

ANUARIO DE ACTIVIDADES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA DE EROSKI NO 2010



ÍNDICE

VETERANOS EN RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA	05
RESUMO DAS ACTIVIDADES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA DE EROSKI NO 2010	07
CAMPAÑAS PARA PROMOVER UNHA ALIMENTACIÓN SA	08
INFORMACIÓN E FORMACIÓN AO CONSUMIDOR	12
PATROCINIOS E COLABORACIÓNS	22
ACCIÓNS DE SOLIDARIEDADE	26
APOIO ÁS PERSOAS CON DISCAPACIDADE	30
CULTURA E DEPORTE	34
PREMIOS E RECOÑECIMENTOS OBTIDOS NO 2010	36



VETERANOS EN RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

DESDE QUE COMEZAMOS A NOSA ANDAINA, HAI XA MÁIS DE 40 ANOS, SOMOS UN AXENTE ACTIVO NAQUELES LUGARES ONDE DESENVOLVEMOS A NOSA ACTIVIDADE. EN EROSKI CREMOS QUE PARA LOGRAR UN PROXECTO EMPRESARIAL QUE POIDA CUALIFICARSE COMO SUSTENTABLE UNHA EMPRESA DEBE ATENDER NON SÓ AOS OBXECTIVOS DE RENDIBILIDADE ECONÓMICA, SENÓN TAMÉN Á VERTENTE SOCIAL E AMBIENTAL. DEBE XESTIONARSE UN 'TRIPLO BALANCE'.

A TRAVÉS DE FUNDACIÓN EROSKI E DO FONDO RESERVADO COFIP DESTINAMOS CADA ANO O 10% DOS NOSOS BENEFICIOS A INICIATIVAS ENMARCADAS DENTRO DO CONCEPTO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA. CON ESTE INVESTIMENTO, O NOSO OBXECTIVO É TRABALLAR A FAVOR DO CONSUMIDOR, A COMUNIDADE E O AMBIENTE EN CLAVE DE INTERESES SOCIAIS.

NESTE SENTIDO UNHA DAS NOSAS PRIORIDADES É A INFORMACIÓN E FORMACIÓN AO CONSUMIDOR. O PROXECTO EROSKI CONSUMER, A EDICIÓN DE GUÍAS E FOLLETOS EXPLICATIVOS E A POSTA EN MARCHA DE CAMPAÑAS DIVULGATIVAS SON BOA MOSTRA DO NOSO AFÁN POR PROPORCIONAR AO CIDADÁN FERRAMENTAS ÚTILES PARA O SEU DÍA A DÍA. A SOLIDARIEDADE, A SUSTENTABILIDADE E O RESPECTO POLO AMBIENTE MARCAN TAMÉN OUTRAS VÍAS DE TRABALLO IMPORTANTES. E, ADEMAIS, RESERVAMOS PARTE DOS NOSOS RECURSOS PARA APOIAR INICIATIVAS DE TERCEIROS, TANTO A NIVEL INSTITUCIONAL COMO SOCIAL.



RESUMO DAS ACTIVIDADES DE RSC DE EROSKI NO 2010

- > CAMPAÑAS PARA PROMOVER UNHA ALIMENTACIÓN SA
- > INFORMACIÓN E FORMACIÓN AO CONSUMIDOR
- > PATROCINIOS E COLABORACIÓNS
- > ACCIÓNS DE SOLIDARIEDADE
- > APOIO ÁS PERSOAS CON DISCAPACIDADE
- > CULTURA E DEPORTE

CAMPAÑAS PARA PROMOVER UNHA ALIMENTACIÓN SA

PREOCUPÁMONOS POLA SAÚDE DOS NOSOS CLIENTES. POR ISO, ORGANIZAMOS DIVERSAS INICIATIVAS PARA EDUCAR OS CONSUMIDORES NO TERREO DA ALIMENTACIÓN, PROMOVEDO HÁBITOS SAUDABLES Á HORA DE COMER E PROPORCIONÁNDOLLES INFORMACIÓN DE INTERESE PARA LOGRAR UNHA DIETA MÁIS EQUILIBRADA.



POR TU CORAZÓN HEMOS ELIMINADO LAS GRASAS TRANS

'POLO TEU CORAZÓN, ELIMINAMOS AS GRAXAS TRANS'

COA COLABORACIÓN DA FUNDACIÓN ESPAÑOLA DO CORAZÓN (FEC), NO 2010 LANZAMOS UNHA CAMPAÑA DE INFORMACIÓN E CONCIENCIACIÓN SOBRE AS GRAXAS TRANS, PROCEDENTES DE ACEITES VEXETAIS PARCIALMENTE HIDROXENADOS E PRESENTES EN ALIMENTOS COMO MARGARINAS, PASTELARÍA INDUSTRIAL, SNACKS OU PRATOS PREPARADOS.

UNA RACIÓN DE ZUMO NATURAL
(1 vaso) CONTIENE

CALORÍAS	AZÚCARES	GRASA	GRASA SATURADA	SAL	FIBRA
84	0,7g	0,4g	0,1g	0g	2,5g
4%	<1%	<1%	0%	0%	10%

DE LA CANTIDAD DIARIA RECOMENDADA (CDO) PARA UN ADULTO


**SIN
GRASAS
TRANS***

As graxas trans inflúen de forma negativa sobre os niveis de colesterol e, en consecuencia, sobre a nosa saúde cardiovascular. Por iso, é recomendable evitar o seu consumo. Neste tema a aposta de EROSKI é rotunda, xa que somos a única empresa española de distribución que retirou este compoñente de todos os nosos produtos de marca propia, dando resposta así á demanda de alimentos máis sans expresada polos consumidores nos FOCO (foros de participación dos consumidores nos cales nos transmiten a súa opinión sobre diversos temas vinculados á nosa actividade que lles afectan).

A campaña posta en marcha no 2010 para comunicar esta iniciativa foi unha das de máis éxito do ano e implicou todas as canles de comunicación da empresa. Difundimos ao redor de 430.000 folletos nos nosos establecementos. O labor de información ao redor deste tema veu acompañado de ofertas nalgúns artigos, degustacións de produtos, un concurso, anuncios en televisión, aparicións en EROSKI CONSUMER e outros medios de comunicación...

En total, máis de 70.000 clientes participaron de forma activa na campaña. A maioría (61%) recibiu asesoramento personalizado, mais tamén foron moitos (37%) os que puideron gozar das degustacións de produtos sen graxas trans comprobando así que o seu sabor ficaba intacto. A iniciativa foi un éxito tanto polo número de consumidores que tomaron parte na mesma como polo nivel de comprensión que se conseguiu da mensaxe.



