

EROSKI, avancem *amb tu.*

Índex

01

Benvinguda

03

Carta de Rosa Carabel,
CEO del Grup EROSKI

03

Carta de Leire Mugerza,
presidenta del Consell Rector
d'EROSKI S.Coop.

04

02

EROSKI el 2025

05

Repàs anual

06

03

La nostra essència

08

Així som per dins
Cultura corporativa: Ser EROSKI

09

Govern corporatiu

11

Model de negoci
La nostra xarxa comercial i logística

12

Assortiment de qualitat:
les nostres marques, la millor referència

15

04

Els nostres compromisos

16

L'alimentació saludable

18

Riquesa local i solidaritat a l'entorn

20

Persones treballadores

22

Persones consumidores

24

Sostenibilitat ambiental

26

05

Informació econòmica i financera

28

Carta de Rosa Carabel, CEO del Grup EROSKI

“

Presentem aquesta Memòria en un moment especialment significatiu per al Grup EROSKI. Podem afirmar que l'exercici 2025 marca el tancament definitiu d'una etapa que ha condicionat la nostra trajectòria durant gairebé dues dècades. Han estat 17 anys d'una gran exigència, de transformació profunda i de gestió marcada per un procés sostingut de reducció de l'endeutament.



Un període que ens ha obligat a prioritzar, a ser més eficients, a prendre decisions complexes i a no perdre mai de vista allò que és essencial: la sostenibilitat del projecte i el compromís amb el nostre model cooperatiu.

Avui podem afirmar, amb confiança però també amb responsabilitat, que aquesta fase ja ha quedat enrere.

El refinançament completat aquest any suposa la normalització definitiva de la nostra estructura financera. Hem simplificat el nostre deute, n'hem millorat el perfil de venciments i n'hem reduït el cost, cosa que ens ha permès generar estalvi i estabilitat a llarg termini. Comptem amb el suport d'institucions financeres nacionals i internacionals i la confiança dels mercats, com ho demostra l'emissió del bo realitzada al novembre, que va reduir a la meitat el cost de l'emissió feta fa només dos anys. Tot plegat reflecteix la confiança en l'evolució del Grup i en la coherència del nostre projecte.

La nostra **ràtio d'endeutament** ja es troba en nivells totalment normalitzats, i continuem compromesos a situar-la per sota del doble de l'ebitda abans del 2027, com a part d'un enfocament disciplinat i prudent que continuarà guiant la nostra gestió.

Més enllà de la seva dimensió financera, aquesta operació simbolitza quelcom més profund: **el final d'un cicle que ha exigut un gran esforç col·lectiu**. Aquesta nova situació ens permet mirar cap al futur des d'una posició més sòlida i avançar, definitivament, de l'ajustament a la capacitat d'inversió i creixement, sense oblidar, per descomptat, les lliçons del passat que ens han dut fins aquí.

A més d'aquesta fita, el juny de 2025 l'Assemblea General va aprovar els resultats de l'exercici financer anterior, la qual cosa va permetre la recuperació anticipada de les reserves negatives individuals de les persones sòcies generades en anys anteriors, restablint totalment la seva posició

patrimonial. Això és un pas significatiu per a la nostra base cooperativa i per a la consolidació patrimonial del Grup, que reflecteix la força d'un model construït des de la participació i la responsabilitat compartida.

Els resultats operatius reflecteixen aquest canvi d'etapa. **Hem superat els 6.000 milions d'euros en vendes i hem arribat als 340 milions d'euros d'ebitda**, les millors xifres de la darrera dècada. Aquestes xifres no reflecteixen una situació econòmica puntual, sinó una dinàmica comercial coherent amb els nostres valors i apreciada pels nostres clients en un entorn especialment competitiu.

Un creixement responsable

El consumidor actual és més prudent i racional. El preu s'ha convertit en un dels factors principals que influeixen en les decisions de compra. En aquest context, hem fet una **aposta ferma i sostinguda per l'estalvi**, desplegant una intensa activitat promocional i assolint els nivells més alts de competitivitat

de preus de la nostra història. Aquest esforç ha donat com a resultat una millora clara en els indicadors de percepció: el preu i els productes locals han estat les variables que han evolucionat de manera més positiva en les nostres enquestes de satisfacció.

La nostra **marca pròpia** continua guanyant protagonisme com a eina clau per oferir productes de qualitat i valors a bon preu. Hem ampliat l'assortiment, hem reforçat la seva posició als lineals i hem ajustat els preus per traspassar un estalvi més gran a les famílies, mantenint sempre l'equilibri amb les marques de fabricant i una aposta decidida pels productes frescos i locals.

En aquest context, continuem promovent els **productes locals**, la quota de vendes dels quals ha tornat a créixer. Això ens fa sentir especialment orgullosos, perquè en un mercat on el preu és tan important, estem aconseguint que les persones consumidores reconeguin el valor dels productes de proximitat: el seu sabor,

les seves qualitats nutricionals i la riquesa que generen en l'entorn. Col·laborem amb milers de productors i més de 2.000 petits productors agroalimentaris, generant riquesa i arrelament a les regions on operem. Aquesta aposta per la proximitat no és una estratègia conjuntural; forma part de la nostra identitat.

El **reconeixement extern** reforça aquesta evolució. Un cop més, hem estat reconeguts per la qualitat del nostre servei i l'atenció al client, un mèrit que pertany, sobretot, als equips que són a la botiga cada dia, escoltant, ajudant i donant suport a les persones consumidores. A més, voldria destacar els nostres models de botiga, que també tenen com a objectiu generar experiències atractives per a les nostres persones consumidores.

També hem continuat creixent de manera selectiva i disciplinada, combinant les nostres pròpies obertures i les franquiciades allà on som competitiu i aportem valor. **Créixer amb sentit i de manera sostenible** és

una convicció que forma part de la nostra cultura de gestió.

EROSKI des de dins

Internament, el nostre principal actiu continuen sent **les persones**. El talent, el compromís i la capacitat d'adaptació dels nostres equips han estat determinants en aquests anys difícils i ho continuen sent en aquesta nova etapa. Tenim una organització diversa, amb un lideratge cada cop més compartit i amb una presència majoritària de dones en llocs de responsabilitat, que reflecteix una cultura que aposta per la igualtat real i el desenvolupament professional.

El progrés del nostre model de transformació cultural **IMPACTO** està consolidant una organització més transversal, participativa i orientada als resultats. Hem après a escoltar més, a prendre millors decisions i a construir plegats. Aquesta experiència col·lectiva ens ha fet més sòlids i ens prepara per afrontar els reptes del futur amb més maduresa i cohesió.

La tecnologia i l'eficiència ja són palanques estructurals del nostre model. Un exemple en seria la incorporació de solucions d'analítica avançada i d'intel·ligència artificial en el nostre dia a dia, que ens permeten anticipar millor la demanda, optimitzar les promocions i millorar l'eficiència logística. En un sector amb marges ajustats, cada millora compta i té un impacte directe en la nostra capacitat per competir i servir millor.

També continuem fent progressos en la sostenibilitat ambiental i social, intensificant els nostres esforços per reduir les emissions, els disseny ecològic dels envasos i la lluita contra el malbaratament alimentari, i enfortint les nostres capacitats d'informe i compliment normatiu. En aquest marc, mantenim el compromís amb els principis del **Pacte Mundial de les Nacions Unides**, integrant-los en la nostra estratègia, la nostra cultura i les nostres operacions. Per a nosaltres, créixer vol dir fer-ho amb un impacte positiu i mesurable en l'entorn, i amb el compromís actiu de les persones que formen part d'aquesta organització.

Un compromís amb el futur

Recentment vam presentar els **«5 Compromisos amb tu»**, que marcaran la nostra

manera d'actuar en el proper cicle estratègic. Promoure una alimentació saludable, generar riquesa local i solidaritat a l'entorn, promoure el desenvolupament de les persones treballadores, escoltar i informar les persones consumidores i millorar la sostenibilitat ambiental són compromisos que connecten amb la nostra història i guien el nostre futur.

Afrontem el 2026 amb ambició i responsabilitat. Des d'una posició financera ordenada i un negoci sòlid, començarem a definir el nou cicle estratègic amb plena capacitat per decidir les nostres prioritats i enfortir la nostra competitivitat.

Si aquest llarg període ens ha ensenyat alguna cosa, és que els projectes se sostenen gràcies a les persones. Res del que hem aconseguit no hauria estat possible sense el compromís de les nostres persones treballadores i sòcies, ni sense la confiança diària de milions de clients. A tots ells, els vull expressar el meu agraïment més sincer.

Comença una nova etapa per al Grup EROSKI. L'afrontem amb prudència, amb experiència i amb la determinació de continuar construint una empresa competitiva, cooperativa i compromesa amb la societat de la qual formem part.

Carta de Leire Mugerza, presidenta del Consell Rector d'Eroski S. Coop.

“

Quan faig balanç del 2025, ho faig amb orgull i amb una profunda emoció col·lectiva pel tancament d'una etapa que ha marcat la nostra història recent. Ha estat un any de progrés sòlid, de compromisos complerts i d'esforç compartit que reafirma la nostra missió i enforteix el valor del nostre model cooperatiu. El Grup EROSKI ha demostrat, un cop més, que és possible créixer mantenint la competitivitat i la sostenibilitat, sense renunciar als nostres principis, consolidant la nostra solidesa econòmica i reafirmant el nostre compromís social i comunitari.



L'any 2025 marca el final d'una fase molt significativa en la història de la nostra cooperativa. No és simplement el final d'un exercici financer positiu; és la culminació d'un viatge llarg, exigent i profundament compartit.

Al llarg de més de 50 anys d'història, hem viscut moments molt diversos. Tot va començar el 1969, quan va néixer alguna cosa més que una simple empresa de distribució: **va néixer una manera diferent d'entendre el consum, la participació i la responsabilitat compartida.** El 1980 vam fer un pas decisiu en compartir la propietat del projecte amb els nostres socis treballadors, construint un model basat en la igualtat de drets i la responsabilitat compartida.

Allò que avui considerem natural fou aleshores un acte de generositat i de visió per part dels nostres socis consumidors: compartir un projecte que funcionava per fer-lo més fort i més nostre.

Dècades més tard, el 2013 i el 2014, vam viure un dels períodes més complexos de la nostra història. Els resultats empresarials no garantien la sostenibilitat del projecte, i vam haver de prendre decisions difícils que van afectar directament els nostres socis treballadors. Van ser temps d'esforços extraordinaris, d'avançaments i de decisions que van afectar el capital individual, així com de transformacions profundes dins la nostra organització. Decisions que vam prendre plegats, amb informació, debat i responsabilitat compartida.

Ahora, estàvem emprenent una profunda transformació del negoci. El llançament del model **«Amb tu»**, la nostra aposta decidida pels productes locals i una proposta comercial distintiva van marcar un punt d'inflexió. Vam aprendre nova terminologia del mercat financer i vam assumir compromisos financers exigents que havíem de complir

per mantenir el control del nostre projecte. Estàvem, com vam dir en aquell moment, **«construint la diferència».**

Vam resistir. I ho vam fer junts.

El 2019 vam afrontar un nou procés de refinançament que va comportar noves afectacions per a les persones sòcies, amb retorns negatius individualitzats de gran magnitud i amb la incertesa real de si algun dia es podrien recuperar. Va suposar un esforç patrimonial directe i una nova mostra de compromís amb la viabilitat del projecte. Vam adaptar els nostres estatuts, vam reforçar el nostre compromís col·lectiu i vam crear el Fons de Solidaritat ERLAN com una eina estructurada de suport mutu, capaç de donar resposta a les situacions personals més complexes des de la solidaritat cooperativa.

Miràvem cap al futur amb determinació, encara que el procés s'allargués. Vam compartir el full de ruta en centenars de trobades i reunions internes,

assegurant-nos que cada persona sòcia entengués la situació i participés en les decisions. Perquè en una cooperativa la informació no s'imposa: es comparteix.

El 2020, en plena pandèmia, vam adoptar nous canvis estatutaris que reforçaven el compromís col·lectiu. **«Més que mai, amb tu»** va deixar de ser només un eslògan i es va convertir en una manera d'actuar tant dins com fora d'EROSKI. Vam protegir la cooperativa i també els nostres socis consumidors i treballadors.

Des de llavors, hem consolidat tot el que hem aconseguit. Hem transformat el negoci, hem millorat la nostra competitivitat i hem enfortit la nostra proposta de valor. Però el 2025 suposa alguna cosa més que consolidació.

Aquest any hem complert tots els compromisos adquirits en el nostre full de ruta, i ho hem fet amb èxit i abans del previst.

Hem pogut compensar tots els **RNI** (retorns negatius individualitzats) i restablir completament la posició patrimonial de les nostres persones sòcies. Allò que durant anys va ser incertesa és avui una realitat tangible. Darrere d'aquesta recuperació hi ha esforç, paciència i confiança col·lectiva.

La Fundació **ERLAN** ha complert la seva funció com a eina solidària, demostrant que la cooperació no és un concepte abstracte, sinó una pràctica real que s'activa quan és més necessària. Aquest és el veritable valor del nostre model.

A més, el nou refinançament assolit ens permet mirar cap al futur amb més estabilitat i capacitat per fer créixer el nostre projecte. Però més enllà de l'aspecte financer, el que celebrem és una cosa més profunda: **hem complert com a comunitat.** Hem demostrat que el nostre model cooperatiu és resilient, que sap resistir i també sap transformar.

La nostra línia vermella sempre ha estat clara: mantenir el nostre projecte, preservar les nostres arrels i mantenir el control del nostre futur. No només per protegir els llocs de treball, sinó perquè aquest projecte continuï sent veritablement nostre. Som diferents. Som cooperativa.

