

Memòria de
sostenibilitat
2017



GRUPO
EROSKI



HUMANITY
AT WORK

MONDRAGON

Memòria de
sostenibilitat

2017



GRUPO
EROSKI

1 2 3 4 5 6 7

Carta del
president
pàg. 4

Dades
destacables
2017
pàg. 6

EROSKI
pàg. 8

**Persones
consumidores**
pàg. 36

**Persones
treballadores**
pàg. 60

**Empreses
proveïdors**
pàg. 82

**Medi
ambient**
pàg. 98

**Acció
social**
pàg. 124

Transparència
pàg. 138





Presentem aquesta memòria de sostenibilitat en coherència amb el nostre natural i necessari exercici de transparència davant la societat i els grups d'interès. Un any més, hem preparat aquest informe seguint les recomanacions dels nous estàndards de la Global Reporting Initiative (GRI) amb l'objectiu de seguir millorant en la comunicació dels nostres impactes i accions de millora en relació amb les tres perspectives amb què mesurem el nostre grau de sostenibilitat: l'econòmica, la social i la mediambiental.

Després de l'alt compliment dels objectius del Pla Estratègic 2013-2016, vam començar el 2017 un cicle estratègic que persegueix la diferenciació com a empresa compromesa amb la salut i la sostenibilitat, competitiva en preus i amb una atenció diferencial i multicanal en tots els nostres negocis. Volem seguir aportant valor a la societat no només a través de la nostra activitat empresarial de caràcter cooperatiu, sinó també com a organització de consumidors i consumidores: un projecte col·lectiu, que comparteix el seu model de negoci amb nous emprenedors i emprenedores franquiciats, que impulsa un comerç que revalorat la producció local dels aliments i amb això pretén contribuir a una societat més justa, més cohesionada i més sostenible, amb cotes més altes de salut i benestar. Aquesta és la nostra raó de ser, per la qual treballem totes les persones que componem el Grup EROSKI, i aquests són els valors que volem mantenir a l'EROSKI del futur.

El 2017 hem finalitzat la reestructuració d'EROSKI en l'essencial, amb la venda del negoci de perfumeries i telefonia mòbil i centrant el negoci alimentari fonamentalment a la zona nord del mercat espanyol, que abasta des de Galícia fins a les Balears i Catalunya. La nostra posició de lideratge en aquesta zona ha afavorit que els resultats ordinaris de l'activitat de distribució segueixin millorant apreciablement, així com les vendes a igualtat de perímetre, impulsades pel model comercial «Amb tu», que progressivament estenem a tota la xarxa comercial de supermercats i hipermercats. A més, hem complert amb els nostres compromisos financers, hem mantingut aliances que ens reforcen comercialment i, sobretot, hem millorat la proposta que fem als socis clients. La recerca d'una oferta de productes més saludables, més sostenibles i amb més proporció dels procedents de l'entorn local de cada punt de venda ha estat una constant en la nostra història i s'ha vist reforçada en els últims anys. Des de fa gairebé cinquanta anys, hem renovat constantment el compromís amb una alimentació de qualitat per a tots per satisfer un consumidor cada vegada més exigent i format. A EROSKI creiem que la botiga és el lloc idoni des d'on impulsar una bona alimentació, més saludable i més respectuosa amb el medi ambient. Per això, al llarg de 2017 hem treballat per

definir els nous deu compromisos d'EROSKI per a la salut i la sostenibilitat que ens marquen el camí a seguir.

Així, continuem apostant per gammes més saludables a través del Programa de Millora Nutricional dels productes de marca pròpia, que fa servir com a guia les recomanacions de l'Organització Mundial de la Salut. Gràcies a això, durant aquest 2017 hem reduït 325 tones de sucres, greixos saturats i sal. A més, treballem amb el Comitè Científic de la FUNDACIÓ EROSKI per a la definició de nous avenços en el compromís amb la promoció d'una alimentació saludable. Les noves oportunitats que avui ofereix la tecnologia ens permeten també avançar cap a una relació més personalitzada d'EROSKI amb cadascuna de les sòcies i socis clients oferint-los propostes més individualitzades per a la pràctica d'una alimentació saludable. En aquest sentit, una fita important de 2017 ha estat la consolidació i ampliació del programa «Ekilibria», una eina pionera que ofereix cada mes al soci client un complet informe nutricional personalitzat, gratuït i confidencial que compara les seves compres amb les recomanacions científiques per a una dieta equilibrada. Suposa una innovació disruptiva a la nostra reconeguda trajectòria de formació i informació al consumidor.

Apostem també pel consum d'aliments de proximitat, impulsant el sector agroalimentari, que basa la sostenibilitat en la diversitat del teixit productiu com un element clau per a la contribució a l'economia, la cultura i el medi ambient. És la nostra convicció cooperativa la que ens fa comprometre'ns per aquesta diversitat, crear entorns col·laboratius i treballar amb un gran nombre de proveïdors.

A més, la proposta comercial d'EROSKI és cada dia més sostenible mediambientalment. L'ecodisseny de productes i envasos, la gestió eficient de la logística, la construcció i renovació de botigues considerant criteris ambientals i usant equipament ecoeficient o l'aposta per productes amb origen sostenible garantit són bona prova que aquesta línia de treball és també un dels nostres eixos estratègics de desenvolupament. Cal destacar que el 2017 hem aconseguit nous èxits amb la nostra Política de Pesca Sostenible, que amplia el nombre d'espècies comercialitzades amb segell MSC (Consell d'Administració Marina). A més, ens hem adherit a la comunitat #PorElClima i hem patrocinat el desenvolupament del seu aparador de productes, que busca fomentar un consum responsable entre les persones consumidores.

En línia amb la sostenibilitat mediambiental, però també amb el compromís social, hem mantingut l'objectiu, ja assolit en exercicis anteriors, de rebuig zero d'aliments aptes per al consum humà a la nostra xarxa comercial. El 2017

hem donat 4.755 tones de productes, a través de més d'un centenar d'organitzacions socials de tot el país, als que més ho necessiten, en condicions garantides de seguretat alimentària, gratuïtat i solidaritat.

