb actors institucionals ”



Asun Bastida
Directora Comercial
de Producte Local



► Nombre de proveïdors comercials i petits productors locals per comunitat autònoma el 2021



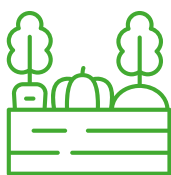
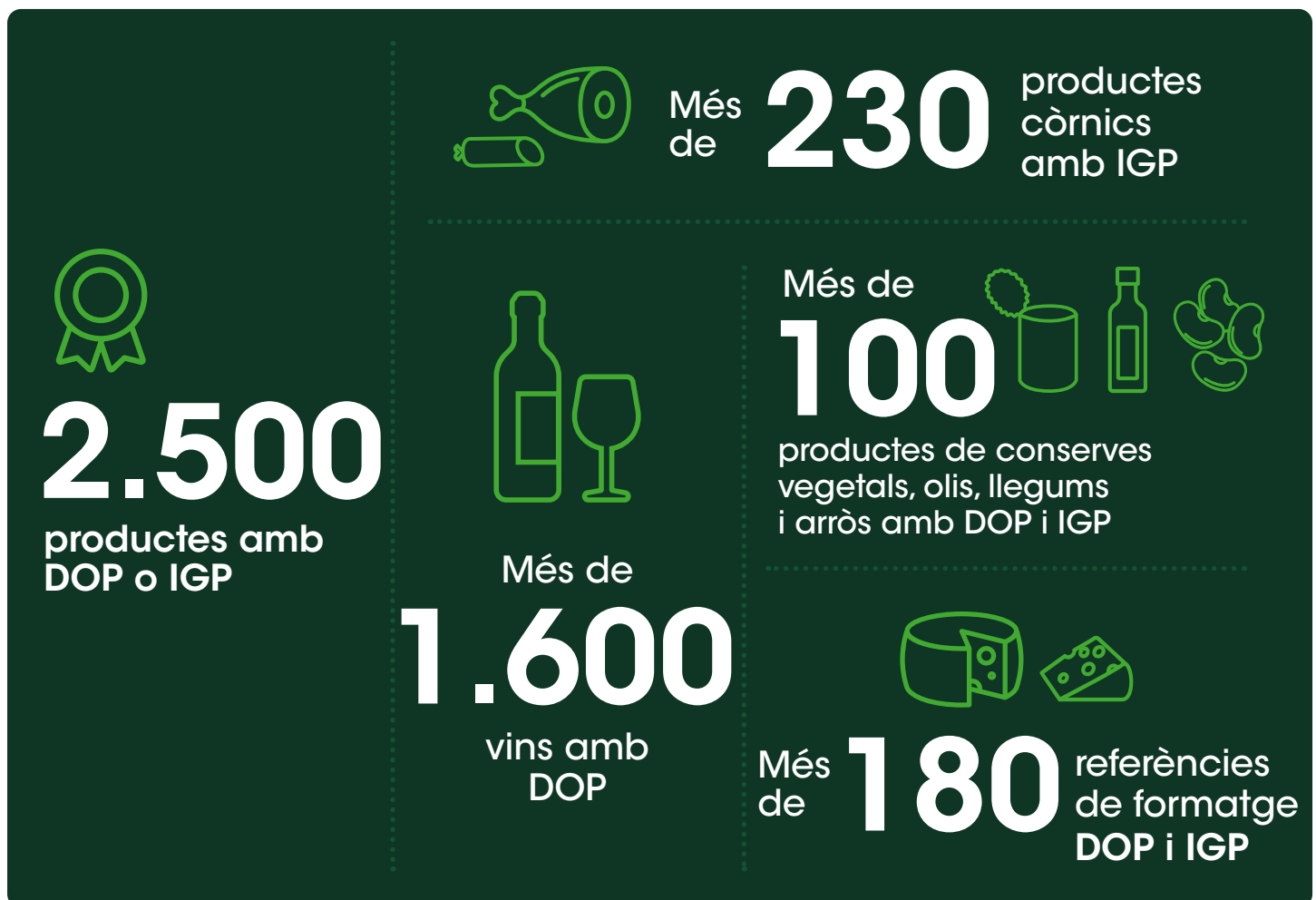
3.3.2 Compromís amb els productors