I ho hem aconseguit recolzant-nos, sobretot, en la nostra pròpia força interior. Avui, EROSKI no és el que era. És millor. Més conscient dels seus reptes, però també de la seva capacitat per afrontar-los.

La història d'una cooperativa no es mesura únicament en xifres. Es mesura en la confiança que genera, per la participació genuïna dels seus socis consumidors i treballadors, per la solidaritat que practica i per l'impacte positiu que té en el seu entorn.

Continuem creixent com a comunitat. Més **d'un milió quatre-cents mil socis consumidors** participen activament en el nostre projecte, reforçant la

nostra governança i la nostra identitat compartida. L'educació alimentària, l'acció social i la sostenibilitat continuen sent pilars essencials del que som.

Mirem cap al 2026 amb la convicció que el nostre model continua sent una resposta vàlida i transformadora. És possible créixer d'una manera diferent: sent competitiu per garantir la nostra sostenibilitat econòmica, i sent solidaris, responsables i fidels a la nostra essència cooperativa.

Si aquest llarg recorregut ens ha ensenyat alguna cosa, és que cada moment, fins i tot el més difícil, deixa una lliçó. No hem d'oblidar el que hem viscut. Ho hem de guardar com un tresor col·lectiu. I hem d'agrair el compromís, la generositat i la confiança de totes les persones que han fet possible aquest camí.

Com a presidenta del Consell Rector, m'enorgulleix profundament representar una

comunitat capaç de resistir, transformar-se i complir. El que avui celebrem no és només un resultat: és la confirmació que la nostra missió continua totalment vigent. A EROSKI treballem cada dia per millorar la qualitat de vida dels socis consumidors i treballadors, i ho fem generant valor compartit, des d'una gestió participativa i amb un model de col·laboració que ens defineix com a cooperativa.

I no voldria acabar sense donar les gràcies a tothom que forma part del Grup EROSKI per demostrar que la solidaritat i la cooperació entre persones no són només paraules, sinó decisions reals que posen el col·lectiu per davant. Aquest és el fonament sobre la qual continuarem construint futur: sent competitiu sense renunciar als nostres valors i enfortint un projecte amb un propòsit, arrelament i un compromís amb la societat.

I aquesta història continua...

...

01

02

03

04

05

EROSKI eI 2025

EROSKI 2025

Repàs anual

01

EROSKI el 2025

02

03

04

05

6



Febrer

Donem un nou impuls a l'estalvi de les famílies amb una inversió de més de 71 milions d'euros el 2025 destinada a reforçar la nostra competitivitat de preus. Aquesta iniciativa consolida una política sostinguda de contenció i reducció de preus, amb l'objectiu de protegir el poder adquisitiu de les persones consumidores en un context que encara és exigent.



Març

L'Escola d'Alimentació de la Fundació EROSKI posa en marxa un nou projecte divulgador de recerca sobre alimentació i salut, amb l'objectiu d'analitzar i traslladar a la societat informació contrastada sobre hàbits alimentaris. Amb aquesta iniciativa, reforçem el nostre compromís amb l'educació nutricional i consolidem la nostra posició com a referent en alimentació saludable.



Abril

Rebem la visita del lehendakari amb motiu del 50è aniversari de la nostra seu i plataforma logística d'Elorrio, una trobada que destaca la trajectòria d'EROSKI com a projecte cooperatiu arrelat al territori i la seva contribució al desenvolupament econòmic, a l'ocupació i a la modernització del sector de la distribució.



Maig

Presentem els resultats de l'exercici 2024, en el qual EROSKI va assolir un benefici de 81,7 milions d'euros, reforçant la seva posició financera i cooperativa. Els resultats van consolidar la trajectòria de creixement del Grup, demostrant la solidesa operativa del negoci i el compliment dels compromisos establerts en el nostre full de ruta.



Juny

Inaugurem un nou supermercat franquiciat en col·laboració amb Lanerako, gestionat per persones en risc d'exclusió social. Aquesta iniciativa combina l'expansió comercial amb la inclusió social i laboral, i demostra que el creixement d'EROSKI pot anar de la mà amb el compromís amb les persones i el desenvolupament de l'entorn.



Juliol

Inaugurem un nou supermercat franquiciat a Calabazas (València), reforçant la nostra presència a la Comunitat Valenciana i consolidant el nostre model de proximitat. Aquesta obertura contribueix a dinamitzar el teixit comercial local i a ampliar la nostra xarxa amb establiments adaptats a les necessitats de cada entorn.



Agost

Continuem creixent amb l'obertura d'un nou supermercat franquiciat a Gelves (Sevilla), avançant en la nostra expansió a Andalusia i enfortint la nostra xarxa comercial amb un model de proximitat eficient i orientat a oferir una proposta competitiva i propera.



Setembre

Impulsem la nostra estratègia digital amb el llançament del mercat web d'EROSKI, un pas clau en el desenvolupament de la nostra proposta omnicanal. Aquesta nova plataforma amplia l'assortiment disponible per als clients i consolida la integració entre l'entorn digital i la nostra xarxa de botigues, reforçant la nostra competitivitat en el canal en línia.



Octubre

Un any més, hem estat reconeguts com a líders en servei d'atenció al client i hem rebut nous guardons als Premis al Comerç de l'Any 2026, que avalen la confiança que ens atorguen les persones consumidores. A més, hem renovat el nostre conveni agroalimentari amb el Govern Basc, reforçant la nostra col·laboració institucional.



Novembre

Tanquem els termes de la nostra operació de refinançament, reordenant definitivament la nostra estructura financera i consolidant una nova etapa d'estabilitat i creixement. En col·laboració amb el Basque Culinary Center, vam distingir nous graduats pel seu compromís amb el producte local, la sostenibilitat i la innovació, reforçant la nostra aposta pel talent gastronòmic.



Desembre

Renovem el nostre acord amb Caritas Bizkaia i Laboral Kutxa, reforçant el nostre compromís amb les persones en situació de vulnerabilitat i consolidant una col·laboració estable que canalitza recursos i suport cap a aquells que més ho necessiten.



Gener de 2026

Tanquem l'exercici amb 60 noves obertures el 2025, reforçant la nostra xarxa de franquícies i consolidant un creixement sostenible i selectiu, tant en botigues pròpies com franquiciades.

EROSKI en xifres

Repàs anual

01

EROSKI el 2025

02

03

04

05



6.081 M€
de facturació



1.508
xarxa de botigues omnicanal



435 M€
d'estalvi transferit als nostres clients



21,4 M€
en projectes R+D+R

Premis



- Premi al Comerç de l'Any
- Premi a la Millor Gestió Humana InfoRetail
- Premi al Millor Servei d'Atenció al Client
- Premi Petjada de Carboni de la Fundació Integra



-27%
petjada de carboni des del 2023



800
referències amb disseny ecològic el 2025



+3.200
referències de marca pròpia amb segell de sostenibilitat

Millorem la sostenibilitat ambiental



+28.000
professionals

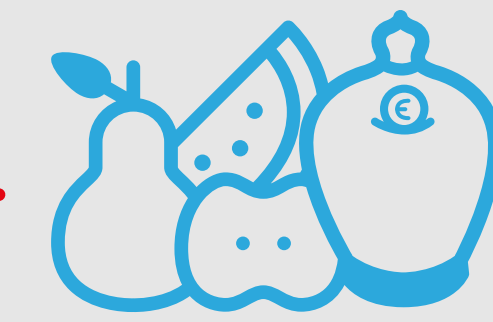
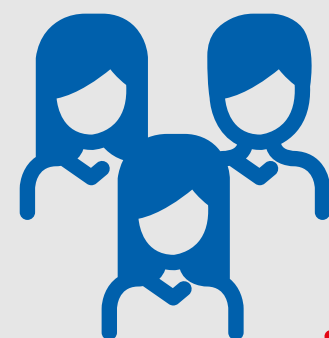


74%
llocs de responsabilitat ocupats per dones



298.000
hores de formació

Promovem la satisfacció i el desenvolupament de les **persones treballadores**



Fomentem l'alimentació saludable



+408
Referències «SENSE» a la nostra marca pròpia



+31.000
persones s'han beneficiat del nostre servei d'informació nutricional EKILIBRIA.



+29.000
controls analítics, tant químics, com físics, microbiològics o genètics.

5 COM PROMISOS amb tu



2.315
productors locals



+25 M€
per a causes socials



+280.000
persones beneficiades

Generem **riquesa local i solidaritat a l'entorn**



+250.000
lectors mensuals de la revista Consumer

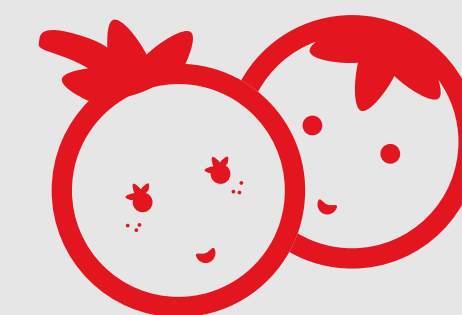


+455.000
participants en activitats d'escolta



+6 M
socs del nostre programa de fidelització

Escoltem i informem les **persones consumidores**



...

01

02

03

04

05

La nostra essència

Així som per dins

Cultura corporativa:

Ser EROSKI

01
02
03
04
05

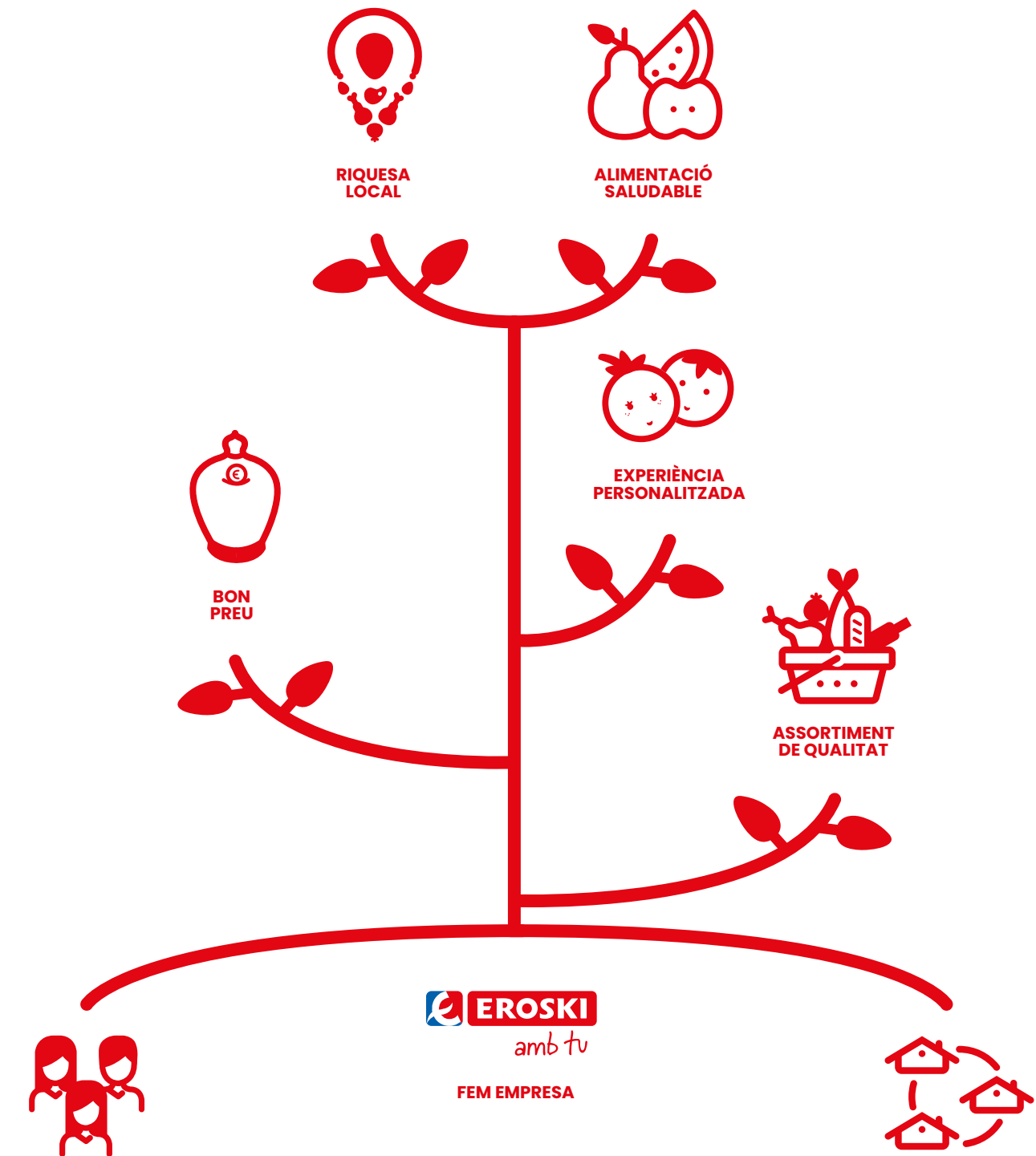
La nostra essència



A EROSKI considerem l'empresa un projecte col·lectiu que es construeix a partir de la cooperació, la responsabilitat i la participació. El nostre model cooperatiu situa les persones al centre de l'activitat empresarial i guia les nostres decisions cap a la generació de valor econòmic, social i ambiental a l'entorn on operem.

Treballem amb la convicció que la competitivitat i el compromís poden avançar junts. Per això, promovem una gestió basada en la transparència, la confiança i la millora contínua, enfortint les relacions sòlides amb les persones consumidores i treballadores, els proveïdors i la comunitat. Aquests principis defineixen la nostra manera de fer empresa i guien el desenvolupament del nostre projecte a llarg termini.