En el marc del compromís amb l'entorn, EROSKI també col·labora amb les principals entitats solidàries del país, i amb desenes d'organitzacions de totes les mides, en multitud de causes socials. Moltes d'aquestes accions es duen a terme a través de la FUNDACIÓ EROSKI, que canalitza el 10% dels beneficis anuals, dedicats a projectes socials i solidaris. També mereix una menció especial un altre dels eixos principals de treball de la fundació: l'educació i formació de les persones consumidores. Vam desenvolupar aquesta vocació formativa fa 40 anys mitjançant el projecte informatiu EROSKI CONSUMER, la revista d'informació a les persones consumidores líder en el nostre idioma, que té al voltant de 60 milions de visites anuals al seu portal web. Independència editorial, rigor informatiu i amenitat són els seus senyals d'identitat. A aquest projecte hi hem de sumar l'Escola d'Alimentació de la FUNDACIÓ EROSKI, amb el seu Programa Educatiu en Alimentació i Hàbits Saludables, projecte dirigit a l'àmbit escolar i orientat a ajudar que la ciutadania del futur millori els seus hàbits alimentaris.

Animo a la lectura d'aquesta memòria de sostenibilitat per conèixer amb més detall el nostre acompliment en aquest exercici i les nostres accions derivades del compromís amb el desenvolupament sostenible, que vam ratificar el 2002 adherint-nos al Pacte Mundial i que renovem anualment. Així col·laborem per assolir els 17 Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) de les Nacions Unides, que van entrar en vigor l'1 de gener de 2016. Espero que sigui informativa, interessant i inspiradora.

Moltes gràcies.

Agustín Markaide
President del Grup EROSKI



1.651
establimiments

61
noves
obertures

601
botigues de nova
generació



253
milions de passos per caixa

5.505
milions d'euros
de facturació

110.000
articles diferents
comercialitzats



30.501
persones treballadores,
de les quals 18.484 dones i
4.789 homes, un 76,3% del
total, tenen un contracte
permanent

207.000
hores de formació
a persones treballadores

3.853
treballadors i treballadores
es van acollir a reduccions
de jornada i excedències
per cura de menors i familiars



260
milions d'euros
transferits als clients
a través d'ofertes
i promocions

+ de 6
milions de socis i sòcies clients,
titulars de la targeta EROSKI,
CAPRABO, IF i FORUM SPORT

Millor atenció al client,
reconegut per sisè any
consecutiu



+ 10.000
proveïdors comercials i de
serveis, amb el 98% de les
compres corresponents a
empreses situades en territori
espanyol

1.768
acords amb pimes i
cooperatives per al desen-
volupament de productes
agroalimentaris locals

30
campanyes de promoció
de productes locals



325
tones de sal, greixos i sucres
eliminats

1.956
productes de marca EROSKI
amb semàfor nutricional

374.332
participants en les iniciatives
impulsades per l'Escola
d'Alimentació EROSKI



37.136
tones de
residus reciclats
valoritzats

1.380
milions de bosses
de plàstic d'un sol ús
evitades gràcies a
les bosses reutilitzables

14%
de reducció en
el consum de combustible
en transport des de 2013



2.437
tones d'aliments donades en
l'«Operació quilo» i El Gran
Recapte d'Aliments
EROSKI va afegir una donació
addicional equivalent al 7%
del total recollit

60
milions de visites anuals
al web d'EROSKI CONSUMER

1ª
cadena de distribució
minorista a Espanya
a superar l'auditoria de
l'organització Marine
Stewardship Council (MSC)



