

**INFORME D'ACTIVITAT EL 2020**

**Les vendes totals van arribar a 5.376 M€, amb un augment del 2,1%**

**EROSKI VA MILLORAR LES VENDES D'ALIMENTACIÓ UN 8,6% I VA ELEVAR LA QUOTA DE MERCAT AL NORD EL 2020**

- A la zona nord d'Espanya va incrementar la quota i es va situar per sobre del 13%, mercat en el qual és el segon operador (des de Balears fins a Galícia)
- Va tancar l'exercici amb un creixement del 82% de les vendes del negoci en línia a la zona nord, on amplia la quota de mercat a més del 20%
- EROSKI va efectuar compres a productors locals per valor de 995 M€, un 13% més que l'any anterior
- El grup va tancar l'any creant prop de 900 llocs de treball i elevant l'equip a vora 30.000 persones, un terç de les quals són socis
- El grup i els seus clients van donar el 2020 més de 12 M€ per mitjà de diverses iniciatives solidàries, un 70% dels quals els va aportar EROSKI

Elorrio, 29 d'abril de 2021.- El grup [EROSKI](#) va tancar l'exercici passat millorant les vendes brutes un 2,1%, fins als 5.376 milions d'euros, tot i els efectes adversos de la COVID-19 en els seus negocis no alimentaris -les seccions no alimentàries dels hipermercats, viatges, botigues d'esport i gasolineres-, sectors especialment afectats per la reducció de la mobilitat i restriccions d'obertura durant la pandèmia. Destaca, en canvi, l'evolució del negoci alimentari del grup, que va arribar a 5.067 milions de vendes brutes, excepte gasolineres, amb un creixement del 8,6%. Aquest creixement de la facturació s'ha aconseguit en un context en què la superfície de venda en l'any s'ha reduït en 40.000 metres quadrats nets, la majoria fora de la zona nord.

Així mateix, EROSKI ha enfortit la seva posició augmentant la quota de mercat a la zona nord d'Espanya un 0,3% fins al 13,3%, zona on es manté com el segon distribuïdor d'alimentació (des de Galícia fins a Balears) i on EROSKI ha concentrat fins ara la transformació de la seva xarxa al model "amb tu" i també on ha decidit reforçar l'expansió com a zona prioritària.

---

**EROSKI**

Dirección de Comunicación Corporativa  
KRISTIAN PRIETO

Tel.: 946 211 214

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



Aquest bon comportament de les vendes també s'ha traslladat al canal *online*, que durant la pandèmia ha mantingut l'operativitat en tot moment i ha arribat a multiplicar per quatre la seva capacitat en la primera part de l'exercici. Així, va tancar el 2020 amb un creixement del 82% en les vendes i una quota de mercat de més del 20%. Els canals digitals del grup, [EROSKI Online](#) i [Capraboacasa](#), han multiplicat per quatre el nombre de clients durant l'exercici 2020. EROSKI *online* va ser elegit pels consumidors com el millor supermercat a Internet per quart any consecutiu.

Durant l'exercici passat, EROSKI va inaugurar 52 botigues franquiciades i va obrir 20 botigues pròpies dins del domini alimentari. A més, 92 establiments es van transformar al model "amb tu", que caracteritza la seva nova generació de botigues.

### **Va augmentar l'impacte econòmic en la societat**

Les compres a productors locals van augmentar un 13%, que eleven la xifra fins als 995 milions d'euros. EROSKI va comercialitzar 20.692 referències de més 2.400 petits productors agroalimentaris, com a part de la seva política de suport al producte local. En un exercici marcat per la pandèmia, EROSKI va arribar a acords amb centenars de petits productors i cooperatives agràries que havien perdut els seus canals habituals de venda (restauració, col·lectivitats, etc.) per la situació d'alerta sanitària amb l'objectiu d'ajudar la comercialització de les seves partides de

#### **EROSKI**

Dirección de Comunicación Corporativa  
KRISTIAN PRIETO

Tel.: 946 211 214

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

**EROSKI – OFICINA DE PRENSA**

Tel.: 944 158 642

**Sala de prensa online**

producció. Per fer-ho possible va desenvolupar un sistema col·laboratiu d'ajuda al sector primari que integrava els excedents a la seva xarxa de botigues.

Quant a l'ocupació, el grup va crear vora 900 llocs de treball durant l'exercici 2020, xifra que va elevar el seu equip a 29.806 persones, un 3% més que l'any anterior. Entre aquests 259 persones s'hi ha incorporat com a nous socis de treball, que eleven el total a 8.954, un 3% més que el 2019.