'POLA TÚA SAÚDE, FÍXATE E UTILIZA O SEMÁFORO NUTRICIONAL DOS PRODUTOS EROSKI'

CO AVAL DA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE DIETISTAS-NUTRICIONISTAS (AEDN), NO 2010 ORGANIZAMOS UNHA CAMPAÑA PARA QUE OS NÓSOS CLIENTES APRENDESEN A USAR O SEMÁFORO NUTRICIONAL INCORPORADO NOS PRODUTOS EROSKI. ESTA FERRAMENTA PODE SER ÚTIL PARA LOGRAR UNHA DIETA MÁIS EQUILIBRADA, XA QUE PROPORCIONA INFORMACIÓN NUTRICIONAL DE VALOR QUE NOS PERMITE SELECCIONAR E COMBINAR MELLOR OS PRODUTOS Á HORA DE REALIZAR A COMPRA E CONFECCIONAR MENÚS.

Un vaso de 250ml contiene / 250ml-ko baso bakoitzak
Un got de 250ml conté / Un vaso de 250ml contén

CALORÍAS	AZÚCARES	GRASA	GRASA SATURADA	SAL
116	12,0g	3,9g	2,7g	0,3g
6%	13%	6%	14%	5%

de la Cantidad Diaria Orientativa (CDO) para un adulto*
Pertsone heldu baitentzako Eguneko Gubi Gorabeherako Kopurua (EGKI)*
de la Quantitat Diaria Orientativa (QDO) per a un adult*
da Cantidade Diaria Orientativa (CDO) para un adulto*



Os consumidores, a través dos FOCOs que organizamos en EROSKI para coñecer a súa opinión, pedíronnos que incluísemos máis información sobre os alimentos nos envases. Como resposta, lanzamos a nosa etiquetaxe nutricional en 2007 e, desde aquela, seguimos mellorándoa e implantándoa a cada paso en máis produtos. Actualmente, todos os artigos de alimentación de EROSKI levan integrado o semáforo nutricional (un sinxelo código de cores que indica se a cantidade de cada nutriente é alta, media ou baixa) e as iconas nutricionais que sinalan, por exemplo, se o produto é apto para celíacos ou se contén graxas trans engadidas.

Durante a campaña pedagóxica levada a cabo en 2010, editamos un folleto informativo e puxemos en marcha varias iniciativas na tenda. Un nutricionista profesional percorreu os nosos establecementos co obxectivo de explicar, apoiándose en produtos e exemplos concretos, para que serve o semáforo nutricional e como se emprega. Nestas presentacións participaron case 148.000 consumidores.

De forma paralela, organizouse un evento itinerante que percorreu parte da nosa rede de hipermercados. Unha novidosa "calculadora nutricional" viaxou por 21 centros, permitindo os participantes saberen se a súa dieta era equilibrada simplemente escaneando os códigos de barras dos produtos EROSKI máis habituais na súa dieta. Un total de 15.253 persoas probaron esta útil calculadora.

Desde EROSKI CONSUMER, tamén puxemos en marcha en 2010 un FOCO virtual, un foro de opinión aberto a todos os consumidores e usuarios de Internet, no que queríamos recoller a súa postura sobre a etiquetaxe nutricional. En total, tomaron parte máis de 4.500 consumidores que, de forma maioritaria, consideran que a etiquetaxe nutricional de EROSKI é a máis sinxela (66% de votos), útil (67%), comprensible (74%) e completa (70%). 3 de cada 4 participantes valoraron como máis comprensible a etiquetaxe de EROSKI.

INFORMACIÓN E FORMACIÓN AO CONSUMIDOR

UNHA DAS NOSAS LIÑAS DE TRABALLO MÁIS IMPORTANTES É PROPORCIONAR AO CIDADÁN INFORMACIÓN DE VALOR QUE POIDA AXUDARLLE A TOMAR DECISIÓNS Á HORA DE CONSUMIR E CONTRATAR PRODUTOS E SERVIZOS. O BUQUE INSIGNIA DESE LABOR É EROSKI CONSUMER E O LABOR QUE DESENVOLVE DESDE HAI MÁIS DE 30 ANOS, MAIS TAMÉN CONTAMOS CON CAMPAÑAS VETERANAS E RECOÑECIDAS, COMO INFOXOGO, E OUTRAS MÁIS ACTUAIS E IGUALMENTE DE ÉXITO, COMO 'REDUCE A TÚA PEGADA DE CARBONO'.



EROSKI CONSUMER

**CON ESTE PROXECTO
MANTÉMONOS COMO LÍDERES
A NIVEL NACIONAL EN MATERIA
DE INFORMACIÓN E FORMACIÓN
AO CONSUMIDOR. A TRAVÉS
DA FUNDACIÓN EROSKI,
LEVAMOS MÁIS DE TRES
DÉCADAS EDITANDO A REVISTA
E, NO 1998, PÚXOSE EN
MARCHA TAMÉN A WEB WWW.
CONSUMER.ES.**

O noso obxectivo desde EROSKI CONSUMER é crear e difundir informacións que poidan axudar os cidadáns a acertaren nas decisións da súa vida cotiá. A alimentación e a promoción duns hábitos de vida saudables compoñen un dos nosos eixos principais, mais abrangemos tamén outras temáticas de marcado interese para o consumidor, como o ambiente, a solidariedade, a economía, ou as novas tecnoloxías. Este proxecto é o resultado do traballo dun amplo equipo formado por profesionais de distintos ámbitos: xornalistas, nutricionistas, científicos, xuristas, deseñadores gráficos, programadores da Internet...

A calidade, credibilidade e utilidade das nosas informacións é o que levou a nos converter nun referente indiscutible no terreo da información e formación para o consumidor. Así o avalan as cifras e a fidelidade dos consumidores. Cada mes ao redor de 625.000 persoas len a nosa revista e case tres millóns de usuarios únicos navegan pola súa páxina web. Ademais, no 2010, os boletíns electrónicos superaron xa o millón de subscritores. O recoñecemento a este traballo reflíctese tamén nos medios de comunicación, que citaron o noso labor máis de 2.000 ocasións, e nos premios recibidos.