1

EROSKI

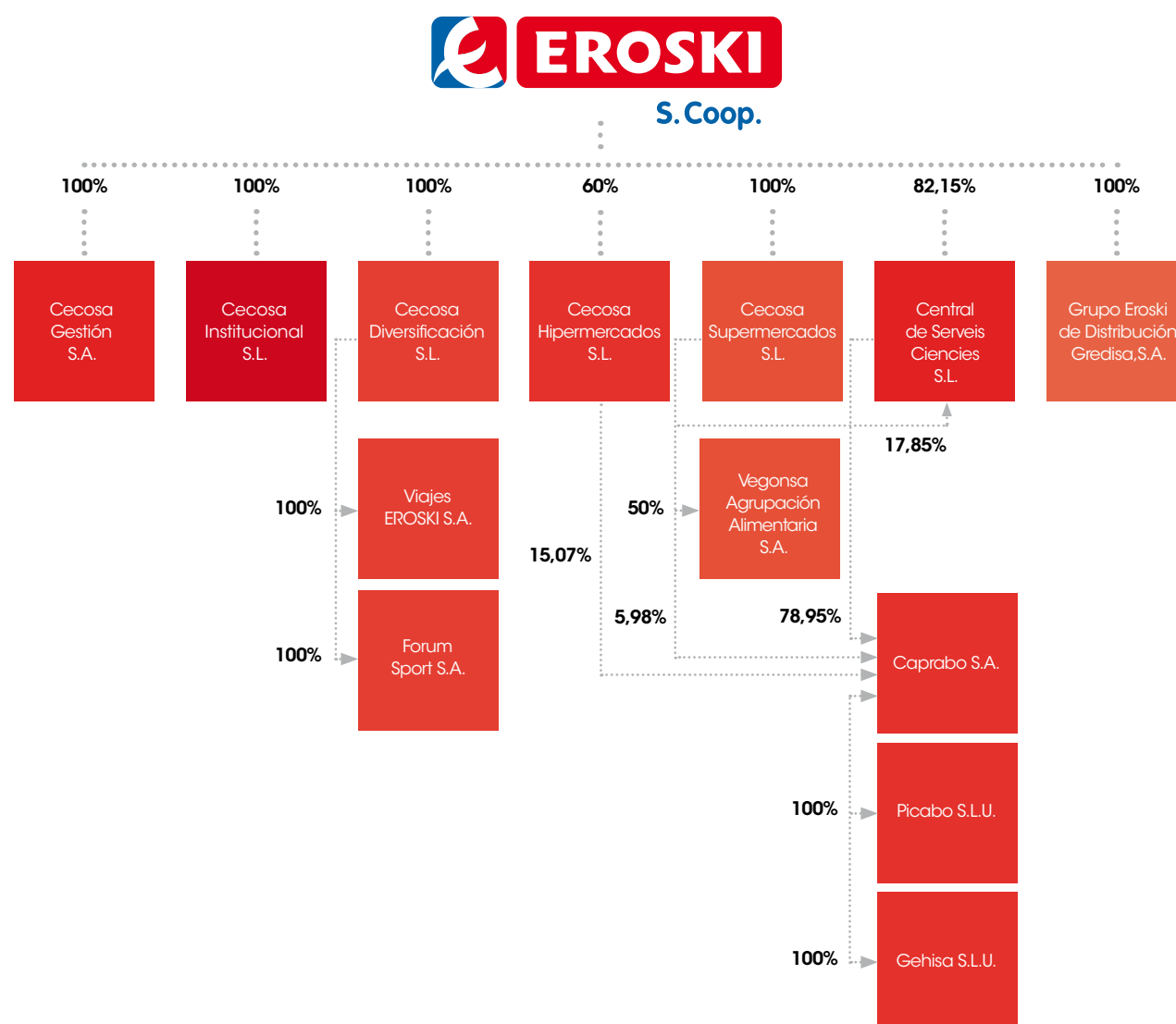
Model d'empresa singular

EROSKI és el primer grup de distribució comercial de béns i serveis de gran consum de caràcter cooperatiu d'Espanya i operador de referència a les regions de Galícia, el País Basc, Navarra, Catalunya i les Balears. La cooperativa de consum EROSKI S. Coop., que és la societat matriu del grup, reuneix en si mateixa una triple condició: és una empresa de distribució, una organització de consumidors i un projecte cooperatiu en què les persones consumidores i treballadores comparteixen protagonisme i sobirania.

Aquest model d'empresa singular ens permet incorporar la participació directa dels professionals en la gestió de l'organització i la incorporació en el govern del nostre grup d'interès principal: la nostra clientela. Així, assegurem la connexió entre l'estratègia específica de l'empresa i les inquietuds de les persones treballadores i consumidores en general.

Actualment, el desenvolupament i la gestió de la xarxa comercial dels nostres negocis es porta a terme a través de la cooperativa i de les altres 45 societats que en depenen que componen el grup EROSKI.

Organigrama de les societats principals del grup EROSKI i percentatge de participació d'EROSKI S. Coop. en aquestes



* El llistat complet de les 45 societats dependents d'EROSKI S. Coop. està disponible públicament en l'informe financer anual consolidat d'EROSKI.

Els nostres negocis i ensenyes

EROSKI representa un model d'empresa multiformat. Vam començar venent aliments i, poc després, vam incorporar a la nostra oferta els productes tèxtils, de calçat i electrodomèstics. El desenvolupament ha estat continu durant aquests gairebé 50 anys i avui la nostra activitat comercial també s'ha expandit a altres productes i serveis.

En general, podem diferenciar dues grans línies de negoci:

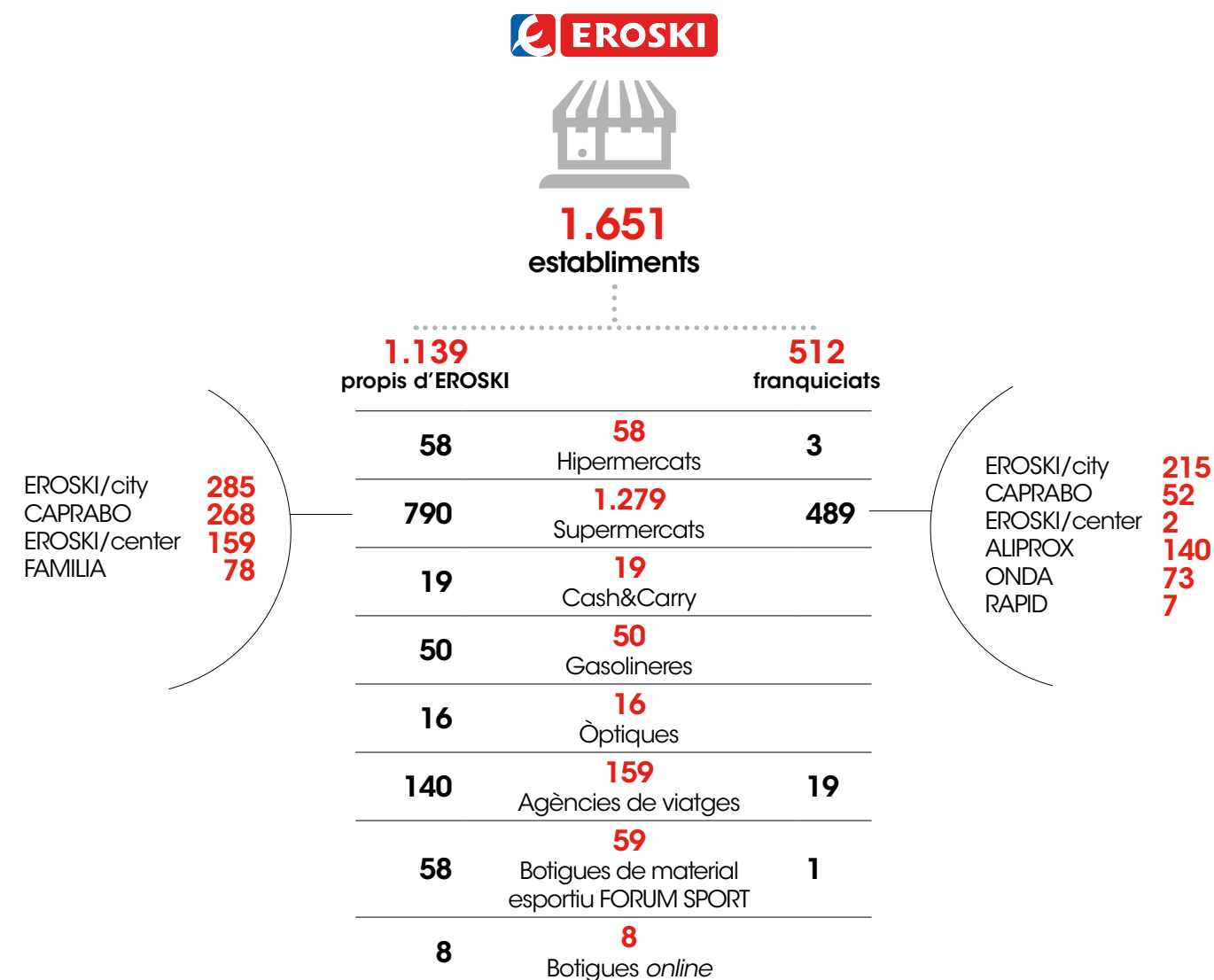
- la d'establiments vinculats a l'alimentació (supermercats i hipermercats)
- i la de negocis diversificats (gasolineres, esport, viatges, òptiques i assegurances).