EROSKI articula aquesta col·laboració amb els seus subministradors entorn dels tres principals compromisos d'actuació amb les PIME agroalimentàries locals:

- **Acostar els productes de les petites empreses productores als consumidors i a les consumidoras**
- **Desenvolupar una gestió comercial adaptada a microempreses, PIME i Cooperatives**
- **Col·laborar en plans per a la professionalització i per al creixement empresarial.**

El 2021 hem registrat 1.797 noves altes de referències locals, de les quals 944 corresponen a seccions de frescos i 853 a alimentació. Fan un total de 21.574 procedents de petits productors locals.

Aquestes noves altes han generat unes vendes de més de 22 milions d'euros. A més, continuem renovant i generant nous convenis de col·laboració amb organitzacions sectorials per a l'impuls dels aliments locals, Denominacions d'Origen Protegit (DOP) i Indicacions Protegides (IGP).



Pla Hortalissa

Hem continuat també amb el Pla Hortalissa: Diversificació Sostenible Col·laborativa, un projecte cofinançat pel Govern Basc i el Fons Europeu Agrícola de Desenvolupament Rural (FEADER) per millorar la rendibilitat de les explotacions hortícoles d'Euskadi gràcies a la diversificació i el maneig sostenible dels nous cultius.



3.3.3 Suport i promoció del producte local

L'objectiu d'EROSKI de fomentar els productes locals s'estén també al treball per divulgar i promoure els valors culturals, gastronòmics i culinaris inherents a aquests.

El 2021 hem signat un acord amb el Govern d'Aragó i l'Associació d'Indústries d'Alimentació d'Aragó per a la promoció i per al desenvolupament dels productes agroalimentaris de la regió. EROSKI s'ha compromès a augmentar les compres a productors agroalimentaris aragonesos provinents d'empreses amb capacitat suficient per complir amb els nostres requisits de qualitat. Gràcies a aquest projecte, EROSKI col·labora amb 130 petits productors agroalimentaris d'Aragó. A més, col·laborem amb el Clúster Aragonés de Alimentación l'objectiu del qual és impulsar

la innovació en les indústries agroalimentàries de la comunitat autònoma i pertanyem al Círculo Agroalimentario Comparte el Secreto des d'on es treballa a posar en valor el sector agroalimentari.

Promoure el consum d'aliments autòctons és una via per mantenir la nostra cultura gastronòmica, la nostra economia i els nostres paisatges

3.3.4 En benefici del nostre entorn

El foment d'iniciatives en l'àmbit local EROSKI busca afavorir el benestar de les persones pròximes a la nostra xarxa comercial i posar en valor la cultura i tradicions més pròximes.

Promoció i difusió de llengües locals

A EROSKI considerem les llengües locals com a part essencial del patrimoni cultural de les comunitats del nostre entorn i per això treballem de manera contínua per a la seva promoció i difusió.



País Basc

► Durangoko Azoka

El 2021 hem signat un acord de col·laboració per 5 anys més amb la cita més rellevant de la cultura en basc, amb la qual EROSKI col·labora des de fa dècades.

► Festes de las ikastolas

Ibilaldia, Araba Euskaraz, Kilometroak i Nafarroa Oinez, on la Fundació EROSKI és present i on han col·laborat més de 6.000 persones en els esdeveniments de l'Escola d'Alimentació dirigits al foment d'hàbits alimentaris saludables entre els escolars i les famílies.

► Pla Euskera

Per aconseguir entorns bilingües i fomentar l'ús del basc dins de l'organització.



Galícia

► Commemoració del "Día das Letras Galegas"

També a Galícia posem en valor la cultura i la llengua de la regió sumant-nos a totes aquelles iniciatives que estiguin estretament lligades a la societat gallega. Com en exercicis anteriors, el 2020 continuem donant suport a la celebració del Día das Letras Galegas. Aquestes accions s'uneixen a l'esforç continuat que fem perquè la revista CONSUMER EROSKI pugui ser llegida en castellà, basc, gallec i català.