Entre as novidades do 2010, destaca a aplicación para conectarse e visualizar a Guía de EROSKI CONSUMER do Camiño de Santiago a través do iPhone. Decidimos dar máis un paso con esta guía online, a máis visitada do mundo na súa temática con case un millón e medio de usuarios ao ano, e en pleno Ano Xacobeo presentamos unha nova forma de consultar os seus contidos para facer aínda máis accesible a información que os peregrinos necesitan antes ou durante a súa andaina.



INFOXOGO: ACERTA COS SEUS XOGUETES

NO NADAL EROSKI PUXEMOS EN MARCHA A 14ª EDICIÓN DE INFOXOGO. CON ESTA VETERANA CAMPAÑA PROPORCIONÁMOSLLE AO CONSUMIDOR TODA A INFORMACIÓN NECESARIA PARA REALIZAR UNHA COMPRA RESPONSABLE Á HORA DE ESCOLLER OS AGASALLOS INFANTÍS NESTAS DATAS, FOREN XOGUETES TRADICIONAIS, VIDEOXOGOS, TELEFONÍA MÓBIL OU OUTROS DISPOSITIVOS TECNOLÓXICOS.

A asesoría do pedagogo é o formato máis demandado polos nosos clientes, posto que obteñen unha atención individualizada e unha resposta personalizada a todas as súas dúbidas. En total, 122.838 clientes foron atendidos no 2010 polos 103 asesores presentes en case un centenar de hipermercados EROSKI. Foron máis de 5.000 horas de asesoría presencial en tenda, entre as consultas atendidas polos nosos pedagogos (4.678 horas) e os talleres impartidos (342 horas).

A maioría dos clientes son pais con fillos de idades inferiores a tres anos, que non prescriben aínda, que non piden o brinquedo de moda ou que está anunciado en TV. A porcentaxe de consultas mantense estable nun 25% sobre videoxogos e un 75% sobre brinquedo tradicional.

Nesta última edición desenvolvéronse contidos divulgativos a través dunha Guía Pedagóxica con máis de 100 páxinas, dispoñible de forma gratuita nos expositores das seccións de xoguetes e videoxogos dos nosos hipermercados. Editamos 250.000 exemplares e foi moi ben valorada polos consumidores.

—“PARÉCEME XENIAL QUE HAXA ALGUÉN ASESORANDO. AGRADÉZOO MOITO PORQUE NOS AXUDAN A SABER SE O QUE NOS PEDIRON OS NOSOS FILLOS É ADECUADO OU NON PARA A SÚA IDADE”.

CLIENTA DE EROSKI

—“SOBRE VIDEOXOGOS, ADÓTANNOS PREGUNTAR O NIVEL DE VIOLENCIA E SE É ADECUADO OU NON PARA DETERMINADA IDADE. ALGÚNS CLIENTES TEÑEN MOITA CONFUSIÓN EN TORNO ÁS DISTINTAS PLATAFORMAS, MARCAS...”

ASESOR INFOJUEGO



REDUCE A TÚA PEGADA DE CARBONO

TODO O QUE FACEMOS DEIXA UNHA PEGADA NO AMBIENTE EN FORMA DE EMISIÓN DE CO₂. EN EROSKI TRABALLAMOS PARA QUE A NOSA SEXA CADA VEZ MENOR, GRAZAS Á MELLORÍA NOS ENVASES, AO USO DE BOLSAS REUTILIZABLES E Á IMPLANTACIÓN DE DIVERSAS MEDIDAS TANTO NAS NOSAS TENDAS COMO NOS NOSOS MEDIOS DE TRANSPORTE.



Queremos que os nosos clientes avancen na mesma dirección e, para iso, no 2010 puxemos en marcha esta campaña en colaboración con ECODES, Fundación Ecoloxía e Desenvolvemento. Un dos obxectivos máis importantes desta iniciativa foi seguir co noso labor de información e formación ao consumidor, esta vez en materias como a sustentabilidade e o respecto ao ambiente.

Organizamos un divertido evento en hipermercados que lle permitiu aos clientes coñeceren as emisións de carbono derivadas dos seus hábitos cotiáns a través de calculadoras, aprenderen novos conceptos mediante un show con pompas de xabón, descubriron consellos para reducir a súa pegada de CO₂ e propor novas ideas. Recollemos 80 propostas espontáneas para reducir emisións.

Nestes eventos, participaron máis de 198.000 consumidores. O formato lúdico-pedagógico do show de pompas permitiunos chegar a tan amplo número de clientes que se paran a presenciar un espectáculo deste tipo. Deles, case 45.000 foron asesorados persoalmente e ao redor de 5.000 usaron as calculadoras para coñeceren o impacto da súa actividade no medio.

PROPOSTAS DOS NOSOS CLIENTES PARA REDUCIR AS EMISIÓN DE CO₂:

—COMPRAR PRODUTOS REALIZADOS CON MATERIAIS RECICLADOS: PELUCHES E MARIONETAS CON TEAS RECICLADAS, POR EXEMPLO.

—UTILIZAR ELECTRODOMÉSTICOS DE CLASE A, QUE SON ECOLÓXICOS PORQUE CONSUMEN MENOS ENERXÍA.

—APAGAR OS PILOTOS DE TELEVISIÓN, DVD...

—DESAPRAZARSE EN BICICLETA OU EN TRANSPORTE PÚBLICO.

—REUTILIZAR PRODUTOS NA CASA COMO O PAN DURO PARA FACER PAN RELADO.

—NON UTILIZAR DESODORIZANTES EN SPRAY NIN LACAS.

—CONSUMIR FROITA DE TEMPADA.

—PLANTAR UNHA ÁRBORE CADA ANO POR CADA MEMBRO DA FAMILIA.

—FORMAR OS MOZOS SOBRE RECICLAXE NO COLEXIO. OS NENOS/AS SON CLAVE PARA QUE A FAMILIA RECICLE E SE INTERESE NO MEDIO.

... E ASÍ ATÉ 80 EXEMPLOS DO QUE OS CONSUMIDORES PROPOÑEN PARA REDUCIREN A SÚA PEGADA DE CARBONO.

MOITAS GRAZAS A TODOS POR PARTICIPADES!



FOLIOS FSC
EROSKI REFORZA O SEU COMPROMISO COA SUSTENTABILIDADE APOSTANDO POR PRODUTOS CON GARANTÍAS AMBIENTAIS E CONCIENCIANDO OS SEUS CLIENTES PARA QUE ADQUIRAN UNS HÁBITOS DE CONSUMO RESPECTUOSOS CO AMBIENTE.