El grup EROSKI compta amb un total de 1.139 botigues pròpies situades a Espanya que donen servei a tot tipus de clients i que gestionem 30.501 persones treballadores.

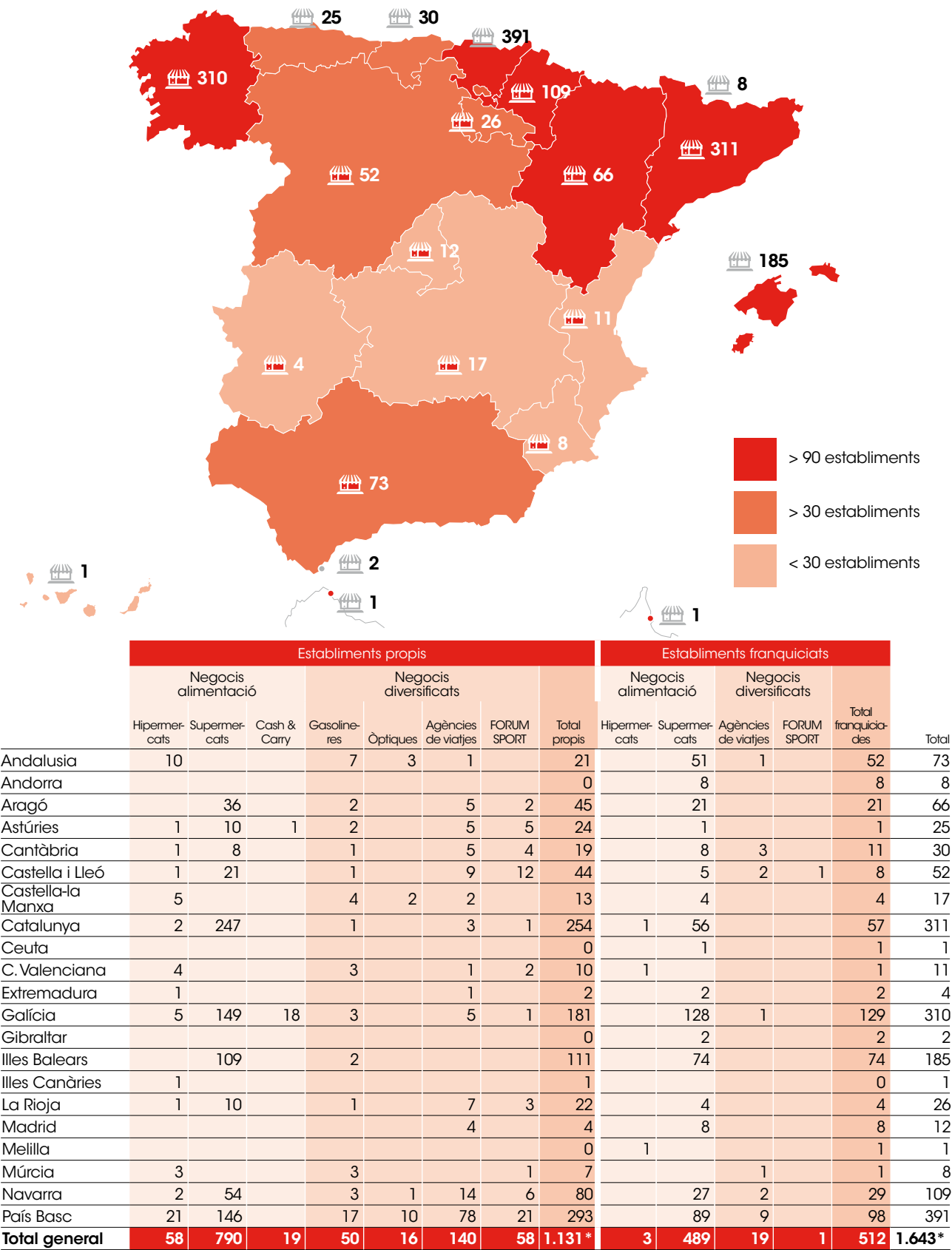
A més, comptem amb 512 botigues franquiciades amb presència també en dos països més: Andorra i el Regne Unit (Gibraltar).

Durant les dues últimes dècades també cal destacar el nostre desenvolupament a Internet a través de diferents botigues *online* i de www.consumer.es, la nostra translació al mitjà digital de la defensa i la informació al consumidor. A més, desenvolupem múltiples activitats d'interès social i ciutadà a través fonamentalment de la FUNDACIÓ EROSKI, gràcies a la dedicació del 10 % dels beneficis anuals al nostre compromís amb la societat.

Nombre de botigues del grup EROSKI i les seves franquícies per negoci i ensenya



Distribució per comunitat autònoma i negoci dels establiments del Grup EROSKI i les seves franquícies



* En aquesta taula no es comptabilitzen les botigues online

Novetats de 2017

El 2017 hem culminat la reestructuració d'EROSKI en l'essencial, després de la venda i entrega al llarg de l'exercici d'un grup d'hipermercats i la venda dels negocis de perfumeries i telefonia mòbil. Amb això hem concentrat la nostra activitat, fonamentalment, a la zona nord del mercat espanyol, que abasta des de les Balears i Catalunya fins a Galícia; en aquesta zona ocupem una posició de lideratge. En gran mesura, això és gràcies al nou model comercial «Amb tu», que persegueix oferir sempre un plus de qualitat i servei als clients, a més d'una oferta comercial

saludable, sostenible i competitiva en els preus. Disposem cada vegada de més botigues de nova generació, que estan perfectament alineades amb aquesta proposta de valor, i ja hi ha més de 600 establiments que hem transformat a la nostra xarxa. Això suposa més del 40% de la xarxa comercial alimentària i ha estat possible gràcies a una inversió superior als 300 milions d'euros. Aquesta transformació s'ha traduït en la creació de 1.155 nous llocs de treball i les vendes que es produeixen en aquestes botigues han superat el 65% de les vendes totals.