Més informació



Missió

A EROSKI som una agrupació de botigues d'alimentació la missió de la qual és generar resultats empresarials sostenibles, tant ara com en el futur, amb la finalitat de:

- Crear riquesa a l'entorn on operem.
- Satisfer les persones consumidores i treballadores
- Promoure una alimentació saludable i responsable.

La nostra activitat es fonamenta en els valors cooperatius i en una forma de gestió basada en la participació i la col·laboració al lloc de treball.

Visió

Volem ser la botiga preferida de les persones consumidores i treballadores i el seu entorn.

Amb aquest objectiu, treballem per oferir productes de qualitat a bons preus, promoure una alimentació saludable, local i sostenible, i desenvolupar un projecte inspirador per a les persones que formen part d'EROSKI, reflectint en tot moment els nostres valors cooperatius.

Valors

Com posem en pràctica els nostres valors

Més informació

Els nostres valors cooperatius —responsabilitat, cooperació, compromís amb les persones consumidores, participació, confiança i innovació— han guiat el desenvolupament d'EROSKI des dels seus orígens. Aquests són els principis que defineixen la nostra manera d'entendre l'empresa i la nostra relació amb les persones i les comunitats a les quals donem servei.

Avui, aquests valors es concreten en els **5 Compromisos Amb Tu**, un full de ruta que guia les nostres accions i reforça el nostre propòsit de generar valor econòmic, social i ambiental a l'entorn. Aquests compromisos sintetitzen la nostra manera d'entendre l'empresa i estableixen les prioritats de les nostres accions envers les persones consumidores i treballadores, l'entorn i la societat. A través d'ells traslladem a la pràctica el nostre model cooperatiu i la nostra manera de fer empresa.

**5 COM
PRO
MISOS**

amb tu



Fomentem l'**alimentació saludable**

A EROSKI, els productes frescos són el motor de la nostra proposta i l'essència del que entenem per alimentació saludable. Cada dia treballem per portar a la vostra taula fruita, verdura, carn i peix de la màxima qualitat, posant una gran atenció a cada detall per garantir-ne la frescor des de l'origen. Perquè una dieta equilibrada comença amb aliments de confiança i de proximitat.



Generem **riquesa local** i **solidaritat a l'entorn**

El nostre compromís amb les comunitats on operem va més enllà de la simple presència; busquem activament contribuir al desenvolupament i a l'enfortiment de l'economia regional. Per fer-ho, fomentem la col·laboració amb proveïdors locals i donem suport a la producció i el consum de productes autòctons. Aquesta col·laboració promou el creixement econòmic local, crea llocs de treball i fomenta la sostenibilitat dels ecosistemes productius pròxims. A EROSKI treballem per generar un impacte positiu en les comunitats i donem suport als proveïdors que, amb el seu esforç i dedicació, enriqueixen i donen vida als seus territoris.



Promovem la satisfacció i el desenvolupament de les **persones treballadores**

A EROSKI, junts construïm molt més que un lloc de treball: donem forma a un ecosistema viu on les persones creixen, aprenen i es desenvolupen d'una manera significativa. Ens centrem en el benestar dels nostres persones treballadores i potenciem el talent a través d'oportunitats reals, el lideratge compartit i la participació activa. D'aquesta manera, creem un entorn àgil i flexible on cada veu compta, els èxits es celebren en comú i els reptes s'afronten en equip, convertint el futur en una experiència compartida que es viu dia a dia.



Escoltem i informem les **persones consumidores**

A EROSKI creiem en una manera diferent de fer empresa: una on els valors cooperatius no són només paraules, sinó la guia de les nostres accions diàries. Per a nosaltres, la participació i la col·laboració són el punt de partida de tot allò que construïm plegats.

Per tots aquests motius, cada decisió que prenem se centra en el consumidor. La seva confiança ens impulsa a oferir una alimentació saludable, productes locals, una atenció propera i opcions que facilitin l'estalvi. Escoltem les seves necessitats i ens hi adaptem contínuament, combinant innovació i responsabilitat social per millorar la seva experiència de compra. Aquesta proximitat i aquest compromís són el que ens fa créixer i consolidar la nostra presència.



Millorem la **sostenibilitat ambiental**

A EROSKI creiem que cada decisió compta. Per això, el nostre compromís amb la sostenibilitat comença per com escollim i amb qui col·laborem. Treballem amb proveïdors responsables que comparteixen els nostres valors per reforçar la cura del medi ambient en tot el que oferim. Volem que cada etapa, des de l'origen de les matèries primeres fins a la transformació, manipulació i gestió dels residus, redueixi al màxim el seu impacte ambiental.

Govern corporatiu

Aliances estratègiques

01

02

La nostra essència

03

04

05



Som el Grup EROSKI, el primer grup de distribució minorista de béns i serveis de gran consum de caràcter cooperatiu a Espanya.

El model de govern d'EROSKI es basa en una estructura clarament definida que garanteix una gestió eficaç i coordinada a través dels diferents òrgans de l'organització. **L'Assemblea General** és l'òrgan suprem de decisió de la cooperativa; el **Consell Rector** exerceix la funció de supervisió i control, i el **Consell de direcció** és responsable de la gestió i la implementació de les decisions estratègiques.

Totes les societats del Grup es regeixen per les directrius de govern corporatiu d'**EROSKI, S. Coop.**, la qual cosa garanteix la coherència en els principis de gestió, supervisió i control a tota l'organització.

El **Consell Rector**, format per dotze membres — sis socis consumidors i sis socis treballadors— triats per l'Assemblea General, és responsable de definir les principals decisions estratègiques del Grup, d'aprovar el pla estratègic i les polítiques corporatives. Aquest model reflecteix l'essència cooperativa d'EROSKI, que es basa en la participació activa de les seves persones sòcies en el govern de l'organització.

En un entorn de competència intensa i transformació del sector de la distribució, a EROSKI creiem fermament que la col·laboració és una palanca clau per enfortir la nostra posició competitiva.

Per això fomentem aliances estratègiques que ens permeten crear sinergies, compartir capacitats i traslladar més oportunitats de valor i estalvi a les persones consumidores.

Entre aquestes col·laboracions destaquen les següents:

VEGALSA-EROSKI és una societat participada al 50% per la família González i el Grup EROSKI. Integrada en l'estructura societària del Grup, desenvolupa la seva activitat en l'àmbit de la distribució comercial i constitueix el referent d'EROSKI a Galícia, alhora que amplia la seva presència a comunitats limítrofes com Astúries i Castella i Lleó.

Té un equip de més de 7.000 persones i una xarxa comercial que arriba a les 290 botigues físiques que operen sota diferents ensenyes.

Supratuc2020 és l'aliança creada el 2021 entre el Grup EROSKI i EP Corporate Group per impulsar el desenvolupament empresarial a Catalunya i les Balears. Aquesta empresa es dedica a la distribució i venda de béns i serveis dins del perímetre empresarial del Grup, aplicant el model de bon govern d'EROSKI i establint òrgans de gestió gestionats conjuntament per tots dos socis. Més de 7.200 persones formen part de l'equip que treballa als 284 supermercats i oficines situats a Catalunya i les Balears.

EROSKI reforça la seva competitivitat en un mercat global mitjançant aliances internacionals que li permeten oferir millors preus i més estalvi a les persones consumidores. Cal destacar la seva participació a AGECORE, un grup de compra europeu format per altres grans empreses, que té com a objectiu ampliar la diversitat de productes, millorar els preus i generar més oportunitats per als proveïdors. En conjunt, els seus socis operen en 12 països europeus i arriben a una facturació d'uns 108.000 milions d'euros.

Model de *negoci*

La nostra xarxa comercial i logística

Guiats pels nostres valors cooperatius, creiem en una manera diferent de fer empresa basada en la participació i la col·laboració. Sobre aquesta base, i amb la missió de promoure una bona alimentació, satisfer les persones consumidores i treballadores, i generar riquesa al nostre entorn, hem desenvolupat el nostre **model comercial «amb tu»**, amb l'objectiu de ser la botiga preferida per a les persones i el seu entorn. Amb aquesta finalitat, oferim una cistella variada, de qualitat i accessible, combinant les nostres pròpies marques i les dels fabricants, alhora que donem suport a la producció local i fem una aposta clara pels productes frescos. Tot plegat es tradueix en una experiència propera, amb atenció personalitzada i propostes d'estalvi adaptades, integrant

la nostra visió i compromisos a totes les unitats de negoci i en la relació amb els nostres grups d'interès, i avançant el 2025 en els eixos estratègics que defineixen el nostre model.

Disposem d'un model de negoci multi-format dissenyat per satisfer les diverses necessitats dels nostres clients. Al llarg del 2025, hem continuat adaptant la nostra xarxa comercial a les noves dinàmiques del mercat, que van des de l'alimentació —el nostre negoci principal— fins a altres àmbits de diversificació com benzineres, botigues d'esport, òptiques i serveis d'assegurances.

Al llarg de l'any s'han obert 60 botigues físiques (13 pròpies i 47 franquiciades) i 53

tancaments (15 pròpies i 38 franquiciades), amb l'objectiu d'optimitzar l'estructura comercial i enfortir la nostra presència en territoris estratègics. Així, al tancament de l'exercici, el grup EROSKI compta amb 1.490 botigues físiques, que sumen 1,12 milions de metres quadrats de superfície comercial, a més d'11 òptiques i 7 botigues en línia, assolint així una xarxa comercial omnicanal de 1.508 establiments.

El nostre model combina diferents ensenyes i formats comercials que s'adapten a les particularitats de cada regió i a les expectatives de les persones consumidores, la qual cosa ens permet oferir una oferta local i competitiva, adaptada a cada entorn.



1.490 establiments físics



60 noves botigues
13 pròpies
47 franquiciades



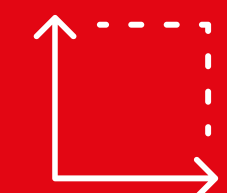
11 òptiques



7 botigues en línia



1.385 de domini alimentari



1,12 milions de m² d'establiments físics

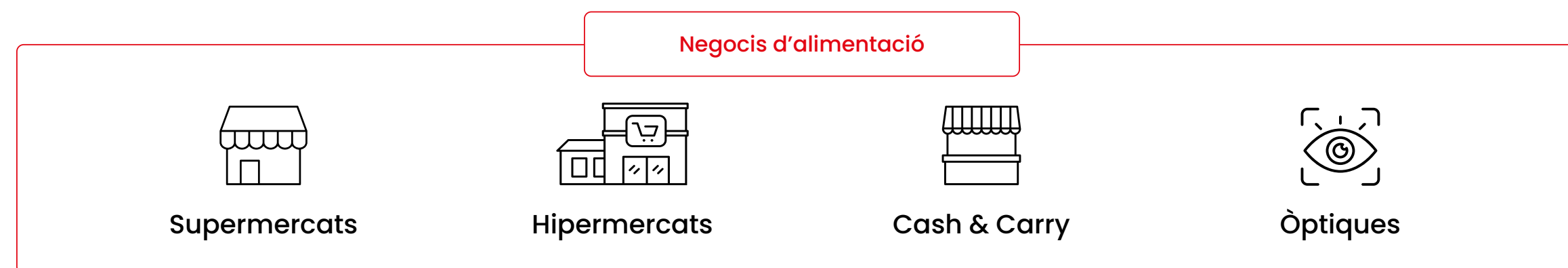
Les noves obertures de franquícies han suposat la incorporació de més de 10.700 m² addicionals de superfície comercial, repartits entre els establiments d'EROSKI, Caprabo i Vegalsa.

Durant el 2025, s'han dut a terme 35 reformes de botigues, la qual cosa ha permès una reducció de fins al 35% en el consum d'electricitat en comparació amb un supermercat convencional.

Desenvolupem la nostra activitat a través de dos grans àmbits de negoci:

El negoci alimentari, que constitueix el nucli de les nostres operacions i inclou hipermercats, supermercats i establiments cash & carry.

El negoci de diversificació, que inclou benzineres, botigues especialitzades d'esports i lleure, serveis òptics, on ja tenim 11 establiments, i solucions asseguradores.