Oci i cultura

A EROSKI intentem acostar la cultura a les persones consumidores a través de diversos patrocinis d'activitats culturals i d'oci de les zones on tenim activitat.



País Basc

► Musikaire a Elorrio

► Pujada Artxanda a Bilbao

► Acord amb la AD de Bàsquet Femení Araski



Galícia

► XACOBEO 2021

Més de 10.000 persones van participar en aquesta històrica ruta senderista patrocinada per EROSKI que es va reprendre després de l'aturada obligada del 2020

► Suport cultural a festivals gallecs:

- Resurrection Fest (Viveiro).
- Morriña Fest (Culleredo).
- Caudal Fest (Lugo).



Balears

► Pujada Del Güell a Lluc a Peu



Catalunya

► Participació en l'exposició "Alimentar Barcelona. Ciutat, abastiment i salut" organitzada pel Museu d'Història de Barcelona (MUHBA) amb protagonisme per al primer supermercat de CAPRABO a la ciutat, inaugurat el 1959, en la llavors Avinguda Antoni Maria Claret.



Més informació
sobre el compromís amb
la societat en el EINF



3.4 Compromís amb la societat

3.4.1 Contribució social

A EROSKI, des del nostre origen, aplicant els nostres valors cooperatius, desenvolupem una acció social diversa per contribuir de manera efectiva a fer possible una societat més justa i solidària. Per a això, impliquem els treballadors

i les treballadores, i promovem al seu torn la participació de la clientela en la proposta i desenvolupament de campanyes i iniciatives socials d'àmbit local i nacional.

► Distribució de les aportacions per a acció social



10.808.503 €

Solidaritat
i acció social



1.250.800 €

Suport a les famílies i als
col·lectius amb necessitats
especials

13.579.518 €
Aportació total



1.146.160 €

Formació i informació
al consumidor



374.055 €

Cultura, oci
i entorn local

3.4.2 Primer any de Céntimos Solidarios

El 2021 hem consolidat el programa de donació permanent llançat al novembre de 2020, amb el qual canalitzem la solidaritat dels nostres clients dia a dia a les nostres botigues. A través d'aquest programa, els clients d'EROSKI i CAPRABO poden fer una petita donació a la causa benèfica que estigui en marxa a cada moment en pagar la compra amb targeta o mòbil. L'aportació, sempre voluntària i confidencial, és una petita quantitat simbòlica de 10 cèntims per a compres entre 5 i 30 euros, i de 20 cèntims per a compres superiors a 30 euros, que EROSKI complementa amb una aportació pròpia.

Céntimos Solidarios ha ajudat el 2021 a diverses causes socials i mediambientals



- **Més de 2 milions d'euros donats**
- **14 milions de donacions**
- **368.000 persones ajudades**
- **260 entitats amb les que hem col·laborat**



3.4.3 Crida solidària 2022

A EROSKI hem posat en marxa una vegada més l'escolta clients, treballadors i societat, en la qual han participat més de 12.000 persones, per triar les causes solidàries a les quals donar suport el 2022.

A més, llancem una convocatòria perquè les ONG puguin presentar projectes que finançar a través dels Céntimos Solidarios el 2022 i es puguin inscriure també com a receptors de donacions del programa Malbaratament Zero.

En total, han participat 289 entitats amb més de 450 projectes. Tenint aquestes respostes com a base, EROSKI ha elaborat el seu Pla de Solidaritat per al programa Céntimos Solidarios de 2022 que ha publicat al gener del 2022 i que atindrà causes com la infància en situació de vulnerabilitat, el càncer, les malalties rares o la salut mental, entre d'altres.