A més, hem seguit avançant en la nostra proposta multicanal amb el llançament del servei exprés del supermercat en línia amb lliurament a domicili el mateix dia o l'ampliació fins a 51 dels punts de recollida per a comandes en línia a través de les modalitats «Click & Drive» o «Click & Collect». A aquestes accions per facilitar la compra als clients, s'hi afegeixen també l'extensió de les funcionalitats de l'app d'EROSKI Club i el llançament d'una nova targeta de crèdit Mastercard per als socis i sòcies clients i de la Targeta Or d'EROSKI Club.



61 noves obertures

Propis d'EROSKI

- 1 Hipermercat
- 4 Supermercats
- 1 Gasolinera
- 1 Agència de viatges
- 7 Botigues de material esportiu

Franquícies d'EROSKI

- 1 Hipermercat
- 46 Supermercats

601 botigues de nova generació

- 570 Supermercats
- 31 Hipermercats



La nostra missió

EROSKI va sorgir del cooperativisme de consum a la dècada dels 60 amb l'objectiu d'aconseguir productes de qualitat a un bon preu i de defensar els drets de les persones consumidores que van fundar la cooperativa. Des d'aleshores, hem mantingut la nostra estratègia empresarial alineada amb aquesta finalitat gràcies al fet d'integrar-hi les necessitats i les demandes dels consumidors. De fet, la nostra missió és oferir a la societat béns i serveis que millorin la qualitat de vida, la salut i el benestar de les persones consumidores en les millors condicions de qualitat, informació i preu, amb el compromís de fomentar la pràctica d'un consum sostenible.

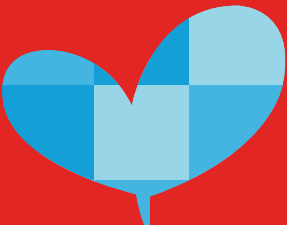
Per això, el model comercial «Amb tu» està centrat en la salut i la sostenibilitat, els productes locals i l'estalvi.

La nostra visió ens impulsa a treballar a prop de les persones consumidores per fer del posicionament «Amb tu» una realitat diferencial que faci que les nostres botigues siguin les preferides pels consumidors.

A EROSKI també posem les persones treballadores en el centre de la nostra activitat, ja que busquem generar ocupació sostenible i de qualitat. A més, treballem per obtenir uns beneficis que ens permetin generar més riquesa i distribuir-la de manera solidària i tenim un gran compromís

amb la salut, el benestar i el desenvolupament sostenible de la societat. Amb aquest busquem:

- Aportar solucions satisfactòries als clients mitjançant la **innovació permanent**.
- Crear un projecte i un model d'**empresa integradora de persones**.
- Promoure el **desenvolupament personal i professional** de les persones treballadores.
- Assolir posicions de **lideratge en el mercat** espanyol.
- Obtenir els beneficis que possibilitin un **creixement generador de riquesa**.
- Distribuir els resultats en un **marc de cooperació i de participació societària**.
- Comprometre'ns en la **defensa dels consumidors**.
- Promoure el **respecte i la gestió favorables al medi ambient**.
- Contribuir a la **millora de la comunitat** on actuem.



Fer que ens
prefereixis
perquè et facilitem, de veritat
**una vida + sana
i sostenible**

Els nostres valors fonamentals

Cinc valors defineixen el nostre projecte empresarial i la manera de relacionar-nos amb les persones i amb l'entorn en què desenvolupem la nostra activitat:



Els principis bàsics d'EROSKI S. Coop.



Els nostres 10 compromisos per a la salut i la sostenibilitat

Fa gairebé cinquanta anys que va néixer EROSKI, amb l'objectiu de posar en marxa una proposta de botiga diferent, bolcada en les necessitats dels consumidors i amb un fort arrelament social. El nostre compromís històric amb una alimentació de qualitat per a tots s'ha renovat constantment per satisfer un consumidor cada vegada més exigent i format. A EROSKI creiem que la botiga és el lloc idoni des d'on

impulsar una bona alimentació, més saludable i més respectuosa amb el medi ambient. Al llarg de 2017 hem treballat per recollir aquesta convicció en 10 compromisos per a la salut i la sostenibilitat adaptats a les noves prioritats i necessitats diferents en el camp de l'alimentació i el consum que existeixen avui dia. Aquests compromisos, fets públics a principis de 2018, ens marquen el camí a seguir en els propers anys.



Compromís 1 Ens impliquem en la seguretat alimentària

Estem compromesos amb la seguretat alimentària i controlem la traçabilitat dels productes i el manteniment de la cadena de fred dels frescos. A més, **tenim un pla de qualitat preventiu pel qual fem més d'11.000 anàlisis de producte i auditem més de 400 proveïdors a l'any.**

Compromís 2 Promovem una alimentació equilibrada

Promovem el consum dels aliments que necessitem per a una alimentació equilibrada facilitant-ne la compra a les nostres botigues, amb millors promocions i preus, i assessorament professional per part de tots els que formem EROSKI. A més, en els productes de les nostres marques reduïm nutrients que amb un consum excessiu són perjudicials per a la salut i millorem la qualitat dels seus greixos. Així, **l'any 2020 cap dels nostres productes portarà greix de palma o coco.**

Compromís 3 Prevenim l'obesitat infantil

Prevenim l'obesitat infantil promovent i facilitant una alimentació equilibrada, prioritzant la reducció i millora de la qualitat dels nutrients que amb un consum excessiu són perjudicials per a la salut en **més de 35 productes infantils de les nostres marques, i formant dos milions de nens i les seves famílies en hàbits de vida saludable per al 2025.**

Compromís 4 Atenem les necessitats nutricionals específiques

Volem que les persones amb necessitats específiques trobin a les nostres botigues tot el necessari per a la seva alimentació. Perquè si no tenim el que necessiten, els ho portem a través del servei d'encàrrecs o els ho fem arribar des de la nostra botiga en línia. Actualment **oferim fins a 3.000 productes sense gluten i el 2018 llançarem una gamma de productes específics sense gluten marca EROSKI.**

Compromís 5 Afavorim un consum responsable i respectuós amb el medi ambient

Facilitem una alimentació sostenible reduint l'impacte ambiental dels nostres processos, botigues i productes. Només el 2017, **hem donat més de 4.700 tones d'aliments a 48 entitats socials per lluitar contra el malbaratament alimentari.** A més, promovem els productes ecològics i els procedents de processos de producció més sostenibles, la reducció d'additius artificials i el benestar animal.