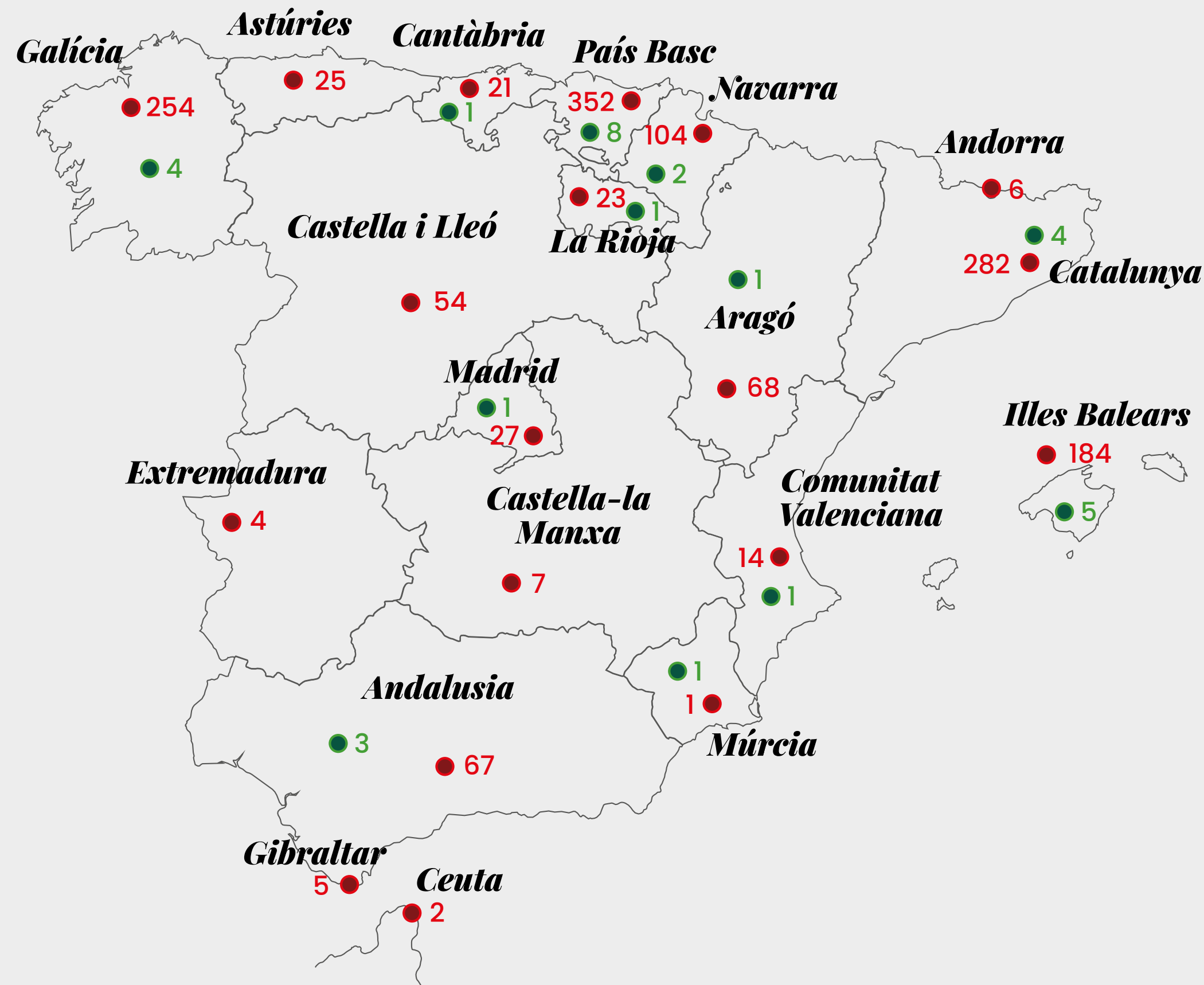
Nombre de botigues físiques del Grup EROSKI i les seves franquícies per negoci a 31 de gener de 2026

	Pròpies	Franquícies	Total
Hipermercats	36	0	36
Supermercats	723	612	1.335
Cash & Carry	14	0	14
Benzineres	40	0	40
Esport i lleure	63	2	65
Total xarxa física	876	614	1.490
Òptiques	11	0	11
En línia	7	0	7
Total xarxa omnicanal	887	614	1.508

Nombre de supermercats del Grup EROSKI i les seves franquícies per ensenya

	Pròpies	Franquícies	Total
EROSKI Center	185	2	187
EROSKI City	295	348	643
ALIPROX	0	95	95
ONDA	0	1	1
FAMILIA	79	0	79
RAPID	0	53	53
CAPRABO	164	113	277
Total	723	612	1.335

Xarxa de plataformes i establiments per comunitat autònoma



EROSKI disposa d'una xarxa de 32 plataformes logístiques estratègicament ubicades, dissenyades a partir del centre de gravetat de clients i proveïdors per optimitzar l'eficiència i minimitzar les despeses de transport. Aquesta xarxa es revisa contínuament d'acord amb l'evolució del negoci, com ara les obertures o els tancaments de botigues, garantint la proximitat i la capacitat de resposta. Al mateix temps, la companyia impulsa la modernització dels seus magatzems mitjançant millores energètiques,

l'ampliació d'instal·lacions de refrigeració i la incorporació de sistemes automatitzats, amb l'objectiu de disposar d'una xarxa flexible i sostenible per donar suport al seu creixement multicanal. En aquest context, EROSKI continua avançant en l'optimització de la seva logística, especialment en l'última milla, mitjançant l'electrificació gradual de la flota, la reorganització de rutes per reduir quilòmetres i l'ús de tecnologies que milloren l'eficiència en la preparació de comandes.

La nostra essència

01

02

03

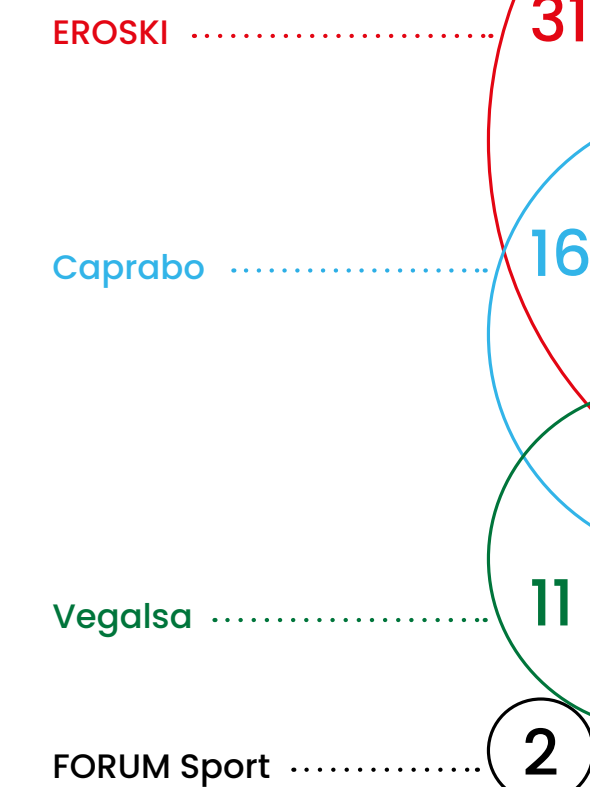
04

05



La xarxa comercial del Grup EROSKI continua evolucionant amb un **model multiformat i omnicanal** que combina supermercats, hipermercats, franquícies i el comerç en línia per satisfer les necessitats de les persones consumidores. El 2025, a més d'**obrir 60 botigues físiques**, la companyia va continuar impulsant el desenvolupament del seu ecosistema digital, reforçant el seu mercat web i ampliant les capacitats de la seva botiga en línia per oferir una experiència de compra més completa i accessible.

60 obertures el 2025



Caprabo impulsa el seu pla estratègic 2024-2026, centrat en el creixement i la millora de l'experiència de compra. Durant l'últim exercici, la companyia ha reforçat la seva aposta pels productes de proximitat i per traslladar més estalvi a les famílies mitjançant iniciatives com les **rebaixes de preus** en centenars de referències de marca pròpia. Aquestes mesures consoliden la posició de Caprabo com a referent de la distribució alimentària a Catalunya.



Vegalsa-EROSKI continua enfortint la seva xarxa comercial al nord-oest peninsular amb l'impuls de les seves principals ensenyas. En particular, **Autoservicios Familia** es consolida com un referent de proximitat amb una sòlida relació qualitat-preu, mentre que la xarxa **Cash Record** ha reforçat amb tres noves obertures la seva posició en el canal professional oferint solucions específiques per a l'hostaleria i el comerç minorista.



FORUM Sport ha tancat el 2025 amb dues noves obertures, una a Barcelona (Gavà) i una altra a Andorra, i ja sumem un total de 65 botigues en tot el territori on operem.

● Xarxa de plataformes ● Establiments físics

Model de *negoci*

Connectem experiències,
simplifiquem les compres

Omnicanalitat

Continuem impulsant la nostra estratègia omnicanal per oferir als clients una experiència de compra integrada, senzilla i adaptada a cada moment. El nostre objectiu és connectar de manera fluida els canals físics i digitals, facilitant a tothom triar com, quan i on fer la compra.

Treballem contínuament per millorar l'accessibilitat i la usabilitat dels nostres serveis digitals, eliminant barreres entre canals i ampliant les opcions disponibles. **El 2025 hem donat un nou impuls a aquesta estratègia amb el llançament del nostre mercat web, que amplia en més de 60.000 productes la nostra**

oferta i reforça el nostre ecosistema digital, integrant-lo amb la nostra xarxa de botigues i serveis logístics. D'aquesta manera, continuem avançant cap a una experiència de compra cada vegada més personalitzada, còmoda i flexible per a les persones consumidores.

Aquest avenç se sustenta en una aposta decidida per a la innovació i la tecnologia. El 2025 hem destinat més de **21,14 milions d'euros a projectes d'innovació i desenvolupament tecnològic**, participant en 33 iniciatives de R+D, de les quals 12 són projectes europeus desenvolupats en col·laboració amb centres

tecnològics, universitats i empreses emergents. Aquests inclouen projectes orientats a la reducció del malbaratament alimentari i el desenvolupament de solucions circulars, com ZeroW o ToNoWaste, així com iniciatives de digitalització i ús d'intel·ligència artificial aplicades al comerç minorista i a la relació amb els clients, com INGENIA, VISION AI o TECH4FOOD. Aquestes iniciatives reforcen la nostra capacitat per oferir una experiència omnicanal més eficient, innovadora i adaptada a les noves necessitats de les persones consumidores.



7
botigues
en línia

Alimentació
Material esportiu
Assegurances



77
punts
Click&Drive



32
punts
Click&Collect



4 taquilles
intel·ligents

R+D+R

21,14 M€
en projectes
R+D+R

Assortiment de qualitat: *les nostres marques, la nostra millor referència*

El nostre assortiment reflecteix l'aposta d'EROSKI per una alimentació saludable, accessible i sostenible. A través d'una estratègia multimarca, oferim a les persones consumidores una àmplia varietat de productes que combinen qualitat, bon preu i compromís amb el medi ambient.

Dins d'aquesta proposta, **les nostres pròpies marques tenen un paper clau**. Representen de manera directa els nostres valors com a empresa: promoure una alimentació més saludable, donar suport al producte local i avançar cap a models de producció i consum més sostenibles. Alhora, permeten **apropar productes de qualitat a preus competitius**, contribuint a l'estalvi quotidià de les famílies.

En els darrers anys hem reforçat aquesta aposta ampliant el nostre assortiment, revisant la composició nutricional de nombrosos productes i millorant-ne la competitivitat a nivell de preu. D'aquesta manera, les nostres pròpies marques s'han consolidat com un referent per a aquells que busquen **qualitat, fiabilitat i una relació qualitat-preu excel·lent**.

“
El 2025 hem incorporat 485 altes noves al nostre assortiment de marca pròpia, assolint així una oferta comercial de més de 6.000 referències.
”



EROSKI

Una àmplia gamma de productes que ofereix tot allò que necessites amb la millor relació qualitat/preu garantida.

3.607



Productes frescos de produccions més responsables amb tot el sabor, màxima traçabilitat i qualitat controlada, dels millors orígens i en el seu millor moment.

401

belle

Productes de cosmètica, higiene i cura personal sense parabens ni triclosan, testats dermatològicament i al millor preu.

408

VISTO BUENO

Roba i calçat amb dissenys propis i la millor relació qualitat/preu.

991

EROSKI basic

Producte de consum ordinari, per a cada dia, amb totes les garanties de qualitat d'EROSKI a un preu més baix.

265

BIO

Nova marca llançada el 2020 per a productes amb certificació ecològica que garanteix que han s'han produït en les millors condicions de protecció del medi ambient.

81

ecron
makes it easy

Aparells electrònics i electrodomèstics amb diferents nivells de funcionalitat i la millor relació qualitat/preu.

19

ROMESTER

Roba i equipament esportiu amb dissenys propis i la millor relació qualitat/preu.

94

EROSKI

SELEQTIA

El millor del millor. Productes testats pel Basque Culinary Center.

175



Nova marca llançada el 2022 per a productes amb el segell V-Label, que garanteix que són aptes per a persones veganes.

5

Número total de referències el 2025

6.046

...

01

02

03

04

05

Els nostres compromisos

Compromisos que guien la nostra acció

Des de sempre, EROSKI ha entès la seva activitat com una manera de contribuir activament al benestar de la societat.

El 2018 vam fer públics els nostres 10 Compromisos per la Salut i la Sostenibilitat per traduir aquest propòsit en un full de ruta concret. Avui, en un context social, ambiental i empresarial més exigent, fem un pas més i renovem aquest marc per continuar avançant amb una ambició més clara, més integrada i més participativa.

Fidels a la nostra essència d'empresa de distribució de base cooperativa i a la nostra missió, visió i valors, treballem per assolir resultats empresarials i generar, alhora, un impacte social positiu, especialment en el nostre entorn més proper, en el marc d'una governança sòlida i d'un exercici eficient de la nostra responsabilitat ambiental.

Aquests nous compromisos neixen d'un procés d'escolta compartida. Més de 5.000 veus —persones treballadores, clients i socis consumidors, proveïdors, franquiciats i especialistes en medi ambient, salut i acció social— han contribuït a la seva formulació.

El nostre model «amb tu» acompanya aquesta

manera d'entendre l'empresa: una forma de fer basada en la proximitat, l'escolta i la participació, al servei d'una proposta de valor útil per a les persones i per a l'entorn. I aquest model es concreta en un full de ruta clar: **els Compromisos EROSKI 2030**.

Una declaració que recull la nostra manera de fer empresa a través de cinc grans eixos d'actuació.

Cinc compromisos que guien les nostres decisions i ens permeten avançar cap a un model d'empresa més proper, més participatiu i més responsable.

Ens comprometem a **fomentar** l'alimentació saludable



Ens comprometem a **generar** riquesa local i solidaritat a l'entorn



Ens comprometem a **promoure** la satisfacció i el desenvolupament de les **persones treballadores**.



Ens comprometem a **escoltar i informar** a les **persones consumidores**



Ens comprometem a **millorar** la **sostenibilitat ambiental**



Ens comprometem a fomentar l'alimentació saludable

“
Perquè som un grup de botigues que cerca oferir productes de qualitat i contribuir a una bona alimentació de les persones consumidores.
”

Alimentem la salut de les persones consumidores

A EROSKI, treballem cada dia per oferir una alimentació més saludable, accessible i equilibrada, posant els productes frescos al centre de la nostra oferta comercial.