El compromís amb la sostenibilitat és un dels eixos estratègics per a EROSKI, i durant l'any passat va assolir grans fites emmarcades en aquesta línia. Entre d'altres, l'èxit de la primera estrella en el projecte [Lean & Green](#), per haver superat l'objectiu de reduir un 20% les emissions de CO<sub>2</sub> en els processos de logística i transport, o la certificació de benestar animal i un envàs més respectuós amb el medi ambient per a la gamma de llet local al País Basc, Navarra, Galícia i Balears. El 2020 també va abordar el llançament d'una nova gamma ecològica de productes frescos de marca pròpia i d'alimentació. Així mateix, la implantació pionera de la declaració ambiental dels productes EROSKI de marca pròpia ha merescut el reconeixement com una de les vint innovacions més destacades el 2020 per part de l'Observatori d'Innovació en Gran Consum a Espanya.

### **També va créixer en solidaritat el 2020**

La crisi sociosanitària provocada per la COVID-19 ha agreujat la situació de necessitat dels més vulnerables. Amb la col·laboració dels seus clients, EROSKI va donar el 2020 més de 12 milions d'euros a nombroses causes entre les quals destaquen les relacionades amb col·lectius afectats per la COVID-19. D'aquest import, el 70% el va aportar EROSKI. Entre les accions que va portar a terme hi ha diverses campanyes per a recaptar fons per a l'alimentació i la higiene d'un dels col·lectius més vulnerables d'aquesta crisi, com és el de les famílies amb menors en risc d'exclusió social, aguditzat per la pandèmia, mitjançant les quals s'ha aconseguit recaptar més de 850.000 euros; o la donació de roba a persones sense llar i de més d'un milió de mascaretes a la gent gran i les famílies més necessitades mitjançant les residències de la tercera edat, ajuntaments i entitats socials. Per portar a terme aquestes iniciatives va col·laborar amb [Càritas](#), [Creu Roja](#) i més de 200 entitats benèfiques locals.

A més, va facilitar l'accés a productes de primera necessitat mitjançant més de 15.000 "targetes solidàries", posades a disposició d'entitats socials i institucions públiques, i va donar als bancs d'aliments l'equivalent a més de 6,5 milions d'àpats.

#### **EROSKI**

Dirección de Comunicación Corporativa  
KRISTIAN PRIETO

Tel.: 946 211 214

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

**EROSKI – OFICINA DE PRENSA**

Tel.: 944 158 642

**Sala de prensa online**

---

Així mateix, EROSKI va implantar el programa de “[Cèntims Solidaris](#)” mitjançant el qual els clients que ho vulguin poden contribuir a les causes solidàries que es renoven periòdicament, i per a les quals EROSKI afegeix també una contribució addicional. Des del novembre passat, gràcies als més de 9,8 milions de microdonacions i a l’aportació addicional d’EROSKI, s’han destinat 1,5 milions d’euros a més de 85 entitats socials d’ajuda a famílies vulnerables, infants amb càncer, dones i infància víctimes de la violència de gènere, persones afectades per malalties neurodegeneratives i per a la vacunació d’infants en països en desenvolupament.

### **Compra en un entorn segur**

Des del començament de la pandèmia, disposar d’entorns segurs per als seus clients i treballadors ha estat la prioritat d’EROSKI. La consecució del segell [Clean Site](#), que identifica el 100% dels seus establiments com a entorns segurs i que atorga [Bureau Veritas](#) com a tercera part externa i independent, confirma les bones pràctiques i l’esforç desenvolupat en aquest sentit. EROSKI va reforçar les mesures de seguretat i prevenció i la neteja dels seus establiments. També l’atenció personalitzada, el control d’aforaments, la gestió i control de les distàncies de seguretat i la disponibilitat d’equips de protecció individual i mesures de protecció. Així mateix, es van intensificar i van augmentar les freqüències de neteja i desinfecció. La majoria d’aquestes mesures es manté en l’actualitat.

A més, EROSKI va dedicar tota l’atenció als clients pertanyents als col·lectius més vulnerables com els de la gent gran, persones amb discapacitat o embarassades, i també els sanitaris. Així, va habilitar horaris d’atenció prioritària per a ells i caixes preferents a la seva disposició; es va reforçar el sistema de compra i enviament a domicili gratuït per a milers de persones grans mitjançant una línia telefònica, a més del canal *online*, i es van desenvolupar protocols de seguretat que extremaven la mesures de prevenció en els lliuraments.

#### **EROSKI**

Direcció de Comunicació Corporativa  
KRISTIAN PRIETO

Tel.: 946 211 214

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

**EROSKI – OFICINA DE PRENSA**

Tel.: 944 158 642

**Sala de premsa *online***

---