Compromís 6 Ofereim més productes locals

Contribuïm al desenvolupament de l'entorn social i econòmic de les nostres botigues oferint **més de 20.000 productes locals, en col·laboració amb 2.000 petits productors.** A més, **promovem la cultura de cada zona** ensenyant als clients totes les bondats del producte local a través d'esdeveniments gastronòmics, visites a les instal·lacions dels productors i celebrant al costat d'ells les festes de més arrelament i tradició. El 2017, hem celebrat més de 300 esdeveniments, als quals han assistit més de 5.000 persones.

Compromís 7 Facilitem menjar bé a bon preu

Tenim **bons preus** en els productes necessaris per a una alimentació equilibrada i responsable, i desenvolupem **proposes d'estalvi personalitzades** per als socis perquè estem convençuts que totes les persones tenen el dret a gaudir dels productes necessaris per a una alimentació equilibrada i sostenible.

Compromís 8 Actuem des de l'escolta, amb claredat i transparència

Actuem de forma clara i transparent, comptant sempre amb la **participació** de socis, treballadors i clients, així com d'altres grups d'interès. Més de **5.000 persones han col·laborat en la construcció dels nostres compromisos.** A més, volem la màxima **claredat i transparència en la informació que ofereixen els nostres envasos;** per això l'any 2007 vam ser pioners en la incorporació del símbol nutricional.

Compromís 9 Ens cuidem com a treballadors

Ens formem en matèria de salut, benestar i consum responsable per millorar la nostra qualitat de vida i atendre millor el client. A més, **millorem la qualitat de vida dels nostres treballadors** oferint formació, assessorament, activitats, programes i diverses eines per als treballadors i les seves famílies, amb l'objectiu de millorar els seus hàbits alimentaris i de sostenibilitat.

Compromís 10 Impulsem un estil de vida més saludable

Impulsem la **informació de qualitat** sobre salut i sostenibilitat des de fa més de 40 anys amb la revista **EROSKI CONSUMER** i www.consumer.es, amb més de 5 milions de lectors al mes. A més, millorarem el programa d'assessorament personalitzat per arribar a més de **500.000 socis del CLUB EROSKI** i formarem més de dos milions de nens i nenes i els seus familiars a través del Programa Educatiu en Alimentació i Hàbits Saludables (PEAHS).

Acompliment econòmic

El Grup EROSKI va tancar els seus comptes, el 31 de gener de 2018, amb uns beneficis de 33,2 milions d'euros, fet que suposa una millora de 56 milions d'euros respecte a l'any anterior. El resultat operatiu de la seva activitat de distribució millora un 0,3% i arriba als 137.400.000 euros, millorant l'índex sobre vendes en 0,22 punts fins al 2,87%. L'evolució favorable dels resultats és conseqüència dels èxits aconseguits en els diferents projectes de millora de l'eficiència i productivitat, tant en l'àmbit de la cadena de valor com en la logística, i de l'alt nivell de compromís intern dels treballadors amb el projecte socioempresarial col·lectiu.

D'altra banda, les vendes netes han estat de 4.792.000 euros, un 7,2% menys que en l'exercici anterior a causa de la reducció del perímetre, però es mantenen a superfície constant (99,8% respecte a l'any 2016) gràcies a la millora de la compra mitjana. Durant l'exercici 2017, la bona evolució de les principals variables econòmiques en l'entorn ha afavorit el creixement del consum; és una mica menor, a condicions constants, el creixement en el nínxol del mercat d'alimentació.

El 2017 el resultat s'ha vist afectat per impactes comptables derivats de processos de desinversió, així com per deterioraments d'actius, i ha afectat negativament 21 milions d'euros. El resultat financer és de -64.600.000 euros, amb una reducció

significativa de les despeses financeres per deutes amb entitats de crèdit per l'ajust del tipus d'interès del cost amortitzat.

El patrimoni net se situa en els 235 milions d'euros, gràcies a l'increment com a conseqüència del benefici obtingut en l'exercici. Incorporant a aquest patrimoni net l'import de les aportacions financeres subordinades (AFS) d'emissions anteriors al 2007, per 125 milions, que no tenen naturalesa comptable de patrimoni net però que cobreixen una funció financera equivalent, la xifra se situa en 360 milions d'euros. El total de passius corrents i no corrents puja a 3.326.000 euros, fet que deixa l'import de l'actiu total en 3.561 milions d'euros, amb una reducció de 310 milions respecte a l'exercici precedent.

A finals de l'exercici 2017, una vegada que s'ha verificat el ple compliment fins a la data de totes les condicions requerides en l'acord marc de reestructuració signat el 2015, i el previsible compliment de les restants, la societat ha obert converses amb les principals entitats financeres creditors per acordar l'adequació de l'amortització, prevista per al juliol de 2019, a la trajectòria financera prevista per al grup, de manera que s'atorgui la pretesa continuïtat al projecte. S'estima que al llarg de 2018 es podrà arribar a un acord en què s'acomodin les obligacions d'amortització futures al ritme de generació de caixa previst per al pròxim període estratègic.



Compte de resultats del Grup EROSKI

Extracte en milers d'euros el 31 de gener de 2018

	Exercici 2017	Exercici 2016
Ingressos ordinaris	5.035.577	5.393.938
Vendes netes distribució	4.792.066	5.164.579
Altres ingressos	243.511	229.359
Benefici operatiu (abans de deterioraments, resultats venda immobilitzat i activitats no corrents)	137.367	136.909
Deterioraments, resultats venda immobilitzat i actius no corrents	-20.848	5.837
Beneficis abans de financers i impostos	116.519	142.746
Resultat financer	-64.631	-90.696
Participació benefici / pèrdues de les inversions aplicant mètode de participació	3.677	508
Impost sobre els guanys	-32.106	-59.333
Benefici net per activitats interrompudes	9.754	-16.025
Resultat de l'exercici	33.214	-22.800

Els comptes anuals consolidats s'han preparat de conformitat amb les normes internacionals d'informació financera adoptades per la Unió Europea. Les dades de 2016 han estat reexpressades per facilitar-ne la comparabilitat, ja que el negoci de perfumeria s'ha considerat com a operació interrompuda el 2017. El compte complet de resultats del Grup EROSKI està disponible públicament al web www.cnmv.es.