Bo exemplo diso son os folios ecolóxicos con selo FSC, que garanten un uso responsable dos recursos forestais tanto na súa fabricación como na súa comercialización. Ao redor deles e co apoio de WWF/Adena, lanzamos no 2010 unha campaña divulgativa nos nosos hipermercados. Repartimos 425.000 folletos informativos; organizamos talleres con monitores especializados en Santander e Terrasa, nos que participaron case 3.300 consumidores; e puxemos en marcha a primeira edición do concurso 'Cartas á Natureza', onde máis de 6.000 persoas tomaron parte coas súas cartas ou como xurado popular a través de www.eroski.es.

EXTRACTOS DAS CARTAS GANADORAS:

"... EU CHÁMOME VÍCTOR, TEÑO 11 ANOS (...) TEÑO UN PROFE FANTÁSTICO, FÁLANOS MOITO DE TI, XA SABES NOS LIBROS E TI SOBRE TODO ESTÁS NO DE COÑECEMENTO DO MEDIO (...) AH! POR CERTO, DÁLLE RECORDOS AO MEU AMIGO O RÍO, A ÚLTIMA VEZ QUE O VIN PARECÍA RUMOREARME AO OUVIDO BONITAS PALABRAS. BEN, E TAMÉN MOITOS RECORDOS ÁS ÁRBORES QUE ME IMAXINO QUE AGORA ENCHERÁN O CHAN COS SEUS BONITOS TONS OCRES DAS FILLAS NO OUTONO E XA PARA REMATAR DILLE Á MONTAÑA QUE AQUÍ NA CIDADE ÁCHOA MOITO EN FALTA...".
CATEGORÍA DE 9 A 12 ANOS.

"EU RECICLO CADA DÍA, APAGO AS LUCES CANDO NON SON NECESARIAS, E PECHO A BILLA DA AUGA AO LAVAR OS DENTES. ASÍ PODERÍA FACER UNHA LISTA INMENSA DO QUE SE TEN QUE FACER, DO QUE A MAIORÍA ESQUECE. NON LLES IMPORTA O MAÑÁ, SÓ PENSAN EN VIVIR O MOMENTO PRESENTE, EN GOZALO AO MÁXIMO SEN IMPORTARLLES NADA, SEN IMPORTARLLES AS CONSECUCIAS DISO. ENTÓN, POR QUE TANTA HIPOCRISÍA? (...) PORQUE POR UNS MILES NON SE VAI ARRANXAR O MUNDO SE UNS MILLÓNS NON POÑEN NADA DA SÚA PARTE, POR MOITO QUE LEAN, ESCOITEN...".
CATEGORÍA DE 13 A 15 ANOS.

"QUERIDA NATUREZA: QUIZAIS ÁS VECES NON NOS DETEMOS A PENSAR EN TI, PERO CADA DÍA VOU SENDO MÁIS CONSCIENTE DA IMPORTANCIA QUE TES NA VIDA. OU, AÍNDA MELLOR, DE QUE TI ES A VIDA. HAI MOITA XENTE QUE NON SE DEDICA A CONTEMPLAR A TÚA BELEZA, O TEU ÍMPETO, A TÚA INMENSIDADE, ESE MAGNÍFICO PODER CRUEL E FERMO AO MESMO TEMPO QUE NOS INVADE A CADA UN DE NÓS."
CATEGORÍA DE 16 A 18 ANOS.

"HOXE ENTRO NA DÉCADA DOS CINCUENTA; E IMPONSE UN EXAME DE CONCIENCIA: ACÚSOME DE PERTENCER A ESE "MUNDO DESENVOLVIDO", QUE UTILIZA UNHAS LENTES DE SOL PERMANENTES; EVITANDO ASÍ QUE O MÍNIMO REFLEXO DUNHA REALIDADE INCÓMODA, POIDA DANAR A SÚA SENSIBLE PUPILA. DE FORMAR PARTE DUN "PRIMEIRO MUNDO", QUE FAI DISCURSOS SOBRE O CAMBIO CLIMÁTICO CUALIFICÁNDOSE DE "ALLEADA", CANDO NA TÚA DEFENSA, AXITAS AS TÚAS ENTRAÑAS E TREME O SEÑOR RICHTER; OU DEBUXAS TEMIBLES TSUNAMIS AO ESTIRAR OS TEUS INFINITOS BRAZOS; OU CANDO SIMPLEMENTE CHOROMICAS, E AS TÚAS BÁGOAS PROVOCAN UNHA NOVA INUNDACIÓN".
CATEGORÍA DE ADULTOS.



BOLSAS REUTILIZABLES

CANDO AS BOLSAS DE PLÁSTICO IRROMPERON NAS NOSAS VIDAS FOI TODA UNHA REVOLUCIÓN. ERAN CÓMODAS, ÚTILES E, APARENTEMENTE, GRATIS. HOXE EN DÍA COÑECEMOS O VERDADEIRO PREZO DESTAS BOLSAS, XA QUE SON ALTAMENTE PREXUDICIAIS PARA O MEDIO.



— UNHA SOA BOLSA REUTILIZABLE PODE EVITAR ATA 125 BOLSAS DE PLÁSTICO DUN SÓ USO.

— O IMPACTO AMBIENTAL DA BOLSA REUTILIZABLE É CINCO VECES MENOS QUE O DA BOLSA DE PLÁSTICO TRADICIONAL.

— POR CADA BOLSA DE PLÁSTICO QUE NON UTILIZAMOS, AFORRÁMOSLLE 20 GRAMOS DE CO₂ AO MEDIO.

O uso de bolsas de plástico, nocivas para a natureza, é un dos temas sobre os que máis conciencia social se está a desenvolver nos últimos anos. En EROSKI fomos a primeira empresa de distribución en lanzar unha bolsa reutilizable, polo que levamos xa moitos anos traballando neste ámbito. Para informar sobre isto e sensibilizar os consumidores acerca da necesidade de usar bolsas reutilizables nas nosas compras cotiás, no 2010 puxemos en marcha unha nova campaña en colaboración con WWF/Adena. Editáronse case 6 millóns e medio de folletos.

STOP IVE

Un dos fitos que marcou o ano a nivel económico foi a suba do IVE, que afectou a todos os consumidores. Coincidindo coa entrada en vigor dos novos tipos impositivos o 1 de xullo do 2010, en EROSKI lanzamos unha campaña informativa dirixida á cidadanía en xeral. A través de tótems e folletos explicativos, esta iniciativa tivo un marcado carácter divulgativo e púxose en marcha co obxectivo de “refrescar” algúns conceptos básicos (que é o IVE?, tipos de IVE?...) e detallar o IVE que teñen algúns dos produtos máis habituais na compra. Editáronse 380.000 folletos.