La nostra aposta per la qualitat, la proximitat i la confiança es tradueix en una selecció acurada de fruites, verdures, carns i peixos, garantint-ne la frescor des de l'origen i apropant les persones consumidores una alimentació basada en productes de qualitat.

Perquè una dieta equilibrada comença amb aliments de confiança, però també amb informació clara i decisions conscients.

01 Oferim una gran diversitat de productes saludables, amb un enfocament en els productes frescos i amb dinamisme en l'estalvi

Promovem una alimentació saludable a través d'una proposta integral que combina assortiment, qualitat, seguretat i accessibilitat econòmica. Oferim una gran varietat de productes saludables, amb una atenció especial als productes frescos, garantint una selecció equilibrada i adaptada a les necessitats de les llars.

El nostre model es basa en un assortiment de qualitat, variat i accessible, que integra productes frescos seleccionats diàriament, referències amb certificacions reconegudes i una aposta creixent per opcions més sostenibles i saludables.

Així mateix, reforcem la nostra oferta amb productes amb denominació d'origen i altres certificacions de qualitat que en garanteixen la procedència i el valor diferencial.

Aquest compromís amb la qualitat es fonamenta en sistemes de control rigorosos. El 2025, vam analitzar més de **29.000 mostres de producte**, amb un **94% de resultats satisfactoris**, mitjançant controls químics, físics, biològics i d'etiquetatge, garantint així la seguretat alimentària i la confiança del consumidor.

Al mateix temps, treballem per facilitar l'accés a una cistella de la compra equilibrada mitjançant polítiques actives d'estalvi. El 2025, EROSKI ha traslladat més de **435 milions d'euros en estalvi**, a través de promocions, descomptes personalitzats i programes de fidelització com l'EROSKI Club, el Caprabo Club i el Forum Sport Club, que permeten una relació més propera, segmentada i adaptada a les necessitats de cada llar.

Aquesta aposta s'ha concretat en iniciatives específiques al llarg de l'any. Entre aquestes, cal destacar la inversió de **44 milions d'euros en promocions especials durant la campanya de Nadal**, un període clau en què les llars augmenten la seva despesa en aliments. Per la seva banda, **Caprabo ha reforçat la seva proposta de valor promovent l'estalvi i donant un nou impuls a la seva marca pròpia**, ampliant l'assortiment i millorant la seva posició com a alternativa de qualitat a preus accessibles.



435 M€

d'estalvi transferit als nostres clients

02 Oferim productes de marca pròpia amb informació avançada i un bon perfil nutricional

La marca pròpia constitueix una palanca clau per facilitar una alimentació més saludable, accessible i transparent.

A EROSKI desenvolupem una àmplia gamma de productes amb un perfil nutricional millor, incorporant eines d'informació avançada que permeten a les persones consumidores prendre decisions més informades.

Entre aquestes, destaca la implantació del sistema **Nutri-Score**, present en més del **90% dels productes de marca pròpia el 2025**, que facilita una lectura clara i senzilla de la qualitat nutricional. Aquest sistema no només orienta l'elecció al punt de compra, sinó que impulsa un procés continu de reformulació de productes, millorant-ne la composició mitjançant la reducció de sal, sucres i greixos saturats, i contribuint a crear un assortiment més equilibrat.

Aquest enfocament es complementa amb eines de suport innovadores com **Ekilibria**, un programa pioner que proporciona informació nutricional personalitzada basada en els hàbits de compra de cada llar. A partir de les dades de la targeta de soci, Ekilibria genera informes mensuals que analitzen la cistella de la compra i ofereixen orientacions per assolir una alimentació equilibrada seguint els principis de la dieta mediterrània.

El 2025, més de **31.000 persones al mes** van rebre aquest informe personalitzat, consolidant-lo com una eina pràctica per promoure hàbits alimentaris més saludables. A més, gairebé **280.000 persones sòcies** han utilitzat contingut promocional sobre alimentació saludable que s'envia periòdicament com a part d'aquest suport.

També continuem ampliant la nostra gamma de productes per donar resposta a diferents necessitats alimentàries, incorporant alternatives específiques que faciliten una alimentació inclusiva:

248 productes sense gluten de marca pròpia

117 referències sense lactosa

40 referències sense llet

3 referències sense ou

En aquest àmbit, també hem enfortit la nostra col·laboració amb associacions de persones amb malaltia celíaca, renovant i ampliant convenis en diferents territoris. El 2025, **2.817 persones sòcies** d'aquestes associacions es van beneficiar d'acords que inclouen, entre altres avantatges, un **20% de descompte en la compra de més de 300 productes sense gluten**, facilitant així l'accés a una alimentació segura i adaptada.

D'aquesta manera, a EROSKI avancem en el desenvolupament d'una marca pròpia que combina qualitat, informació i accessibilitat, posant a disposició de les persones consumidores eines concretes que faciliten una alimentació més saludable en el seu dia a dia.

+31.000

persones s'han beneficiat del nostre servei d'informació nutricional EKILIBRIA.

65%

de la nostra gamma de marca pròpia ha obtingut una valoració Nutri-Score A, B o C

+29.000

controls analítics, tant químics, com físics, microbiològics o genètics.

+230.000

escolars han participat en el Programa educatiu d'alimentació i hàbits saludables (PEAHS)



03 Eduquem els infants per prevenir l'obesitat infantil

El nostre compromís amb la salut comença a la infància. A través de l'**Escola d'Alimentació de la Fundació EROSKI**, desenvolupem iniciatives educatives que promouen hàbits saludables entre els infants, implicant també les famílies i l'entorn educatiu.

L'educació és una eina clau per prevenir l'obesitat infantil i fomentar una relació positiva amb l'alimentació. Per això, treballem amb professionals de la nutrició, l'educació i la salut per oferir continguts rigorosos i eines pràctiques que facilitin una millor nutrició des de ben petits.

En aquest marc, el **Programa Educatiu en Alimentació i Hàbits Saludables (PEAHS)** continua ampliant el seu abast. Durant el curs 2024/2025, més de **233.000 escolars** han participat en aquestes iniciatives en **2.433 centres educatius**, a través de tallers, materials educatius i activitats adaptades a les diferents etapes educatives.

Entre els programes més destacats hi ha **«Energia per créixer»**, que combina materials didàctics i experiències pràctiques per promoure hàbits saludables en nens i nenes d'entre 3 i 12 anys,

incloent-hi tallers a les botigues i activitats a l'aula de cuina. Aquest programa, desenvolupat amb el suport d'experts en salut, nutrició i educació, ha evolucionat cap a un format semi-presencial amb més contingut digital, la qual cosa n'augmenta l'abast i l'eficàcia.

Així mateix, **Caprabo** també ha continuat desenvolupant el seu programa **«Tria bé, tria sa»**, que va celebrar la seva 16a edició el 2025, amb **276 tallers i més de 5.800 nens i nenes participants**, fomentant hàbits saludables des de ben petits a través d'experiències pràctiques a la botiga.

Per la seva banda, **Vegalsa-Eroski** impulsa iniciatives com **«Visita el teu supermercat»** o **«Matemàtiques al teu supermercat»**, amb l'objectiu de promoure una alimentació saludable i la compra responsable. El 2025, en aquests programes hi han participat més de **2.900 escolars en 112 tallers**.

D'aquesta manera, a EROSKI estem reforçant el nostre compromís amb l'educació alimentària com a fonament per construir una societat més saludable, donant suport a les generacions més joves perquè adoptin hàbits que tinguin un impacte positiu en el seu benestar present i futur.

04

Difonem informació i consells per menjar bé a través dels nostres canals

A EROSKI entenem que per promoure una alimentació saludable no només cal oferir productes adequats, sinó també generar coneixement útil que ajudi les persones a millorar els seus hàbits diaris.

Per aquest motiu, a través de l'**Escola d'Alimentació de la Fundació EROSKI** impulsem estudis que permeten conèixer en profunditat la realitat alimentària de la societat i guiar les nostres accions. El 2025, hem desenvolupat iniciatives com l'estudi **«Com mengem els espanyols»**, que evidencia un consum insuficient d'aliments saludables, així com l'**Enquesta sobre hàbits alimentaris entre els escolars de primària**, realitzada entre **2.126 nens i nenes d'entre 8 i 12 anys** a nou comunitats autònomes.

Els resultats d'aquesta enquesta mostren que, tot i que la majoria d'escolars participen en la compra i preparació dels aliments, encara hi ha reptes importants, com ara la necessitat de reduir el consum freqüent d'aliments poc saludables o de limitar la influència de les pantalles durant els àpats, posant en relleu el paper clau de la família i l'entorn educatiu en el desenvolupament d'hàbits saludables.

També hem analitzat l'impacte d'eines com el **Nutri-Score**, confirmant-ne la utilitat per facilitar decisions de compra més saludables i reforçant la importància de proporcionar informació clara, comprensible i accessible al punt de venda.

Aquests coneixements es tradueixen en contingut pràctic que posem a disposició de les persones consumidores a través dels nostres canals de relació. El 2025, més de **279.000 persones sòcies** han accedit a contingut i comunicacions específiques destinades a promoure una alimentació saludable, incorporant recomanacions, suggeriments de consum i consells adaptats a les seves necessitats.

Beneficis per al consumidor:

- ✓ Accés a informació precisa, rigorosa i independent.
- ✓ Eines i coneixements per prendre decisions informades.
- ✓ Promoció d'estils de vida saludables i consum responsable.
- ✓ Suport a la conservació del medi ambient i als drets de les persones consumidores.
- ✓ Confiança en els productes i serveis gràcies a recomanacions objectives.

D'aquesta manera, a EROSKI connectem l'anàlisi i la divulgació amb l'acció pràctica, facilitant que les persones consumidores no només disposin d'informació, sinó també d'eines concretes per avançar cap a hàbits d'alimentació més saludables.



Estem compromesos a generar *Riquesa local i solidaritat a l'entorn*

“
Perquè ens importa la societat de la qual formem part, des del petit productor agroalimentari fins a aquells que necessiten ajuda.
”

Aliments de la nostra regió, a la nostra taula

A EROSKI apostem pel que és proper com una manera de generar valor compartit. Per això, treballem amb productors locals a les regions on som presents, oferint aliments d'alta qualitat que destaquen per la seva frescor, el seu origen i la seva contribució a l'economia local.

Promoure els productes locals no només millora la nostra oferta comercial, sinó que també enforteix el teixit productiu, afavoreix relacions sostenibles a llarg termini i contribueix al desenvolupament de les comunitats.

Perquè creiem que **és bo que sigui d'aquí**.



01 Promovem una gran varietat de productes locals, especialment de petites i mitjanes empreses, amb gran dinamisme a les nostres botigues

El nostre compromís amb els productes locals es tradueix en una xarxa àmplia i diversa de productors i productes que apropen el millor de cada regió a les nostres botigues.

Treballem per garantir que cada comunitat autònoma tingui presència a la nostra oferta, posant en valor la riquesa gastronòmica i productiva de l'entorn i reforçant el vincle entre producció i consum.

El 2025, vam col·laborar amb un total de **2.315 productors locals**, que representen un 60% del total de proveïdors comercials nacionals, i que subministren prop de **19.983 productes**, consolidant una oferta de proximitat sòlida, diversa i amb un fort arrelament territorial.

2.468

productes amb DOP o IGP

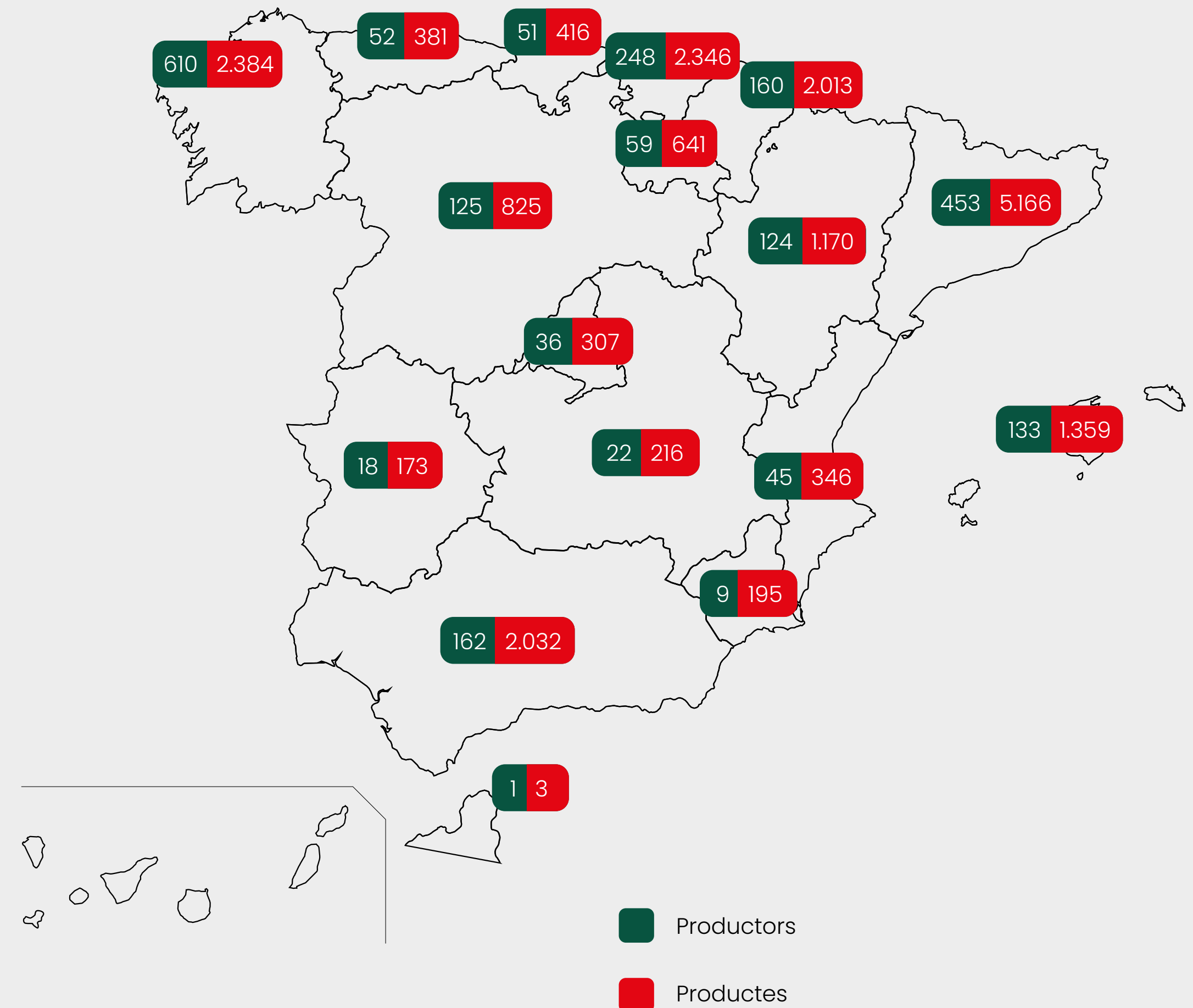
1.218

noves altes de productes locals i regionals

+1.150

productes amb marques de qualitat diferenciada Eusko Label, Reyno Gourmet o Tierra de Sabor

Aquest desplegament ens permet oferir una proposta distintiva a la botiga, amb un assortiment dinàmic que evoluciona segons l'estacionalitat, el territori i les preferències de les persones consumidores.



