



Nota de prensa

La cooperativa y WWF colaboran desde 2004

## **EROSKI SE SUMA UN AÑO MÁS A LA CAMPAÑA “LA HORA DEL PLANETA” PROMOVIDA POR WWF**

- El próximo sábado EROSKI se sumará al apagón simbólico de la mayor iniciativa global en defensa del medio ambiente y que este año tiene por lema “Conéctate con la naturaleza”
- EROSKI y WWF colaboran desde hace años para promover políticas medioambientales en relación con la sostenibilidad de los caladeros de pesca, la mejora de la eficiencia energética y la promoción de un consumo más responsable

Elorrio, 24 de marzo de 2021.- [EROSKI](#) se suma por décimo primer año consecutivo a la campaña “[La Hora del Planeta](#)” promovida por [WWF](#) con el respaldo de Naciones Unidas, realizando un apagón simbólico su página web [www.consumer.es](http://www.consumer.es) que seguirá activa con una luz atenuada de menor intensidad, además de la difusión de la iniciativa que realizará en su página web y redes sociales a las que se unirán EROSKI, Caprabo y Vegalsa. Millones de personas de todo el mundo apagarán la luz durante una hora (entre las 20:30 y las 21:30 hora local) el próximo sábado, 27 de marzo, para concienciar al mundo sobre la importancia del medio ambiente y la lucha contra el cambio climático.

El lema de este año es “Conéctate con la naturaleza”, un año decisivo para la protección de la naturaleza y en el que los líderes mundiales tomarán decisiones políticas clave sobre la acción climática, el desarrollo sostenible y la naturaleza: en mayo de 2021 tendrá lugar en Kunming (China) la 15ª Cumbre sobre la biodiversidad. Esta reunión, junto con la Cumbre sobre el Clima 2021, que tendrá lugar en noviembre en Glasgow (Escocia), serán dos momentos fundamentales para lograr un plan global ambicioso para transformar la relación de la sociedad con la biodiversidad y garantizar que, para 2050, se cumpla la visión compartida de vivir en armonía con la naturaleza.

*“Un año más EROSKI se une a esta iniciativa de WWF, que se ha convertido en la mayor acción global de sensibilización en defensa del medio ambiente conocida hasta el momento. Los consumidores son cada vez más exigentes con los criterios de sostenibilidad y en EROSKI trabajamos para dar respuesta a esas demandas por un consumo más responsable”,* ha señalado el director de Salud y Sostenibilidad de EROSKI, Alejandro Martínez Berriochoa.

---

### **EROSKI**

Dirección de Comunicación Corporativa  
KRISTIAN PRIETO

Tel: 946 211 214

[comunicacion@eroski.es](mailto:comunicacion@eroski.es)

### **EROSKI – OFICINA DE PRENSA CONSEJEROS DEL NORTE**

JOANA G. LANDAZABAL  
EDURNE IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

[Sala de prensa online](#)



## Compromiso con la lucha contra el cambio climático

EROSKI incluye dentro de sus 10 Compromisos por la Salud y la Sostenibilidad numerosas líneas de acción para mejorar su impacto ambiental. Entre sus objetivos está precisamente el de reducir un 25% sus emisiones de gases de efecto invernadero para 2025. Para ello, pone el foco en la mejora de sus productos, servicios, tiendas y procesos.

EROSKI trabaja para ofrecer productos más sostenibles, potenciando los alimentos locales e incluyendo certificaciones que garantizan una producción más responsable, como, por ejemplo, en su gama de productos EROSKI Bio y Eco lanzada en 2020. También trabaja para mejorar sus envases de marca propia, con los objetivos de que todos sean 100% reciclables y reducir al menos un 20% las toneladas de plástico comercializadas en 2025. En este sentido, destacan sus iniciativas para aumentar la fruta y verdura a granel y facilitar el uso de envases reutilizables, como tápers en carnicería y pescadería, mallas en frutería y bolsas de rafia, con un 70% de plástico reciclado, y tela en la línea de cajas.

EROSKI también mejora la eficiencia de sus procesos para reducir su impacto ambiental. Así, en cuanto al transporte de sus productos, ha optimizado la planificación de sus rutas desde los proveedores hasta las plataformas y la distribución capilar desde éstas hasta las tiendas, mejorando el llenado de mercancía, ahorrando trayectos, tiempos de conducción, kilómetros recorridos y combustible. De hecho, EROSKI ha conseguido recientemente su primera estrella Lean & Green por haber superado el objetivo de reducir un 20% sus emisiones de CO<sub>2</sub> en los procesos de logística y transporte. Ha alcanzado incluso un 25% de reducción en cuatro años, uno menos que el plazo establecido inicialmente.

De cara a reducir el consumo energético de sus tiendas y plataformas logísticas, apuesta por una construcción sostenible y equipos más eficientes energéticamente y con menor impacto ambiental. Destacan acciones como el uso de iluminación LED, detectores de presencia, robots de temperaturas, uso de gases refrigerantes menos contaminantes y diseños que favorecen el aprovechamiento de la luz natural. Además, sigue avanzando en la compra de energía verde, que actualmente ya realiza en el 20% de sus plataformas.

---

### EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa  
KRISTIAN PRIETO

Tel: 946 211 214

[comunicacion@eroski.es](mailto:comunicacion@eroski.es)

### EROSKI – OFICINA DE PRENSA

#### CONSEJEROS DEL NORTE

JOANA G. LANDAZABAL  
EDURNE IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

[Sala de prensa online](#)



EROSKI cuenta además con herramientas para poder trasladar todas las medidas y toda la información a la ciudadanía: *“EROSKI está comprometido con la formación al consumidor en hábitos más responsables, a través de nuestro proyecto informativo CONSUMER y de la Escuela de Alimentación de la Fundación EROSKI, con un módulo de medio ambiente elaborado, precisamente, con WWF. Además, avanzamos hacia una mayor transparencia sobre el perfil ambiental de nuestros productos, con, por ejemplo, la publicación de forma pionera en la distribución de declaraciones ambientales de productos de marca propia”*, ha recalcado Martínez Berriochoa.

### **Más de 15 años de colaboración**

EROSKI y WWF, que colaboran en distintas iniciativas desde hace más de 15 años, para el desarrollo de distintas políticas medioambientales en relación con la explotación sostenible de caladeros, la mejora en la eficiencia energética, la promoción de un consumo más responsable, la promoción de pesca sostenible o el lanzamiento de productos de marca propia EROSKI con buenas prácticas sostenibles. Además, WWF colabora con la revista [www.consumer.es](http://www.consumer.es) publicando contenidos en su canal de medio ambiente y avala el programa de la cooperativa sobre alimentación saludable [Ekilibria](#).

Por otro lado, WWF sigue desarrollando contenidos pedagógicos para un módulo específico sobre sostenibilidad dentro del Programa Educativo sobre Alimentación y Hábitos Saludables que desarrolla la [Escuela de Alimentación EROSKI](#) en colaboración con centros escolares de toda España.

---

#### **EROSKI**

Dirección de Comunicación Corporativa  
KRISTIAN PRIETO

Tel: 946 211 214

[comunicacion@eroski.es](mailto:comunicacion@eroski.es)

#### **EROSKI – OFICINA DE PRENSA**

##### **CONSEJEROS DEL NORTE**

JOANA G. LANDAZABAL  
EDURNE IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

[Sala de prensa online](#)