

S'han obert 58 nous establiments el 2014

**ELS SUPERMERCATS EROSKI FRANQUICIATS
CREIXEN UN 6% EN VENDES**

- **L'expansió de la xarxa franquiciada ha generat 316 llocs de treball el 2014**
- **La inversió de franquícies supera els 18 milions d'euros**
- **EROSKI llança un programa pioner en el sector, "Amb tu en franquícia", per millorar el suport ofert al franquiciat i obrir nous canals per a la seva participació**
- **La xarxa de franquícies EROSKI ha crescut en 148 establiments des de la posada en marxa del Pla Estratègic 2013-2016**

Elorrio, 10 de març de 2015.- Les vendes de la xarxa de supermercats franquiciats d'EROSKI han augmentat un 6% durant el 2014, un creixement degut a les noves obertures i a l'adaptació que la cooperativa ha fet del seu nou model comercial "amb tu" a la seva xarxa franquiciada.

EROSKI ha obert 58 nous supermercats el 2014, dotze obertures més que durant l'any anterior. Aquestes inauguracions han generat 316 llocs de treball i han comptat amb una inversió superior als 18 milions d'euros. EROSKI avança així en l'expansió de la seva xarxa franquiciada i suma ja un total de 148 nous establiments des de l'engegada, el 2013, del seu Pla Estratègic, xifra que consolida la xarxa com la segona de supermercats franquiciats d'Espanya.

Els 58 establiments franquiciats inaugurats el 2014 estan operatius a Andalusia (10), Aragó (3), Balears (12), Cantàbria (2), Catalunya (11), Galícia (2), Madrid (1), Navarra (3) i País Basc (14).

El director de franquícies d'EROSKI, Enrique Martínez ha recordat que "EROSKI ofereix un model de franquícia integral a aquells emprenedors que vulguin obrir supermercats entre 200 i 2.000 m² en poblacions de més de 1.500 habitants". La cooperativa aposta per la seva expansió per mitjà de franquícies, tal com recull el Pla Estratègic a 2016. Aquesta expansió de la xarxa franquiciada per als anys vinents es focalitza principalment a Andalusia, Madrid, Castella-la Manxa, Catalunya, Extremadura i Llevant.

EROSKI ofereix un model de franquícia integral, amb les ensenyes EROSKI/city i Caprabo (a Catalunya), per a establiments entre 250 i 500 m² que segueixen el model físic i comercial definit per l'ensenya. A més, EROSKI també ofereix altres opcions com Aliprox, Onda i Aprop (a Balears) amb una fórmula més flexible de franquícia concertada per a locals entorn de 250 m². Els consumidors troben en les botigues franquiciades EROSKI una oferta gairebé en exclusiva d'alimentació, un gran assortiment d'aliments frescos locals, un ampli assortiment de vora 3.000

EROSKI

Direcció de Comunicació Corporativa
OSCAR GONZÁLEZ URIARTE

Tel.: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

**EROSKI – OFICINA DE PREMSA
CONSEJEROS DEL NORTE**

ZIORTZA BERISTAIN
EDURNE IZQUIERDO

Tel.: 944 158 642

www.eroski.es > [Notes de premsa](#)
www.consumer.es

referències entre marca pròpia, de fabricant i productes locals i tots els avantatges del nou EROSKI Club, amb més de 2 milions de socis a tot Espanya. *"L'adaptació realitzada del model "amb tu" a les franquícies ha suposat un impuls destacat, amb una valoració molt positiva per part dels nostres franquiciats i molt bona resposta per part dels clients, que es reflecteix en un increment de les vendes"*, ha apuntat Enrique Martínez.

El director de franquícies afegeix que, a causa de les altes taxes de desocupació, reben cada vegada més trucades d'emprenedors interessats a posar en marxa un supermercat. *"En un moment en què l'atur és el principal problema en el nostre entorn, la franquícia és una fórmula d'èxit per a generar feina. La nostra cultura cooperativa d'autogestió encaixa perfectament amb la filosofia dels emprenedors que aposten per la creació de la seva pròpia empresa i busquen el suport de professionals d'àmplia experiència i una marca de confiança"*, ha explicat Martínez.

Més vinculació amb els franquiciats

Al final de 2014, EROSKI ha presentat a la seva comunitat de franquiciats el programa "Amb tu en franquícia", una iniciativa pionera en el sector de les franquícies que ofereix a les seves franquiciats formació comercial, serveis i avantatges personalitzats, informació de producte i eines per a optimitzar la gestió de les seves botigues...

"Es tracta de reconèixer el compromís dels nostres franquiciats amb EROSKI i viceversa. El programa neix per aportar més valor a la relació amb els nostres franquiciats i avançar cap a un model de franquícia amb una vinculació més gran amb el franquiciat, obrint també canals per articular la seva participació en les polítiques comercials engegades", ha aclarit Enrique Martínez.

Innovació i premi a la millor Franquícia Nacional de Comerç

La aposta d'EROSKI per la innovació en els seus formats comercials també s'estén a les franquícies. Dos projectes han destacat pel seu caràcter innovador. EROSKI va obrir l'exercici passat el primer supermercat dins d'un campus universitari a Espanya, per oferir així un servei inexistent fins ara. El segon projecte ha estat de caràcter temporal, oferint un supermercat en el Festival de Música BBK Live. Per al responsable de franquícies, *"han estat dos projectes molt emblemàtics en els quals hem definit noves respostes per a atendre les necessitats del consumidor d'avui"*.

Així mateix, el 2014 EROSKI ha rebut el *Premi Nacional a la millor Franquícia de Comerç* en el Saló Internacional de la Franquícia (SIF). Un reconeixement que persegueix posar en valor la innovació i l'expansió de les ensenyes guardonades.

EROSKI

Direcció de Comunicació Corporativa
OSCAR GONZÁLEZ URIARTE

Tel.: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

EROSKI – OFICINA DE PREMSA

CONSEJEROS DEL NORTE

ZIORTZA BERISTAIN
EDURNE IZQUIERDO

Tel.: 944 158 642

www.eroski.es > [Notes de premsa](#)
www.consumer.es