Productors

Productes

El 2025:

Hem renovat el nostre acord de col·laboració amb el Govern Basc per promoure un sector agroalimentari més sostenible i competitiu, reforçant la nostra tasca conjunta amb productors locals i fomentant-ne el desenvolupament a llarg termini.

Ens comprometem a generar riquesa local i solidaritat a l'entorn

...

01

02

03

Els nostres compromisos

04

05

21

02

Donem suport a les famílies productores perquè facin els seus processos més eficients i sostenibles

Mitjançant el nostre **Programa de suport**, treballem al costat dels productors locals per promoure el seu desenvolupament i la seva sostenibilitat.

Una iniciativa llançada el 2022 que hem anat ampliant progressivament, consolidant una xarxa col·laborativa basada en el diàleg, la millora contínua i la proximitat.

Avui, més de **350 empreses** formen part d'aquest ecosistema, en el qual treballem plegats per enfortir la cadena de valor agroalimentària i oferir un suport especial als petits productors, que són clau per al futur de l'alimentació i de la regió.

El 2025, el programa ha continuat creixent tant en nombre d'empreses participants com en abast territorial, incorporant noves iniciatives destinades a millorar la sostenibilitat, l'eficiència productiva i la competitivitat del sector. En aquesta línia, hem impulsat actuacions formatives específiques, com ara el **programa de formació en sostenibilitat per a productors de Navarra, desenvolupat en col·laboració amb Nagrifood**, que ajuda a reforçar les seves capacitats i a donar-los suport en l'adopció de pràctiques més eficients i responsables.



03

Donem suport a projectes d'acció social que promouen la solidaritat amb els col·lectius vulnerables i la inclusió social

El nostre compromís amb les comunitats en les quals operem va més enllà de les nostres activitats comercials. Entenem el desenvolupament de l'entorn de manera integral, incorporant una dimensió social que posa les persones al centre.

Per aquest motiu, promovem projectes d'acció social destinats a donar suport als col·lectius vulnerables, fomentar la inclusió i ajudar a millorar la qualitat de vida del nostre entorn. A través d'aquestes iniciatives, canalitzem recursos i capacitats per generar un impacte positiu real, col·laborant amb organitzacions socials i promovent una xarxa de suport estructurada i eficaç.

En aquest marc, mantenim una estreta col·laboració amb organitzacions com **Càritas, la Creu Roja, la Fundació ONCE, la Fundació Integra i altres entitats socials**, amb les quals desenvolupem iniciatives destinades tant a cobrir les necessitats bàsiques com a la inclusió social i laboral de les persones en situació de vulnerabilitat, ajudant a crear oportunitats reals i a avançar cap a una societat més inclusiva.

Al llarg del 2025, hem reforçat aquest compromís mitjançant iniciatives benèfiques de gran abast. Entre aquestes, destaca la nostra participació, un any més, en la **Gran Recollida d'Aliments dels Bancs d'Aliments**, una campanya clau per donar suport a milers de famílies de tot el territori, mobilitzant tant els clients com els equips de les botigues.

A més, a través dels nostres programes de recuperació i donació d'aliments, hem contribuït a **evitar el malbaratament de més de 65 milions d'àpats**, canalitzats a través d'un centenar d'organitzacions socials.



04

Retornem a la societat una part dels nostres resultats empresarials a través de la Fundació EROSKI

El nostre model combina desenvolupament econòmic i compromís social, generant valor tant en l'àmbit productiu com en el social.

A través de la **Fundació EROSKI** i altres iniciatives d'interès públic, retornem a la societat una part dels nostres resultats empresarials, contribuint al benestar col·lectiu i al desenvolupament de les regions on som presents.

Aquest compromís es materialitza en projectes que promouen hàbits de vida saludables, el consum responsable i el suport a les comunitats locals, reforçant el nostre paper com a agent actiu en la construcció d'una societat més cohesionada i justa.

El 2025, aquest esforç ha tingut un impacte tangible a través del seu **Pla de solidaritat**: EROSKI ha canalitzat més de **25 milions d'euros** cap a causes socials, beneficiant més de **280.000 persones** mitjançant la col·laboració amb **332 organitzacions socials i públiques**, a través d'iniciatives solidàries, programes socials i col·laboracions amb organitzacions de l'entorn. Aquestes accions van des del suport a grups vulnerables fins a la promoció de projectes educatius, sanitaris i de consum responsable.

D'aquesta manera, canalitzem una solidaritat real, assignant recursos a iniciatives que tenen un impacte directe en les persones i col·laborant amb organitzacions socials per garantir que l'ajuda arribi de manera estructurada, eficaç i sostinguda.



2.315
productors
locals

1.280
noves incorporacions
de productes locals

+25 M€
per a causes
socials

+280.000
persones
beneficiades

Ens comprometem a promoure la satisfacció i el desenvolupament de les *persones treballadores*

“
Perquè ens importa el benestar de les persones treballadores. La nostra implicació en el progrés del negoci i en la millora de les condicions ens impulsa i ens omple d'orgull.
 ”

Créixer, participar i treballar en igualtat de condicions

A EROSKI, creiem que les persones són la força motriu de tot el que fem. Més de **28.000 treballadors** formen part del nostre projecte: un equip divers i compromès que impulsa la nostra activitat cada dia. Per això, ens esforcem per crear un entorn on tothom pugui créixer, participar i desenvolupar-se en igualtat, formant part activa d'un projecte compartit.

Més que un lloc de treball, som un ecosistema viu on es promou el talent, es fomenta la participació i el benestar se situa al centre.

01 Oferim programes per contribuir al seu benestar, tenint cura tant de la seva salut física com mental

Promovem un enfocament integral del benestar que abasta la salut física, emocional i social de les nostres persones treballadores. Mitjançant programes específics, fomentem entorns de treball segurs, saludables i equilibrats, on la cura de les persones és una prioritat.

Abordem el benestar des de diferents angles:

- ✓ **Benestar laboral**, amb entorns segurs, flexibles i que afavoreixen la conciliació.
- ✓ **Benestar psicològic**, mitjançant programes de suport emocional i d'assessorament.
- ✓ **Benestar físic**, promovent hàbits saludables i la prevenció de riscos.
- ✓ **Benestar mèdic**, facilitant l'accés a serveis sanitaris locals i accessibles.
- ✓ **Benestar igualitari**, impulsant la igualtat real entre dones i homes.

02

Creem espais per a una participació genuïna de les persones treballadores gràcies al lideratge compartit per assolir objectius comuns

El nostre model cooperatiu situa la participació al centre de l'organització. Fomentem espais reals on els treballadors poden aportar, decidir i construir de manera conjunta el rumb del negoci.

Disposem d'un model de governança que promou la participació a tots els nivells, des dels òrgans socials fins als equips operatius, garantint que les persones puguin influir directament en la presa de decisions i en l'evolució del projecte.

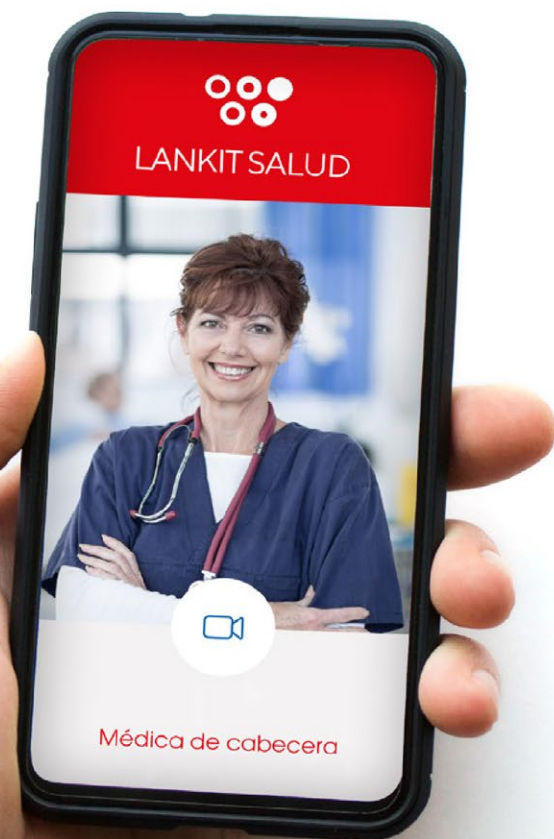
A més, hem desenvolupat un model d' **escolta activa i contínua**, recolzat per dinàmiques d'equip, canals de diàleg i eines com ara enquestes i sistemes de sondeig, que ens permeten recollir constantment les opinions de les persones treballadores i millorar la seva experiència diària.

Promovem un model de lideratge compartit basat en la confiança i la responsabilitat compartida, on cada veu compta i els èxits es construeixen en equip. Aquest enfocament fomenta entorns més àgils i col·laboratius, compromesos amb objectius comuns.

En aquest context, la metodologia **IMPACTO** s'ha consolidat com una palanca clau per transformar la nostra manera de treballar, promovent la col·laboració, la creació d'equips multidisciplinaris i la participació activa en el desenvolupament de projectes i iniciatives dins de l'organització.

«Perquè a EROSKI, la participació no és una opció: forma part de la nostra identitat».

impacto!



Ens comprometem a promoure la satisfacció i el desenvolupament de les nostres *persones treballadores*

03 Oferim oportunitats per evolucionar i aprendre

El desenvolupament professional és un pilar clau del nostre compromís amb les persones. Estem compromesos amb l'aprenentatge continu com a eina per fomentar el talent intern, enfortir l'ocupabilitat i preparar els nostres equips per assumir nous reptes i responsabilitats.

Al llarg del 2025, hem continuat reforçant aquest compromís, impartint **298.632 hores de formació**, la qual cosa representa un augment del 5% respecte a l'any anterior. En total, **108.201 assistents han participat en iniciatives de formació**, la qual cosa reflecteix l'abast i l'envergadura del nostre model de desenvolupament.

Aquest esforç es materialitza en programes destinats a potenciar les capacitats clau per al negoci, com ara el lideratge, la gestió i el desenvolupament professional. Iniciatives com els programes

de desenvolupament per a gestors—com ara el Business Managers MBA, EROSKI SUMMA i Gestors amb Potencial— ens permeten preparar les persones per assumir càrrecs de més responsabilitat, fomentant el talent intern i la promoció professional.

A més, estem reforçant la formació en el punt de venda mitjançant iniciatives específiques com les Escoles d'Aliments Frescos, dissenyades per millorar les habilitats tècniques i el coneixement dels productes, contribuint així a oferir el millor servei possible als clients.

També promovem programes d'acollida i formació inicial que faciliten la integració a la cooperativa, garantint una adequada adaptació i el desenvolupament des de les primeres etapes professionals.

D'aquesta manera, a EROSKI consolidem un model d'aprenentatge continu que impulsa el creixement professional de les persones i reforça la competitivitat de la organització.



+28.000
professionals

+298.000
hores de formació

76%
dones a la plantilla

74%
llocs de responsabilitat ocupats per dones

04 Garantim la igualtat d'oportunitats i l'absència de discriminació, donant suport a la inclusió en l'entorn laboral

A EROSKI, treballem per garantir entorns inclusius, diversos i lliures de discriminació, on tothom tingui les mateixes oportunitats de desenvolupament. La igualtat d'oportunitats és una part integral del nostre model cooperatiu i està impulsada per polítiques actives que promouen l'equitat, la diversitat i el respecte.

Aquestes dades demostren que es tracta d'una organització diversa, compromesa i alineada amb els valors de la igualtat i la participació.

Aquest compromís es materialitza en iniciatives que promouen la inclusió laboral dels col·lectius que tenen més dificultats per accedir a l'ocupació, mitjançant aliances amb entitats socials i programes específics que generen oportunitats reals.

A les nostres ensenyes, reforcem aquest compromís mitjançant iniciatives específiques. En el cas de **Caprabo**, destaquen els acords amb entitats com la **Fundació Exit**, orientats a millorar l'ocupabilitat dels joves en situació de vulnerabilitat, així com la seva col·laboració amb la **Creu Roja**, que l'ha reconegut com a soci estratègic en els programes d'inserció laboral.