► Altres campanyes



Campanya amb els Bancs d'Aliments

3 milions de menjars



Campanya d'Emergència a favor de les persones afectades pel volcà de La Palma

435.000 euros

Suport a les famílies

EROSKI manté convenis de col·laboració per al suport a les famílies nombroses amb entitats com ara Hirukide, Fanoc i Família XL, entre d'altres. A més, conscients de les necessitats particulars d'aquesta mena de famílies, oferim avantatges especials a través de les nostres targetes de fidelització i d'iniciatives com ara la Tarxeta Benvida de la Xunta de Galicia a VEGALSA-EROSKI o el programa Bienvenido Bebé de CAPRABO. Així, durant 2021 més de 20.000 famílies nombroses s'han beneficiat d'un estalvi de més de 1,1 milions d'euros.

Aquestes accions es complementen amb l'eina en línia Bienvenida Matrona de CAPRABO, gràcies al qual els progenitors poden disposar de les respostes a totes les qüestions que més els preocupen durant l'embaràs, al part i al llarg dels primers anys de vida del bebè. Aquesta és una

iniciativa que compta amb el suport d'organitzacions com ara FAME (Federació d'Associacions de Matrones d'Espanya), AEM (Associació Espanyola de Matrones) i el pediatre Dr. J. Mateu Sancho.



4

Persones EROSKI: cultura de compromís

4 Persones EROSKI: cultura de compromís

L'objectiu d'EROSKI és oferir el millor servei i producte a la clientela a través dels 10 Compromisos per la Salut i la Sostenibilitat.

Per aconseguir-los ens recolzem en el nostre valor diferencial: les persones que fem EROSKI. La nostra manera de treballar es fonamenta en 10 valors essencials:

► Els 10 valors essencials del nostre treball

1

Fomentem la **participació**

2

Promovem el **desenvolupament personal i professional** a través de la millora dels coneixements, de les aptituds i de les habilitats.

3

Sentiment de pertinença: estem orgullosos de pertànyer a EROSKI i busquem les àrees de millora.

4

Impulsem la **informació i la comunicació** de manera bidireccional dins de l'organització.

5

Gràcies a la solidaritat interna, primem **allò col·lectiu sobre allò individual** i el llarg sobre el curt termini.

6

Dinamisme per adaptar-se al canvi i promoure la innovació.

7

Orientats al client per adaptar-nos i anticipar-nos a les seves necessitats.

8

Millorem contínuament les condicions del treball per garantir una **qualitat de vida adequada**.

9

Solidaritat externa per retornar a la societat el que ens aporta.

10

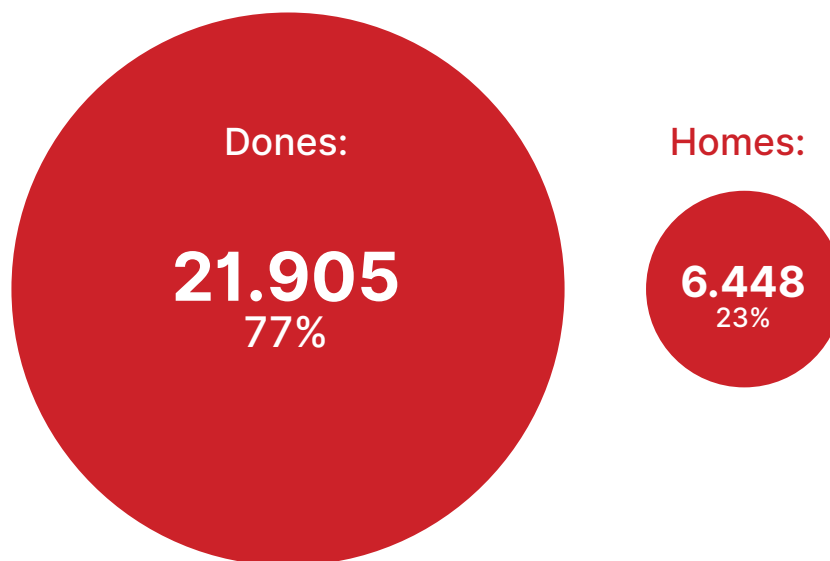
Els treballadors i les treballadores aspirem al **màxim nivell de professionalització**.



Més informació sobre
Persones EROSKI en el EINF



► Quantes persones fem EROSKI?