PATROCINIOS E COLABORACIÓN

AO LONGO DO 2010 DESTINAMOS PARTE DOS NOSOS RECURSOS A TRABALLAR DE FORMA CONXUNTA CON OUTRAS ORGANIZACIÓNS BUSCANDO SEMPRE OXECTIVOS DE INTERESE SOCIAL. TAMÉN PATROCINAMOS DIFERENTES EVENTOS E PARTICIPAMOS EN FEIRAS E CONGRESOS DE DISTINTA ÍNDOLE.



WWF/ADENA E EROSKI

No 2010 colaboramos con WWF/Adena en campañas de carácter ambiental, como as destinadas a promover o uso de bolsas reutilizables ou o consumo responsable de produtos con selo FSC.

Ademais, asinamos un convenio de tres anos para fomentar un modelo de pesca máis sostible. A través deste acordo, estamos avaliando as principais fontes de fornecemento de peixe e marisco de EROSKI (nalgúns casos xa nos estamos abastecendo con provedores que teñen as certificacións correspondentes), catalogaremos aqueloutros provedores que poden ser candidatos a obter ditas certificacións e buscaremos fontes alternativas no caso de ser necesario.

Convertémonos así no primeiro distribuidor español que adopta un compromiso desta envergadura, algo xa habitual noutros países industrializados. E, con iso, damos un paso adiante para asegurar a orixe dos produtos que comercializamos, demostrando que no noso camiño cara á sustentabilidade e a responsabilidade non involucramos apenas aos nosos clientes, senón tamén aos nosos provedores e á propia empresa.

CONFERENCIA INTERNACIONAL DE CELÍACOS

Patrocinao a Conferencia Internacional de Celíacos, celebrada en setembro en Valencia dentro do marco da Asemblea Xeral da AOECS (Asociación de Asociacións Europeas de Celíacos). Ademais, estivemos presentes nos soportes de comunicación e incluíuse un folleto explicativo do programa de EROSKI 'Por unha dieta sen glute' no dossier dos congresistas. Segundo a organización, asistiron 350 persoas, líderes das Asociacións de Celíacos españolas e europeas.

DÍA MUNDIAL DA CELIAQUÍA

Coincidindo co Día Mundial da Celiaquía, que se celebra cada 27 de maio, publicamos en EROSKI CONSUMER un artigo sobre as alerxias alimentarias e a etiquetaxe nutricional de EROSKI, ademais dunha entrevista á Xerente da Federación de Asociacións de Celíacos de España (FACE). Así mesmo, doamos produtos sen glute á Asociación de Celíacos de Euskadi para a súa asemblea anual e organizamos unha charla-coquio no hipermercado EROSKI de Santander.

FUNDACIÓN ESPAÑOLA DO CORAZÓN E EROSKI

Desde EROSKI patrocinao o Día Mundial do Corazón (Madrid, setembro do 2010), organizado pola Fundación Española do Corazón (FEC) e cuxo acto central foi un concorrido maratón. Ademais, participamos na Semana do Corazón, un evento que percorreu sete cidades (Toledo, Madrid, Oviedo, Santiago, Mérida, Málaga e Mallorca) e que contou coa participación total de 46.000 persoas. No noso stand conxunto, organizamos actividades divulgativas, repartimos folletos informativos e puxemos en marcha talleres de alimentación para nenos e adultos. Tamén publicamos os informes elaborados no Observatorio EROSKI de Nutrición e Benestar, así como os resultados das campañas realizadas nos centros



EROSKI ao longo do ano, na revista da Fundación Española do Corazón 'CorazónSaúde' e na web www.fundaciondelcorazon.com.

BIHOTZ BIZI-CORAZÓN VIVO E EROSKI

Colaboramos desde hai varios anos coa Asociación para a Información e Prevención da Enfermidade Cardiovascular (Bihotz Bizi-Corazón Vivo) na campaña Almorzos Cardiosaudables. O obxectivo desta iniciativa, que ten lugar nos colexios da Comunidade Autónoma Vasca, é trasladar ao mundo escolar a xeración de hábitos de vida saudables en relación coa alimentación e a vida activa. Para iso, desde EROSKI achegamos produtos adecuados para un almorzo equilibrado.

CONVENIO AEDN – EROSKI

Asinamos un convenio anual para o 2010 coa Asociación Española de Dietistas – Nutricionistas (AEDN), que ten como obxectivo difundir os criterios para unha alimentación saudable. O convenio contemplaba a colaboración de AEDN na campaña 'Pola túa saúde, fíxate e utiliza o Semáforo Nutricional dos produtos EROSKI'.

SALÓN DIETA MEDITERRÁNEA

Estivemos presentes no II Salón Dieta Mediterránea, que se celebrou en IFEMA – MADRID no mes de outubro. No noso stand demos a coñecer o semáforo nutricional e a calculadora nutricional, realizamos catas de produtos sen graxas trans e organizamos varias charlas-coloquio sobre saúde e nutrición. Ademais,

repartimos bolsas de avituallamento no Maratón pola Dieta Mediterránea celebrado o día da clausura. Segundo a organización, 60.000 persoas pasaron por este evento que durou catro días.

CONGRESO DA FESNAD

Tamén quixemos estar presentes no II Congreso das Federacións Españolas da Nutrición (FESNAD) a través da participación de Iñaki Larrabeiti, Director de Calidade de EROSKI, nunha mesa redonda sobre etiquetaxe nutricional.

DÍA DAS PERSOAS OBESAS

Patrocinao esta xornada organizada no mes de decembro pola Sociedade Española para o Estudo da Obesidade (SEEDO).

FEIRAS DE CONSUMO

Entre os días 15 e 18 de marzo, desde EROSKI participamos na feira organizada en Molina de Segura (Murcia) con ocasión do Día Mundial do Consumidor. Neste evento, contamos cun stand no que se trataron temas como as bolsas reutilizables, a eliminación de graxas trans, o semáforo nutricional, os produtos FSC... Segundo a organización, 11.000 persoas pasaron polo stand de EROSKI.

Ademais, en xuño participamos tamén nun evento similar organizado en Pontevedra. Na Feira de Consumo que se realizou en Silleda contribuímos coa celebración de charlas con consumidores e entrega de folletos informativos sobre saúde e nutrición. Segundo a organización, a afluencia a este evento foi de ao redor de 15.000 consumidores.