El 2025:

EROSKI ha renovat la seva col·laboració amb la **Fundació ONCE**, reforçant el seu compromís amb l'ocupació de les persones amb discapacitat i la seva integració a l'entorn laboral.

Caprabo ha consolidat la seva col·laboració amb la **Creu Roja**, sent reconegut com a soci estratègic en els seus programes d'integració laboral.

Vegalsa-Eroski ha continuat promovent la inclusió laboral en col·laboració amb **Down Coruña**, creant oportunitats reals d'integració.

EROSKI, ha impulsat, en col·laboració amb **Lanerako**, un supermercat gestionat per persones en risc d'exclusió social, generant oportunitats laborals reals mitjançant formació i suport. Aquesta iniciativa reforça el seu compromís amb la inclusió social i laboral i el desenvolupament d'una economia més inclusiva.

D'aquesta manera, a EROSKI avancem cap a un model més inclusiu, en el qual la diversitat es considera un punt fort i on crear oportunitats per a tothom és una part essencial de la nostra manera de fer empresa.

Ens comprometem a escoltar i informar les *persones consumidores*

“
Perquè també fem negocis amb les persones consumidores. Mantener-los informats els ajuda a prendre millors decisions, i escoltar-los ens ajuda a millorar.
 ”

Escoltar per decidir junts

A EROSKI creiem en una manera diferent de fer empresa: una en què les persones consumidores no només participen, sinó que formen part activa de les decisions.

L'escolta no és una eina puntual; és la base del nostre model. Perquè quan escoltem, entenem millor. I quan entenem millor, prenem millors decisions.

Posem les persones consumidores al centre de totes les nostres decisions, construint una relació basada en la confiança, la proximitat i la transparència. Escoltem les seves necessitats de manera contínua i proporcionem informació clara i útil per ajudar-los a prendre decisions responsables i informades. Aquesta combinació ens permet adaptar la nostra proposta de valor i millorar constantment l'experiència de compra.

01

Proporcionem a les persones consumidores informació per facilitar-los una bona alimentació i un consum responsable, ajudant-los a superar les barreres tecnològiques

Facilitem a les persones consumidores informació clara, rigorosa i accessible per donar-los suport en les seves decisions de compra, promovent una alimentació saludable i un consum responsable.

A través dels nostres diversos canals de relació —com ara l' **EROSKI Club, la revista i el lloc web Consumer EROSKI, les nostres plataformes digitals i les xarxes socials**— oferim continguts, eines i recomanacions pràctiques per ajudar-los a prendre millors decisions en la seva vida quotidiana.

En aquest context, **Consumer EROSKI** s'ha consolidat com un espai de referència per al suport de les persones consumidores. Amb més de **250.000 lectors mensuals en la seva edició impresa** —publicada de manera ininterrompuda des del 1974— i una forta presència digital, Consumer ofereix informació independent, anàlisis comparatives i contingut pràctic en les quatre llengües oficials.

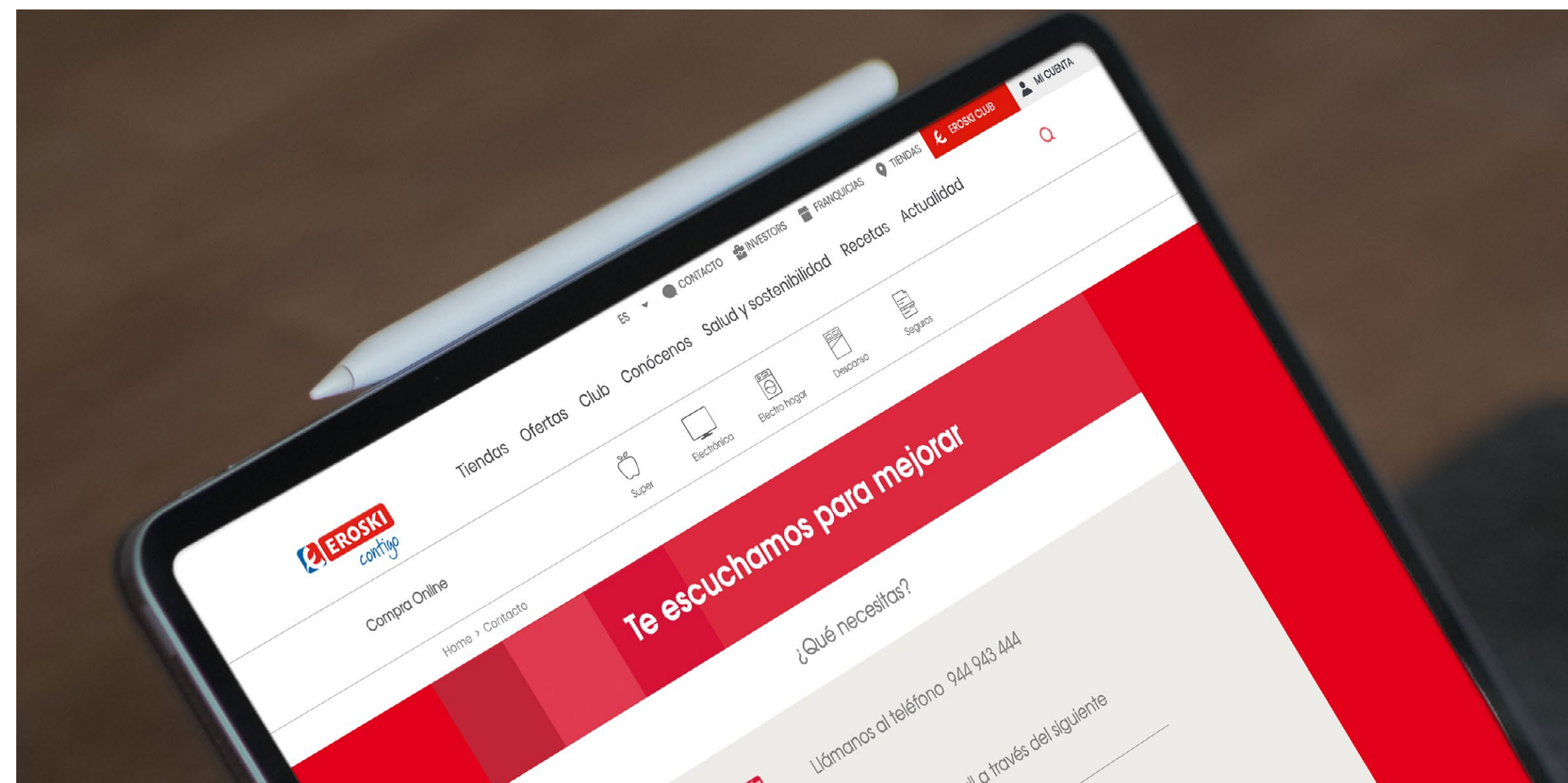
Al llarg del 2025, Consumer ha reforçat el seu impacte i el seu abast, amb gairebé **151 milions de visualitzacions i impressions**, una comunitat de més de **257.000 seguidors** i una presència destacada als mitjans, amb **456 mitjans de comunicació** que han informat dels seus continguts, generant una audiència estimada de més de **118 milions d'impressions**. A més, s'ha promocionat contingut audiovisual i s'han elaborat noves guies i butlletins informatius especialitzats en alimentació i salut, reforçant el seu paper com a referent d'informació útil i fiable.

També hem reforçat la nostra presència a les **xarxes socials** com a canal directe de comunicació i d'escolta activa. El 2025, vam superar els **1,3 milions de seguidors en conjunt**, amb un creixement especialment significatiu en canals com Instagram i TikTok, la qual cosa ens ha permès connectar amb nous perfils de persones consumidores a través de formats més dinàmics i accessibles.

De manera complementària, els nostres programes de fidelització ens permeten oferir una comunicació més personalitzada i segmentada. En aquest sentit, el Grup EROSKI té **més de 6 milions de persones sòcies** a través dels seus diversos clubs, consolidant-se com un canal clau per oferir informació, avantatges i continguts adaptats a les necessitats de cada llar. Aquests programes —EROSKI Club, Club Caprabo i FORUM SPORT Club— comparteixen l'objectiu de millorar l'experiència de compra, enfortir les relacions amb els clients i promoure una comunicació directa, segmentada i transparent.

A més, estem treballant per reduir les barreres tecnològiques, facilitant l'accés a aquests continguts i serveis a tots els perfils de persones consumidores, promovent la inclusió digital i garantint que la informació arribi d'una manera senzilla, comprensible i útil.

Aquest enfocament permet reforçar l'autonomia de les persones consumidores i avançar cap a un model de consum més informat, conscient i sostenible.



+250.000
lectors de la revista
Consumer

1,3 milions
de seguidors a les
nostres xarxes socials

+6 milions
de socis del nostre
programa de
fidelització

+455.000
participants en
activitats d'escolta

Ens comprometem a escoltar i informar les *persones consumidores*

...

01

02

03

Els nostres compromisos

04

05

25



02 **Mantenim un diàleg continu per entendre les seves necessitats**

Promovem espais reals d'escolta i participació que ens permeten conèixer directament les necessitats, les expectatives i les valoracions de les persones consumidores, integrant la seva veu en la millora contínua del nostre model.

Al llarg del 2025, hem organitzat **56 activitats de participació**, que van atraure més de **29.000 participants**, la qual cosa reflecteix el compromís i la implicació dels nostres clients.

De manera complementària, hem reforçat els nostres mecanismes d'escolta estructurada, duent a terme **44 iniciatives específiques**, en les quals han participat més de **455.000 persones**, incloent-hi socis dels clubs, persones consumidores i empreses proveïdores. Aquestes

iniciatives, que es duen a terme amb diferents freqüències (mensuals, trimestrals, anuals i *ad hoc*), ens permeten obtenir una visió contínua i detallada de les necessitats del mercat.

A més, hem recollit més de **4.500 opinions directes a les botigues**, reforçant l'escolta en el punt de contacte amb els clients i permetent una resposta més àgil i personalitzada.

Aquesta implicació activa no només enforteix la nostra relació amb les persones consumidores, sinó que també es tradueix en millores concretes a la nostra proposta comercial, des del nostre assortiment i els nostres preus fins a l'experiència de compra, reforçant el nostre model cooperatiu.

03

Actuem de manera transparent i ètica, guiats per bones pràctiques de governança

Actuem amb transparència i responsabilitat, guiats per principis ètics i bones pràctiques de govern corporatiu que garanteixen una gestió sòlida, responsable i orientada a les persones.

El nostre compromís amb la transparència es tradueix en una comunicació clara, en retre comptes i en la integració de criteris socials, ambientals i de bon govern en la presa de decisions.

Aquest enfocament es fonamenta en el nostre model cooperatiu, que promou una governança participativa i equilibrada. L'**Assemblea General**, com a màxim òrgan de decisió, està formada per **500 socis treballadors** i **500 socis consumidors**, que tenen un paper actiu en la definició de les línies estratègiques del Grup, garantint una representació plural i una presa de decisions que s'alinea amb els interessos de tots els grups d'interès.

També tenim estructures de govern que vetllen pel compliment dels principis ètics, la transparència en la gestió i el bon funcionament de l'organització, reforçant un model basat en la confiança, la responsabilitat i la participació.



04

Oferim el millor servei d'atenció al client, a les botigues i altres canals de contacte

Treballem per oferir la millor experiència als clients, combinant proximitat, qualitat i eficiència en tots els punts de contacte, tant a les botigues com a través dels canals digitals.

L'escolta activa es tradueix en decisions concretes que milloren la nostra proposta de valor, permetent-nos adaptar el nostre assortiment de productes i formats a les noves necessitats de consum, millorar la claredat de la informació a la botiga i avançar cap a un equilibri entre qualitat, sostenibilitat i preu, impulsant una millora contínua de l'experiència de compra.

Aquest compromís es fonamenta en un sistema d'atenció al client sòlid i accessible. El 2025 hem gestionat més de **424.000 consultes**, assolint una taxa de **de resolució satisfactòria del 91,68% per a les reclamacions** i una **taxa de resolució del 89,49% en el primer contacte**, la qual cosa reflecteix la nostra capacitat de donar una resposta àgil i eficaç a les necessitats dels clients.

A més, el nostre servei d'atenció al client està disponible en les quatre llengües oficials —castellà, basc, català i gallec— i a través de diversos canals, com ara el telèfon, el correu electrònic, el nostre lloc web i les xarxes socials, garantint-ne un accés proper, inclusiu i adaptat a les preferències de cada persona.

Aquest esforç ha estat reconegut externament: el 2025, i per **catorzena vegada consecutiva**, EROSKI va ser nomenada l'empresa amb el **el millor servei d'atenció al client** del seu sector, als premis organitzats per l'empresa de consultoria Sotto Tempo Advertising, basats en la valoració directa de les persones consumidores.

D'aquesta manera, a EROSKI convertim l'escolta en acció, oferint un servei cada cop més accessible, eficient i orientat a les necessitats reals dels nostres clients.



Estem compromesos a millorar la *sostenibilitat ambiental*

“
Perquè ens preocupa el futur del planeta,
treballem per millorar la sostenibilitat al llarg
de tota la cadena de valor.
”

Cuidem el nostre entorn

A EROSKI, considerem la sostenibilitat una responsabilitat integral que forma part de la nostra manera de fer empresa.

Treballem amb proveïdors responsables que comparteixen els nostres valors per reforçar la cura del medi ambient en tot allò que oferim. Volem que cada etapa, des de l'origen de les matèries primeres fins al processament, la manipulació i la gestió de residus, redueixi al màxim el seu impacte ambiental, promogui un consum més responsable i doni suport a tota la cadena de valor en la transició cap a un model més sostenible.