Generem riquesa al nostre entorn

La riquesa generada per EROSKI mitjançant la seva activitat empresarial va més enllà del repartiment de beneficis si el resultat de l'exercici és positiu entre les sàcies i socis treballadors de la cooperativa i la resta de societats del grup. També vam transferir riquesa directament als diferents actors de la nostra cadena de valor. Així, durant l'exercici 2017, les més de 10.000 empreses proveïdores de productes i serveis amb què treballem han rebut al voltant de 4.100 milions d'euros per efecte de la nostra relació comercial. En aquest sentit, és remarcable que aproximadament el 50% dels nostres proveïdors comercials són petits productors locals, ja que la nostra política de compres i aprovisionament busca impulsar un sector agroalimentari sostenible.

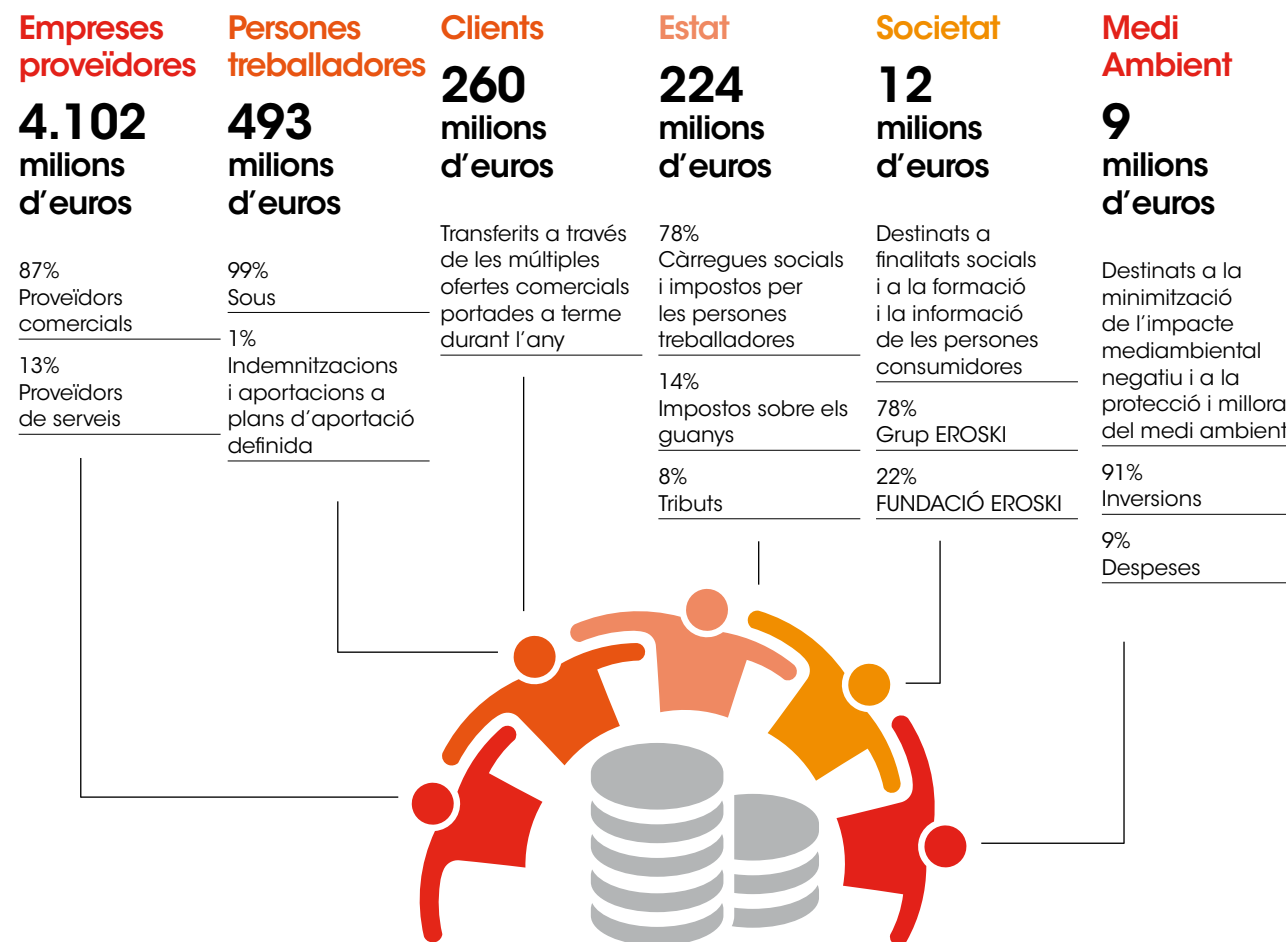
Un altre element de referència és l'impacte econòmic directe que la nostra activitat com a distribuïdor suposa per l'ocupació que generem. Les 30.501 persones treballadores d'EROSKI van percebre en total més de 493 milions d'euros de compensació per la seva activitat, i els organismes estatals pertinents van ingressar 224 milions d'euros per les contribucions socials i els impostos atribuïbles a la nostra plantilla, a més de per les aportacions sobre guanys i altres tributs.

A l'hora de generar impactes econòmics positius, a EROSKI també tenim molt presents les persones consumidores, un dels nostres principals grups d'interès. N'és bona prova el fet que, durant l'exercici passat, hem transferit més de 260 milions d'euros a la nostra clientela a través d'ofertes i promocions.

Ahora, som conscients que el compromís amb l'entorn s'ha d'estendre més enllà dels impactes econòmics directes que la nostra activitat genera, i per això hem aportat gairebé 12 milions d'euros el 2016 per a fins socials a través dels diferents negocis del grup i de la FUNDACIÓ EROSKI. La formació i informació al consumidor, la solidaritat i la promoció de la cultura i els entorns locals són els pilars fonamentals sobre els quals desenvolupem el nostre compromís social.