Total: **28.353** persones

► Quantes persones s'han unit al nostre projecte el 2021?



1.851
Total incorporacions



629
Persones sòcies
treballadores

“ Som una pinya. De vegades diem que som psicòlegs per al client. Alegri-li el dia amb afecte, atenció i uns somriures, m'omple com a persona ”

“ EROSKI és un bon lloc per evolucionar com a persona i com a professional. A mi m'ha permès emprendre projectes vitals ”



Mari Carmen Centeno
Sòcia el 2021. EROSKI/
City Etxebarri



Koldo Cebrián
Soci el 2021. EROSKI/
Center Tellagorri -
Bilbao



4.1 Desenvolupament de talent

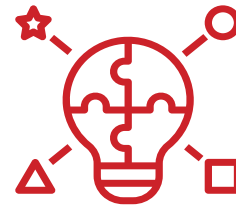
El nostre model de Desenvolupament Directiu i Gestió del Talent és un facilitador que permet a EROSKI disposar de les persones i equips necessaris i garantir les capacitats adequades per cobrir l'estratègia actual i futura, a fi d'assegurar-ne la posició competitiva a través de la incorporació i el desenvolupament del talent en posicions directives

Els gestors amb potencial són persones en funcions de gestió amb un perfil que els permet cobrir llocs directius en el futur. Aquesta consideració es produeix després d'un procés de contrast avaluat i després d'acreditar interès i compromís per créixer. Desenvolupem una gestió diferenciada amb aquestes persones, a fi d'aconseguir que el seu potencial acabi transformant-se en possibilitat real de cobertura de llocs directius.

EROSKI manté any rere any el seu compromís per oferir a la societat una font d'ocupació de qualitat on els treballadors i les treballadores tinguin unes condicions òptimes de desenvolupament professional

En el context dels nostres punts de venda, durant el 2021 hem mantingut l'enfocament formatiu d'Escoles de Frescos per a professionals de totes les seccions de frescos a la botiga. S'ha desplegat, al seu torn, un model d'Escola premium, per portar determinats perfils a majors cotes de gestió. Aquest enfocament de desenvolupament en Escoles es complementa amb una altra mena d'accions de capacitació en ofici, en models de tracte i en orientació al client.

Signatura de l'acord entre EROSKI i Mondragon Unibertsitatea per enfortir la formació i la recerca en "Data Analytics". Iñigo Eizaguirre, Director de l'Àrea Social d'EROSKI (esq) i Lander Beloki, Degà de la Facultat d'Empresarials de MU (dre).



176.297

**Hores de formació
(60% més que el 2020)**



1.500.000 €

destinats a formació



4.2 Igualtat i diversitat

A EROSKI entenem la igualtat com un valor en la gestió de l'organització i ens regim pel principi de no discriminació per raó de gènere, raça, orientació sexual, creences religioses, opinions polítiques, nacionalitat, origen social, discapacitat o qualsevol altra característica que pugués originar-la.

El 2005 creem una Comissió per a la Igualtat, responsable de la realització i l'actualització periòdica del Diagnòstic i el Pla per a la Igualtat de Dones i Homes d'EROSKI, i amb l'Observatori d'Igualtat, una eina per vetllar pel compliment d'aquest principi en tota l'organització.

Plantilla EROSKI:



- 77% dones
- 74% llocs de responsabilitat coberts per dones
- El Consell Rector de la cooperativa, màxim òrgan de govern, és paritari

” Integrem els valors d'igualtat i diversitat en EROSKI des del nostre naixement. Aquest any, més dones s'han incorporat als llocs de direcció i predirecció ”



Marta Carazo
Responsable de
l'Observatori
d'Igualtat d'EROSKI



La tocaora i guitarrista flamenca Antonia Jiménez, la monologuista i actriu còmica Patricia Sornosa i l'escriptor i reporter de guerra Antonio Pampliega van participar en la jornada *Cómplices* del 2021.

4.3 Conciliació

A EROSKI disposem de permisos addicionals als quals la legislació estableix i impulsem entorns i horaris de treball que permetin un equilibri entre la vida personal i professional.