DÍA DA MOBILIDADE EN SAN SEBASTIÁN.

O Moby Bike Eguna celebrouse o día 31 de outubro na capital guipuscoana e centrouse no uso da bicicleta como medio de transporte sustentable e respectuoso co ambiente. Da man dunha asociación que loita contra o cancro, en EROSKI puxemos á disposición do público varias bicicletas eléctricas, as cales empregamos para repartir a domicilio, co obxectivo de que puidesen probalas.

CONVENIO CO FORO RURAL MUNDIAL

No 2010 renovouse, un ano máis, o convenio con esta entidade. Coa nosa achega, axudamos ao Foro Rural Mundial a conseguir os seus obxectivos potenciando os proxectos de desenvolvemento do mundo campesiño e agrícola e, en especial, do modelo de agricultura familiar.

ACCIONES DE SOLIDARIEDADE

O COMPROMISO COS MÁIS NECESITADOS TAMÉN ESTÁ MOI PRESENTE NO NOSO DÍA A DÍA. POR ISO, DESDE EROSKI COLABORAMOS CON VARIAS FEDERACIÓNS E ORGANIZACIÓNS SOLIDARIAS ACHEGANDO O NOSO "GRAN DE AREA" EN ASUNTOS TAN DISPARES COMO A DOAZÓN DE ALIMENTOS PARA COMEDORES SOCIAIS OU A COOPERACIÓN INTERNACIONAL.



BANCO DE ALIMENTOS

Durante o exercicio 2010 doamos á Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL) máis de 2.700 toneladas de produto.

Como xa é habitual desde hai 14 anos, puxemos en marcha dúas campañas de recollida de alimentos en que os consumidores demostraron a súa solidariedade ao doaren nas tendas parte da súa compra para os máis necesitados. En xuño recolléronse case 55.000 quilos. É a campaña estival de máis éxito dos últimos anos e recibimos unha felicitación expresa por parte do Banco de Alimentos. No Nadal a recollida de produtos veu acompañada dunha campaña solidaria específica que foi moi ben acollida polos nosos clientes. En total, recolléronse 175.000 quilos de alimentos.

A esta cifra debémolle engadir os artigos que doan as tendas de forma directa: máis de 625.000 quilos de minguas (produtos con golpes no envase, etc.) e, por segundo ano, máis de 1.800 toneladas de produtos frescos e alimentación. A frescura deste tipo de artigos esixe unha entrega diaria e isto só é posible grazas ao compromiso de frescura que mantemos en EROSKI. Retiramos da venda iogures, sobremesas, ovos e pan de molde con antelación á súa data de caducidade e, así, dispomos dunhas marxes de tempo imprescindibles para que os produtos doados cheguen en perfectas condicións de calidade e seguraza.

CALENDARIO SOLIDARIO

No Nadal puxemos á venda un Calendario Solidario 2011 polo prezo de 1 euro. A campaña estivo implantada na liña de caixas, desde a segunda quincena de novembro até finais de xaneiro. A recadación obtida destinouse integramente ao Banco de Alimentos. A doazón realizouse en forma de produto para que se distribuíse entre os principais comedores sociais en cada provincia e converteuse así en complemento á recollida de alimentos doados directamente polos consumidores na tenda.

ENTREGA PRODUTO

Durante o 2010 miles de persoas, principalmente nenos, mulleres e anciáns, recibiron xoguetes, calzado e roupa, cunha valoración económica de 162.700 euros por parte de EROSKI. Colaboramos coa Federación Nenos do Mundo e outras asociacións entregando produtos novos, procedentes dos hipermercados EROSKI e da central de compras, que son excedentes de temporada ou mostras utilizadas para a definición de gama dos centros.

VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Mantemos un convenio de colaboración con MUNDUKIDE no ámbito da cooperación internacional, que se basea na transmisión da nosa experiencia en distribución e comercialización a persoas e colectivos cos que MUNDUKIDE impulsa os seus proxectos de intercooperación.



Desde maio do 2010 até abril do 2011 unha persoa de EROSKI desprazouse ao Brasil para colaborar nun proxecto de creación dunha rede de supermercados que dese resposta ás necesidades dos asentados e acampados do MST na rexión Centro-Oeste do Paraná. O traballo desenvolveuse desde distintas perspectivas (comercial, social, compras e marcas propias) e promoveu a fórmula da cooperativa como modelo válido para a consecución destes obxectivos.

DOAZÓN DE MATERIAL ESCOLAR PARA O SÁHARA

Colaboramos co Concello de Elorrio, municipio onde temos a nosa sede social, nunha campaña de doazón de material escolar para nenos do Sáhara. Grazas a este tipo de iniciativas, estes nenos dispoñen de mochilas, cadernos ou lapis para asistir ao colexio e continuar co seu proceso educativo en mellores condicións.

MÉDICOS SEN FRONTEIRAS

Somos socio integrante do Círculo de Empresas Solidarias e colaboramos desde hai varios anos con contribucións periódicas ao Fondo de Urxencia, que fai posible que Médicos Sen Fronteiras poida intervir de forma inmediata en urxencias derivadas de catástrofes naturais, epidemias, fames, conflitos armados ou grandes desprazamentos de poboación. Médicos Sen Fronteiras é unha organización médico-humanitaria internacional que asiste a poboacións en situación precaria e a vítimas de catástrofes e de conflitos armados, sen discriminación por raza, relixión ou ideoloxía política.

INTERMÓN OXFAM

Por terceiro ano consecutivo e en colaboración con Intermón Oxfam apostamos por unha felicitación do Nadal dixital, polo aforro ambiental que iso supón. Tamén mantivemos o apoio a Intermón Oxfam, a través dun proxecto que forma parte do Programa Medios de Vida Sostibles de Intermón Oxfam e que no 2010 se dirixiu a gañar a batalla á fame en Tanzania.

Desde unha perspectiva a longo prazo, o principal obxectivo de Intermón Oxfam é asegurar a alimentación de poboacións desfavorecidas fomentando as súas capacidades produtivas e asociativas, para que poidan dispor de alimentos todo o ano e xerar ingresos de forma estable. Para iso, executa diferentes proxectos para conseguir reducir o período de escaseza de comida en Tanzania, beneficiando a unhas 70.000 persoas.