Actuem de manera integral en tota la cadena de valor, des de l'origen fins al consum final, promovent models d'economia circular basats en la reducció, la reutilització i el reciclatge de materials. En aquest context, **EROSKI es manté compromesa amb el Pacte Mundial de les Nacions Unides**, alineant les seves activitats amb els seus principis sobre drets humans, normes laborals, medi ambient i lluita contra la corrupció.

Perquè cuidar el planeta també és cuidar les persones i el seu futur.

- ✓ Més de 1.200 productes ecològics a la nostra oferta comercial.
- ✓ 710 productes amb certificacions de benestar animal com ara Welfair® o les certificacions pròpies d'Eusko Label i INTIA.
- ✓ 391 productes de la nostra marca EROSKI Natur, amb certificacions com ara GlobalG.A.P., Producció Integrada o benestar animal.
- ✓ 736 productes amb certificació FSC®, PEFC o SFI.
- ✓ 27 productes NATURAL de bellesa amb la certificació COSMOS Natural d'ECO-CERT.

Tenim més de 3.200 referències amb algun tipus de certificació o etiqueta de sostenibilitat externa, que avalen el nostre compromís amb una oferta cada vegada més responsable.

La nostra estratègia de sostenibilitat es basa en quatre pilars fonamentals: el disseny ecològic dels envasos, la reducció d'emissions, la lluita contra el malbaratament alimentari i la promoció del benestar animal.



01

Dissenyem els nostres envasos de manera ecològica per millorar-ne la circularitat

Treballem per fer que els nostres envasos siguin cada cop més sostenibles, apostant per la circularitat, la reducció de materials i la millora de la reciclabilitat.

El **disseny ecològic** és un dels pilars clau de la nostra estratègia, que ens permet repensar els envasos des del principi per reduir materials, millorar la reciclabilitat i avançar cap a models més sostenibles. Treballem d'acord amb els principis de la jerarquia de residus, prioritant la prevenció i la reutilització, i promovent l'ús de materials reciclats, reciclables o d'origen renovable.

Adoptem un enfocament integral a cada etapa:

El 64% de les nostres bosses ja estan fetes amb **materials reciclats, renovables o bioplàstics**, la qual cosa ha reduït el seu ús en un 19% des del 2018 i ha permès estalviar 574 tones de materials a l'any.

Promoció de l'ús d' **envasos reutilitzables** per a productes frescos, permetent als clients utilitzar els seus propis envasos i comprar a granel.

S'han analitzat 3.860 referències d' **envasos de marca pròpia** (438 proveïdors) per millorar sistemàticament el seu disseny ecològic.

Reutilització anual de més de 50 milions d'envasos logístics, incloent-hi 5,2 milions de palets i 44,4 milions de caixes.

El nostre objectiu principal és eliminar l'envàs sempre que sigui possible, promovent la venda de productes a granel. Actualment:

→ Aproximadament el **50%** de les fruites i les verdures es venen sense envàs.

→ A la peixateria, més del **90%** dels productes es venen a granel.

A més, continuem fent progressos per millorar els envasos de la nostra marca pròpia:

→ El 2025 hem assolit **803 referències de disseny ecològic** acumulades des del 2020.

→ La reciclabilitat mitjana dels envasos és del **77,8%**, d'acord amb els criteris de la futura normativa europea.

→ Hem reduït el nostre ús de plàstic convencional en un **15,4%** des del 2020, evitant més de 1.100 tones a l'any.

→ El **28%** dels materials utilitzats en els envasos de la nostra marca són d'**origen reciclat o renovable**.

A més, participem en projectes d'innovació nacionals i europeus destinats a millorar la sostenibilitat dels envasos, com ara SISTERS, REDYSING, BOTTLE4FLEX i MOEBIOS, entre d'altres, impulsant noves solucions basades en materials sostenibles i models circulars.



Ens comprometem a millorar la sostenibilitat ambiental

01

02

03

Els nostres compromisos

04

05

02

Reduïm les emissions de CO₂ i altres gasos amb efecte hivernacle

Avançem cap a un model operatiu més eficient i de baixes emissions de carboni, incorporant solucions tecnològiques i millores a les nostres operacions, amb l'objectiu de reduir la nostra petjada ambiental i avançar cap a un model energètic més sostenible.

A l'àmbit de les nostres botigues, continuem millorant l'eficiència energètica mitjançant la implementació de solucions avançades:

- El 90% de les botigues tenen portes a les vitrines refrigerades, que redueixen la pèrdua d'energia.
- El 97% disposa d'il·luminació LED, que arriba al 100% a la zona de vendes.
- El 63% incorpora sistemes d'automatització energètica.

A més, estem reforçant la gestió eficient del consum d'energia mitjançant sistemes de control com ara el **sistema de mesura intel·ligent**, implementat en el **70% dels nostres centres**, i l'ajust automàtic de la il·luminació basat en la llum natural.

Al mateix temps, estem avançant en la transformació de les nostres operacions logístiques, centrant-nos en l'**electrificació gradual de la nostra flota**, l'optimització de les rutes per reduir el nombre de quilòmetres recorreguts i l'ús de tecnologies que milloren l'eficiència en la preparació i distribució de comandes.

El 2025:

EROSKI ha estat reconeguda amb la tercera estrella Lean & Green, que acredita una reducció de més del 35% de les emissions de CO₂ en les seves operacions logístiques, consolidant el seu avenç cap a un model de distribució més eficient i de baixes emissions de carboni.

Hem assolit una **reducció del 27% de la nostra petjada de carboni des del 2023**, impulsada per mesures d'eficiència energètica, la innovació tecnològica i l'optimització de les nostres operacions.



03

Reduïm el malbaratament alimentari mitjançant la prevenció, les donacions o el processament dels excedents

Treballem per minimitzar el malbaratament alimentari al llarg de tota la cadena de valor, des de la gestió de l'assortiment de productes fins a la col·laboració amb organitzacions socials.

Promovem un enfocament basat en:

- La prevenció, mitjançant una planificació millorada, la gestió d'estocs i l'optimització dels processos.
- L'aprofitament, promovent el processament de productes i la venda de productes que s'acosten a la data de consum preferent.
- La donació, col·laborant amb organitzacions benèfiques per distribuir excedents aptes per al consum.

Aquestes iniciatives ajuden a reduir l'impacte ambiental associat al malbaratament, i, alhora, a generar un impacte social positiu.

El 2025:

El programa **Malbaratament zero** continua sent un dels nostres principals motors d'acció. A través d'aquesta iniciativa, EROSKI fa donacions de productes que s'han retirat de la venda per motius comercials però que encara són aptes per al consum, contribuint simultàniament a reduir el malbaratament alimentari i a generar un impacte social positiu.



04

Estem avançant en l'obtenció de la certificació de benestar animal, amb un enfocament en les nostres pròpies marques

EROSKI promou una Política de benestar animal destinada a garantir un tracte respectuós i condicions adequades per als animals al llarg de tota la cadena de subministrament, integrant aquest compromís en la gestió comercial, logística i de punt de venda, i fent-lo extensiu als seus proveïdors. Aquesta política es basa en el respecte per la vida animal, el compliment de les cinc llibertats i l'aplicació d'estàndards reconeguts com ara Welfair®, el European Chicken Commitment i GlobalG.A.P. en l'aqüicultura. Com a resultat d'aquest compromís, EROSKI ara ofereix **més de 500 productes amb certificacions de benestar animal**, reforçant una oferta que és cada vegada més responsable i que està alineada amb una producció sostenible.

De manera complementària, continuem ampliant la nostra gamma de productes sostenibles, amb més de **1.000 referències ecològiques**, i promovem pràctiques agrícoles i ramaderes que contribueixen a la protecció de la biodiversitat i a l'equilibri dels ecosistemes.

Aquest compromís es fonamenta en una estreta col·laboració amb els nostres proveïdors, als quals donem suport en l'adopció de les millors pràctiques productives. En aquest sentit, al llarg de 2025, hem impartit més de **4.500 hores de formació en sostenibilitat a gairebé 400 proveïdors**, ajudant a enfortir les seves capacitats i a promoure estàndards responsables al llarg de tota la cadena de valor.

Així, a EROSKI, integrem la sostenibilitat en cada decisió, cada procés i cada relació amb els nostres grups d'interès.

Perquè creiem que el futur es construeix avui, amb un model d'empresa que equilibra el creixement, el compromís social i el respecte pel medi ambient.

-27%
petjada de carboni des del 2023

800
referències amb disseny ecològic el 2025

+3.200
referències de marca pròpia amb segell de sostenibilitat



Signataris del Pacte Mundial de les Nacions Unides

...

01

02

03

04

05

Informació econòmica i financera

Informació econòmica i financera

A 31 de gener de 2026, hem tancat els comptes de l'exercici 2025 amb un augment del 2,8% dels ingressos ordinaris per vendes en comparació amb l'exercici 2024, fins arribar a la xifra de 5.487 milions d'euros en un entorn amb menys efecte fraccionari. Els resultats abans d'impostos ascendeixen als 85 milions d'euros, un 33,1% menys que la xifra del 2024, a causa de despeses financeres no recurrents en les quals s'ha incorregut durant el procés de refinançament del Grup fet durant l'exercici financer. Aquest procés ha suposat la normalització definitiva de la nostra estructura financera, ha

simplificat el nostre deute, ha millorat el nostre perfil de venciments i n'ha reduït el cost, generant estalvis i estabilitat a llarg termini. El nostre benefici operatiu (abans de financers, impostos, deterioraments i resultats per vendes d'immobilitzat) ha augmentat un 2,7% respecte a l'exercici financer anterior, arribant als 266 milions d'euros.

Després d'aplicar una despesa de 38 milions d'euros en concepte d'impost sobre societats, **el nostre resultat net positiu se situa en 47 milions d'euros.**

COMPTE DE RESULTATS DEL GRUP EROSKI	31/1/26	31/1/25	% s/ AA
INGRESSOS ORDINARIS	5.727.121	5.559.814	103,0%
Ingressos ordinaris per vendes	5.486.925	5.335.007	102,8%
Ingressos ordinaris per prestació de serveis	240.196	224.807	106,8%
ALTRES INGRESSOS	19.365	14.700	131,7%
BENEFICI OPERATIU (abans de deterioraments, resultats per venda d'immobilitzat i actius no corrents)	265.882	258.966	102,7%
Deterioraments, resultats per venda d'immobilitzat i actius no corrents	(13.592)	(14.239)	95,5%
BENEFICI ABANS DE FINANCERS I IMPOSTOS	252.290	244.727	103,1%
Resultat financer	(167.136)	(117.549)	142,2%
Participació en el benefici/pèrdues de les inversions aplicant el mètode de participació	20	27	74,1%
Pèrdues d'activitats continuades abans d'impostos	85.174	127.205	67,0%
Impost sobre els guanys	(38.079)	(45.507)	83,7%
RESULTAT DE L'EXERCICI	47.095	81.698	57,6%

Balanç de situació del grup EROSKI

ACTIU	31/1/26	31/1/25	Variació
Immobilitzat material	623.091	631.517	(8.426)
Inversions immobiliàries	151.043	147.094	3.949
Drets d'ús	665.627	693.983	(28.356)
Fons de comerç i altres actius no tangibles	855.535	854.440	1.095
Inversions comptabilitzades aplicant el mètode de participació	7.316	7.296	20
Deutors comercials i altres deutes per cobrar	11.099	7.698	3.401
Actius financers	141.758	140.248	1.510
Actius per impostos diferits	230.150	238.695	(8.545)
Socis per desemborsaments no exigits	152	213	(61)
TOTAL D'ACTIUS NO CORRENTS	2.685.771	2.721.184	(35.413)
Existències	416.979	400.517	16.462
Actius financers	11.077	8.290	2.787
Deutors comercials i comptes per cobrar	166.642	180.361	(13.719)
Actius per impost sobre la renda corrent	3.088	4.549	(1.461)
Socis per desemborsaments exigits	4.070	3.818	252
Efectiu i altres líquids equivalents	252.702	167.163	85.539
Actius no corrents mantinguts per a la venda	2.451	-	2.451
TOTAL D'ACTIUS CORRENTS	857.009	764.698	92.311
TOTAL ACTIU	3.542.780	3.485.882	56.898

Informació econòmica i financera

Balanç de situació del grup EROSKI

Patrimoni net i passiu	31/1/26	31/1/25	Variació
Capital	310.061	317.185	(7.124)
Prima d'emissió	3.808	3.808	-
Fons capitalitzats	95.525	95.525	-
Altre resultat global	34.792	30.795	3.997
Guany acumulats	(168.212)	(156.436)	(11.776)
Dividend a compte pagat durant l'exercici financer	(6.243)	(6.560)	317
PATRIMONI ATRIBUÏT A DOMINANT	269.731	284.317	(14.586)
Participacions no dominants	303.990	294.475	9.515
TOTAL DE PATRIMONI NET	573.721	578.792	(5.071)
Passius financers	1.486.579	1.569.744	(83.165)
Provisions	34.907	31.696	3.211
Altres passius no corrents	12.052	13.034	(982)
Passius per impostos diferits	135.849	140.884	(5.035)
TOTAL DE PASSIUS NO CORRENTS	1.669.387	1.755.358	(85.971)
Passius financers	297.767	249.297	48.470
Creditors comercials i altres comptes per pagar	993.665	892.685	100.980
Passius per impostos sobre beneficis corrents	8.240	9.750	(1.510)
TOTAL DE PASSIUS CORRENTS	1.299.672	1.151.732	147.940
TOTAL PATRIMONI NET I PASSIU	3.542.780	3.485.882	56.898

Per obtenir més informació sobre
tots aquests aspectes, accediu
al document complet d'**Estat
d'informació no financera i
informació de sostenibilitat 2025.**

[Ves al document](#)