Així mateix, EROSKI atén també les particularitats d'altres projectes personals dels treballadores i de les treballadors, i oferim la possibilitat de reduir la jornada mantenint el dret a recuperar-la de manera completa una vegada finalitzat el període de reducció, o concedim excedències temporals voluntàries amb reserva de llocs de treball per a projectes de col·laboració amb ONG o altres plans de desenvolupament personal.

Durant 2021:

3.948 persones es van acollir a una reducció de jornada o excedència. El 14% de la plantilla.

5

Informació financera

5 Informació financera


Informe financer
anual aquí



- La campanya de vacunació de 2021 va afavorir la recuperació dels hàbits de consum relacionats amb el negoci alimentari, encara que les últimes ones han impedit la recuperació d'un exercici totalment normalitzat.
- Els negocis lligats a oci, esport i viatges no han recuperat la normalitat pre pandèmica a causa de les restriccions.
- S'observa una lleu millora en el resultat operatiu, respecte a l'exercici 2019, frenada per l'escalada de preus de l'energia, que ha suposat un elevadíssim cost no traslladable directament a mercat.
- L'entrada del soci EPCG en el capital dels negocis lligats a Catalunya i Balears reforça el projecte del Grup centrat en totes dues zones.
- Reducció de deute en més de 450 milions d'euros, la qual cosa permet aconseguir nivells raonables de palanquejament financer.

Valor econòmic directe generat i distribuït (milers d'euros)	2021	2020	2019
Ingressos ordinaris	4.791.772	5.051.067	4.835.650
Vendes netes distribució	4.541.380	4.807.439	4.584.227
Altres ingressos sense rendiment venda immobilitzat	250.409	243.628	251.423
Benefici operatiu (abans de deterioracions, resultats venda immobilitzat i activitats no corrents)	185.475	252.411	193.840
Deterioració, resulta venda immobilitzat i actius no corrents	-63.913	-198.963	-162.602
Benefici abans de financers i impostos	121.562	53.448	31.238
Resultat financer	33.147	-104.503	57.526
Participació benefici/pèrdues de les inversions aplicant mètode de participació	221	232	1.436
Impost sobre els guanys	-50.316	-26.740	-45.028
Resultat de l'exercici	104.614	-77.562	45.173

Balanç simplificat consolidat

ACTIU (milers d'euros)	31/01/2022	31/1/2021
Immobilitzat Material i immobiliari	1.996.974	2.082.111
Fons de Comerç i altres actius intangibles	845.326	885.280
Actius Financers	189.923	208.601
Actius per impostos diferits	284.799	336.915
TOTAL ACTIUS NO CORRENTS	3.317.022	3.512.908
Existències	368.275	380.697
Actius financers	10.713	34.799
Deutors Comercials i comptes a cobrar	158.855	146.890
Actius per impostos sobre guanys	2.589	2.983
Accionistes per desemborsaments exigits	2.248	2.061
Efectiu i altres mitjans líquids equivalents	213.359	317.563
Actius no corrents mantinguts per a la venda	3.385	3.385
TOTAL ACTIUS CORRENTS	759.424	888.378
Total actiu:	TOTAL 4.076.446	TOTAL 4.401.287

PATRIMONI NET I PASSIU (milers d'euros)	31/1/2022	31/1/2021
PATRIMONI ATRIBUÏT A DOMINANT	113.206	59.858
Interessos minoritaris	312.711	59.392
TOTAL PATRIMONI NET	425.921	119.250
Passius financers	2.286.496	2.580.810
Altres passius no corrents	35.594	49.267
Passius per impostos diferits	196.092	212.803
TOTAL PASSIUS NO CORRENTS	2.518.181	2.842.880
Passius financers	139.071	359.105
Creditors comercials i altres comptes a pagar	989.088	1.072.284
Passius per impostos sobre guanys	4.185	7.767
TOTAL PASSIUS CORRENTS	1.132.344	1.439.156
Total patrimoni net i passiu:	TOTAL 4.076.446	TOTAL 4.401.287