UNICEF-HAITÍ

Colaboramos con UNICEF na campaña de urxencia para a recadación de fondos para Haití. Entre a achega de EROSKI e a dos nosos clientes conseguimos doar a UNICEF ao redor de 300.000 euros. Segundo un informe desta organización, as axudas destináronse principalmente a fornecer kits de hixiene, pastillas potabilizadoras, medicamentos e material escolar.

UNICEF traballa en máis de 150 países e territorios para garantir aos nenos e ás nenas o dereito a sobreviviren e a desenvólense desde a primeira infancia até a adolescencia. UNICEF, que é o maior fornecedor de vacinas para os países en desenvolvemento, traballa para mellorar a saúde e a nutrición da infancia; o abastecemento de auga e saneamento de calidade;

a educación básica de calidade para todos os nenos e nenas e a protección dos nenos e as nenas contra a violencia, a explotación e o VIH/SIDA. UNICEF finánciase coas contribucións voluntarias de individuos, empresas, fundacións e gobernos.

APOIO ÁS PERSOAS CON DISCAPACIDADE

REALIZAMOS DIVERSAS COLABORACIÓNS CON ASOCIACIÓNS QUE TRABALLAN POLA INTEGRACIÓN DE PERSOAS CON DISCAPACIDADE FÍSICA OU MENTAL E PROBLEMAS DE SAÚDE. ESTAS COLABORACIÓNS MATERIALÍZANSE EN DOAZÓNS E PATROCINIOS DE ACTOS LÚDICO-FORMATIVOS E DE SENSIBILIZACIÓN SOCIAL.

DOWN ESPAÑA

EROSKI e Down España asinaron un convenio de colaboración para dar forma a un programa cuxo obxectivo é promover hábitos de nutrición máis sans entre os nenos e adolescentes con Síndrome de Down para previr a obesidade e outros problemas de saúde derivados neste colectivo. A Federación Española de Síndrome de Down -Down España - agrupa a 83 institucións de toda España, sendo a organización de referencia da síndrome de Down no noso país, polo que o programa chegará ao maior número posible de nenos e adolescentes. Ademais, preténdese que esta ferramenta interactiva estea nun futuro dispoñible a través da páxina web www.sindromedown.net, co obxectivo de que poida servir a asociacións de fala hispana en todo o mundo.

COCEMFE

COCEMFE é unha ONG creada no 1980 para promover e defender a melloría das condicións de vida do millón e medio de persoas con discapacidade física de España. Agrupa a 1.700 organizacións de todo o territorio español, que se organizan en Confederacións autonómicas, Federacións provinciais e Entidades estatais representantes das distintas discapacidades (Párkinson, Hemofilia, Fibrose Quística, Espina Bífida...) O seu medio de difusión vén da man da revista En Marcha, publicación de avalado prestixio que serviu durante máis de 25 anos á expresión da Confederación e que goza de grande acollida entre as persoas do colectivo. Desde EROSKI colaboramos con este medio de comunicación.

FEKOORA

Federación Coordinadora de Persoas con Discapacidade Física de Biscaia (FEKOOR) é a entidade aglutinadora das 19 principais asociacións de persoas con discapacidade física e/ou orgánica da provincia e o seu obxectivo é a plena integración social dos afectados. Conta, nestes momentos, con máis de 6.800 asociados. Colaboramos con FEKOOR na celebración do Día Mundial das Persoas con Discapacidade realizado en Bilbao.

BENE

BENE é unha Asociación de familiares e afectados por enfermidades neuromusculares de Biscaia. Durante o 2010 participamos no seu programa de lecer inclusivo a través do deporte multiaventura, dirixido ás familias con nenos con enfermidades neuromusculares da provincia. Este innovador proxecto é o primeiro con estas características que a entidade presenta: actividades de lecer integrador e terapéutico, totalmente adaptado, en contacto coa natureza e diferenciando a etapa vital que viven os nenos con Enfermidades Neuromusculares, tendo en conta as súas necesidades de relacións sociais. Esta actividade potencia a autonomía persoal e as habilidades sociais, absolutamente imprescindibles nunha sociedade relacional como a nosa, que permiten aos nenos e ás súas familias desenvolveren unha vida moito máis completa e autónoma malia as limitacións. Tamén permite ampliar o vínculo de relacións sociais entre nenos afectados e os seus pais e nais, o cal garante un lecer moito máis normalizado e menos restrinxido.

Con este programa dáse resposta ao gran problema que supoñen normal-

mente os espazos de lecer, xa sexan abertos ou pechados, porque non teñen en conta as necesidades de persoas con enfermidades neuromusculares (adaptación do cuarto ou do baño, soporte asistencial dos monitores ou organizadores, actividades que requiren de capacidade física normal...).

EUSKAL GORRAK

O obxectivo primordial da Federación Vasca de Asociacións de Persoas Xordas é cubrir os servizos globais e xerais, á vez que reforzar a estrutura do movemento asociativo de toda a Comunidade Autónoma Vasca. Deste xeito, os retos máis importantes a conseguir son a desaparición das barreiras de comunicación e o recoñecemento oficial da Lingua de Signos na CAV. No 2010, colaboramos coa Federación Vasca de Asociacións de Persoas Xordas, Euskal Gorraak, tanto na Xornada de Movemento Asociativo como na celebración do seu 30 aniversario.

ASOCIACIÓN DE ESCLEROSE MÚLTIPLA EUGENIA EPALZA

Como é habitual desde hai varios anos, desde EROSKI participamos na campaña 'Móllate-Buzti zaitetz 2010' que cada verán desde hai 13 anos se celebra nas praias e piscinas de diversas localidades do País Vasco. O obxectivo é sensibilizar á cidadanía sobre a problemática deste colectivo.

A campaña "Móllate-Buzti zaitetz 2010", celebrada o día 11 de xullo, tiña como finalidade obter ingresos destinados a financiar os servizos de rehabilitación necesarios para mellorar a calidade de vida das persoas que padecen esta



doenza incurable. Ano tras ano aumenta a participación de persoas nestes actos, así como as personalidades que apoian publicamente este evento.

ONCE

Desde EROSKI, colaboramos coa Semana da ONCE en Euskadi, como xa fixeramos en edicións anteriores. O propósito do acto é dar a coñecer a mensaxe de integración social da xente con discapacidade e ofrecer un espazo de encontro entre as persoas vinculadas á entidade e a cidadanía en xeral. A ONCE é unha corporación sen ánimo de lucro que ten como misión mellorar a calidade de vida das persoas cegas e con discapacidade visual de toda España. É unha institución de carácter social e democrática, solidaria tamén coas persoas afectadas por discapacidades distintas á cegueira.

EUSKADI PKU ELKARTEA

Prestamos o noso apoio á asociación que representa a persoas que sofren fenilcetonuria e outros erros de metabolismo.

A fenilcetonuria ou PKU (do inglés "phenylketonuria") é un trastorno herdado que afecta a química do organismo e que, se non se trata oportunamente, provoca atraso mental. Afortunadamente, grazas ás probas habituais de diagnóstico de neonatos, agora é posible diagnosticar e tratar pronto a case todos os bebés afectados por este trastorno e permitir que medren e se desenvolvan con intelixencia normal.

GURE SEÑEAK

No 2010 a Asociación Gure Señeak organizou con fins solidarios unha serie

de eventos para recadar fondos destinados a paliar os excesivos gastos que están a ter as familias de Derio (Bizkaia) para mellorar a calidade de vida dos nenos e nenas afectados por enfermidades raras. Desde o seu nacemento, a asociación centrouse en apoiar as familias afectadas por estas patoloxías. Participamos nestes eventos co obxectivo de recadarmos fondos para a asociación.

IFIMAV

IFIMAV é o Instituto de Formación e Investigación Marqués de Valdecilla. O seu obxectivo é fomentar a investigación e a xeración de coñecemento científico e tecnolóxico, no medio do Servizo Cántabro de Saúde e moi especialmente no Hospital Universitario Marqués de Valdecilla. Desde EROSKI colaboramos economicamente para que o estudo sobre a meninxite que está a desenvolver IFIMAV continúe co seu desenvolvemento satisfactoriamente e alcance os obxectivos propostos.

EROSKI E O ÉUSCARO

A nosa sensibilidade face ao éuscaro fica patente dentro da propia organización, xa que fomentamos o seu uso por parte dos traballadores da zona cooperativa mais tamén de portas cara a fóra, pois apoiamos diversas iniciativas que promoven a normalización desta lingua. Como facemos desde hai anos, no 2010 colaboramos de novo coa celebración da Feira do Libro e Disco vasco en Durango, a máis importante do sector. Ademais, asinamos un convenio coa Confederación das Ikastolas para apoiar as cinco festas que estes centros escolares celebran nos seus respectivos territorios. A sinatura, que se repetiu no 2010 tras varios anos de colaboración, implica axudas en metálico, a cesión por parte de EROSKI dun espazo no hipermercado máis próximo ao lugar da celebración para a venda de material relacionado coa festa, o préstamo de camiións de frío para a organización da mesma e a subministración da cinta para marcar parte do percorrido. O noso apoio ao éuscaro reflíctese tamén en EROSKI CONSUMER, que conta cunha tiraxe en éuscaro de 15.000 exemplares, o que a converte nunha das publicacións máis lidas en materia de consumo en éuscaro. O contido lingüístico da revista, formado por todas as publicacións en éuscaro dos doce últimos anos, é un recurso moi valioso para mellorar e instruírse nos sistemas de tradución automática, para extraer a terminoloxía característica e para o estudo e a formación de tradutores.

Por iso, colaboramos coa FUNDACION ELHUYAR para desenvolvermos ferramentas na Internet que permitisen consultar todo este contido, corpus lingüístico, de forma pública. Desde

xaneiro do 2009 xa está dispoñible en <http://corpus.consumer.es> e permite realizar todo tipo de buscas. É, por tanto, unha ferramenta plurilingüe que pode servir como dicionario de termos de consumo.

CONCURSO 'BIZKAIA MAITEA' DA DEPUTACIÓN FORAL DE BISCAIA

Hai xa varios anos que patrocinamos este certame organizado pola revista Bizkaia Maitea da Deputación Foral de Biscaia. Trátase dunha iniciativa dirixida a un público infantil e xuvenil. Os participantes poden demostrar o seu talento e trasladalo á disciplina que prefiran (pintura, fotografía, arte dixital e relatos breves), coa condición de que o seu traballo estea relacionado co ambiente e a concienciación social ao redor deste tema.

HOMENAXE A SEGUNDO OLAETA

Participamos na homenaxe realizada a Segundo Olaeta no teatro Arriaga de Bilbao. O acto celebrado en memoria deste músico e coreógrafo biscaíño foi organizado a través da Asociación Ballets Olaeta-Olaeta Balleta Elkartea e conta tamén co apoio do Concello de Bilbao e a Deputación Foral de Biscaia.

SUBIDA A ARTXANDA

No 2010 fomos un dos patrocinadores na primeira edición da Marcha Popular Subida a Artxanda (Bilbao), organizada por El Correo en outubro. Ao redor de 4.500 afeccionados á montaña puxéronse a proba nesta primeira convocatoria e superaron con éxito os

323 metros de ascensión. O diñeiro recadado coas inscricións, máis de 11.000 euros, foi doado á residencia Real Casa da Misericordia de Bilbao.



PREMIOS E RECOÑECEMENTOS OBTIDOS NO 2010



Premio FSC International Partner Award

COMPROMETIDOS CO CONSUMO RESPONSABLE

En EROSKI, recibimos o premio FSC International Partner Award polo noso compromiso na venda e divulgación de produtos FSC, que garanten un uso responsable dos recursos forestais na súa fabricación e comercialización.

A FAVOR DAS ENERXÍAS SUSTENTABLES

No ano 2010, EROSKI foi recoñecido como colaborador oficial da campaña 'Europa Enerxía Sustentable', a maior iniciativa da Unión Europea para promover as enerxías sustentables.



Accésit no premio "Espiga de Ouro"

A SOLIDARIEDADE DE EROSKI, PREMIADA POR FESBAL

EROSKI obtivo un accésit no premio "Espiga de Ouro" que concede a Federación Española de Banco de Alimentos (FESBAL) pola nosa axuda aos máis necesitados a través das campañas de recollida de alimentos.



Telefónica Ability Awards

FINALISTA DOS TELEFÓNICA ABILITY AWARDS

EROSKI foi finalista dos Telefónica Ability Awards, uns premios que recoñecen modelos de negocio sustentables coa inclusión de persoas con discapacidade na cadea de creación de valor.



Premios ÑH

EROSKI CONSUMER, UN PROXECTO PREMIADO

No 2010, obtivemos un accésit nos premios ÑH de deseño e Internet e o premio honorífico á mellor web en temas ambientais outorgado por AMETIC, a patronal das empresas de novas tecnoloxías.