Així mateix, la protecció mediambiental i la minimització de qualsevol impacte negatiu que per raó de la nostra activitat puguem generar en el medi ambient són sempre elements rellevants que tenim en compte. Per això, destinem més de 9 milions a l'any a inversions dirigides a reduir la nostra petjada ambiental i preservar i protegir els recursos naturals del planeta.

Aportacions econòmiques directes a alguns grups i àrees d'interès



Model de gestió

La singularitat del nostre govern corporatiu també es deu al fet que la nostra societat matriu és una cooperativa de consum. És per això que tant persones consumidores com treballadores participen en la gestió i la presa de decisions de l'organització. Així, EROSKI es vertebrava a través de dues comunitats: d'una banda, 1.118.006 sòcies i socis de consum (fet que suposa un increment del 5,06% respecte a l'any anterior, amb 53.883 noves persones sòcies consumidores), persones amb una consciència especial sobre la seva naturalesa consumidora, decideixen implicar-se en la cooperativa; de l'altra, 10.017 sòcies i socis de treball (8.127 d'EROSKI S.Coop.) aporten capital i la seva feina com a part del seu compromís amb l'organització.

Per a la gestió d'ambdós col·lectius, ens hem dotat dels estatuts i les normes corresponents que regulen l'organització de cadascun d'aquests mitjançant una estructura pròpia.

El govern corporatiu, la gestió i la representació de la cooperativa rau en el seu Consell Rector. Està format per 12 membres elegits per l'Assemblea General per a un període de quatre anys, amb possibilitat de reelecció. La meitat procedeix del col·lectiu de consumidors i l'altra meitat del de treballadors.

Els Estatuts Socials estableixen les incompatibilitats dels membres del Consell Rector i la Direcció. Al seu torn, la Comissió de Nomenaments i Retribucions vetlla perquè reuneixin els criteris d'adequació establerts, s'encarrega d'evitar els conflictes d'interès i té en compte les qüestions de diversitat de gènere.

El conseller amb més antiguitat es va incorporar el 2009, i el 2016, seguint la normativa interna, s'ha renovat la meitat dels consellers. Encara que cap dels membres actuals del Consell Rector té responsabilitats executives, entre les seves funcions destaquem la de nomenar el president i els directors generals de la cooperativa, la fixació del Reglament de règim intern i l'aprovació d'inversions.

El Consell Rector presideix l'**Assemblea General**, que és l'òrgan suprem d'expressió de la voluntat societària. Està constituïda de manera paritària per 250 delegats/ades representants dels socis i sòcies consumidors/ores i 250 delegats/ades representants dels socis i sòcies treballadors/ores. L'elecció dels seus membres és ratificada en les Juntes Preparatòries de Consum i de Treball corresponents i el seu mandat dura 4 anys. També assisteixen amb veu, però sense vot, la Direcció General i la Presidència del Consell Social. Entre les seves funcions destaquem la d'aprovació de comptes, la presentació i la distribució de resultats, l'aprovació dels plans estratègics i els plans anuals de gestió i la modificació dels Estatuts Socials. Es reuneix anualment en convocatòria ordinària, i el 2016 també se n'ha renovat la meitat dels components.

El Consell Rector delega determinades facultats en el **Consell de Direcció**, amb el qual es reuneix mensualment, i altres en les comissions creades en el seu si, amb l'aprovació dels reglaments previstos per a la seva composició i normes de funcionament. Així, el Consell Rector reuneix les Comissions d'Auditoria i Compliment, la Comissió de Nomenaments i Retribucions i la Comissió Executiva.



Consell Rector (d'esquerra a dreta):

Iñigo Arias – Soci Treballador
Oscar Goltia – Soci Consumidor (independent)
Sonia Ortubai – Sòcia Consumidora (independent)
Gonzal Loro – Soci Consumidor (independent)
Ignacio Ruiz – Soci Consumidor (independent), secretari
Leire Mugerza – Sòcia Consumidora (independent), presidenta

Edorta Juaristi – Soci Treballador, vicepresident
Ana Isabel Zariquiegui – Sòcia Treballadora
Lander Beloqui – Soci Consumidor
Cristina Gainza – Sòcia Treballadora
Andoni Martínez Melgosa – Soci Treballador
Nerea Esturo – Sòcia Treballadora



Consell de Direcció des de febrer 2017
(d'esquerra a dreta):

Javier Amézaga
(Director Recursos)

Eva Ugarte
(Directora
Màrqueting)

Agustín Markaide
(President)

Rosa Carabel
(Directora Xarxa)

Beatriz Santos
(Directora
Comercial)

Iñigo Eizaguirre
(Director Social)

A més, la cooperativa compta amb dos òrgans de control. D'una banda, hi ha el **Comitè de Recursos**, format per 5 membres elegits per l'Assemblea General, que tramita i resol els recursos presentats pels socis contra les decisions adoptades pel Consell Rector i sobre aspectes previstos en els Estatuts. D'altra banda, comptem amb el **Comitè de Vigilància**, format per 3 socis elegits per l'Assemblea General, el qual té un marcat caràcter fiscalitzador i de control en relació amb el correcte funcionament dels òrgans socials, auditories i govern corporatiu.

El coneixement del Consell Rector sobre les preocupacions més rellevants de l'organització es porta a terme, de manera proactiva, pel mateix òrgan mitjançant el seguiment de la marxa dels diferents negocis, de l'organització i del mercat, així com per la intervenció en les sessions del Consell Rector dels diferents directius de l'empresa. Aquesta activitat es complementa amb els informes periòdics si els procediments d'informació prèvia que corresponen a cada comissió o comitè en relació amb les matèries de la seva especialitat, que són objecte d'anàlisi i propostes específiques.

Per acabar, el Consell Rector compta amb dos òrgans consultius: el **Consell Social**, format per 16 persones sòcies treballadores, centrat en aspectes sociolaborals, i el **Consell Consumerista**, format per representants dels comitès locals de consumidors, que s'ocupa dels assumptes relacionats amb el consum.

Al llarg de 2017 s'ha renovat la meitat del Consell Social, el Comitè de Recursos i la Comissió de Vigilància, tal com recull la nostra normativa interna.

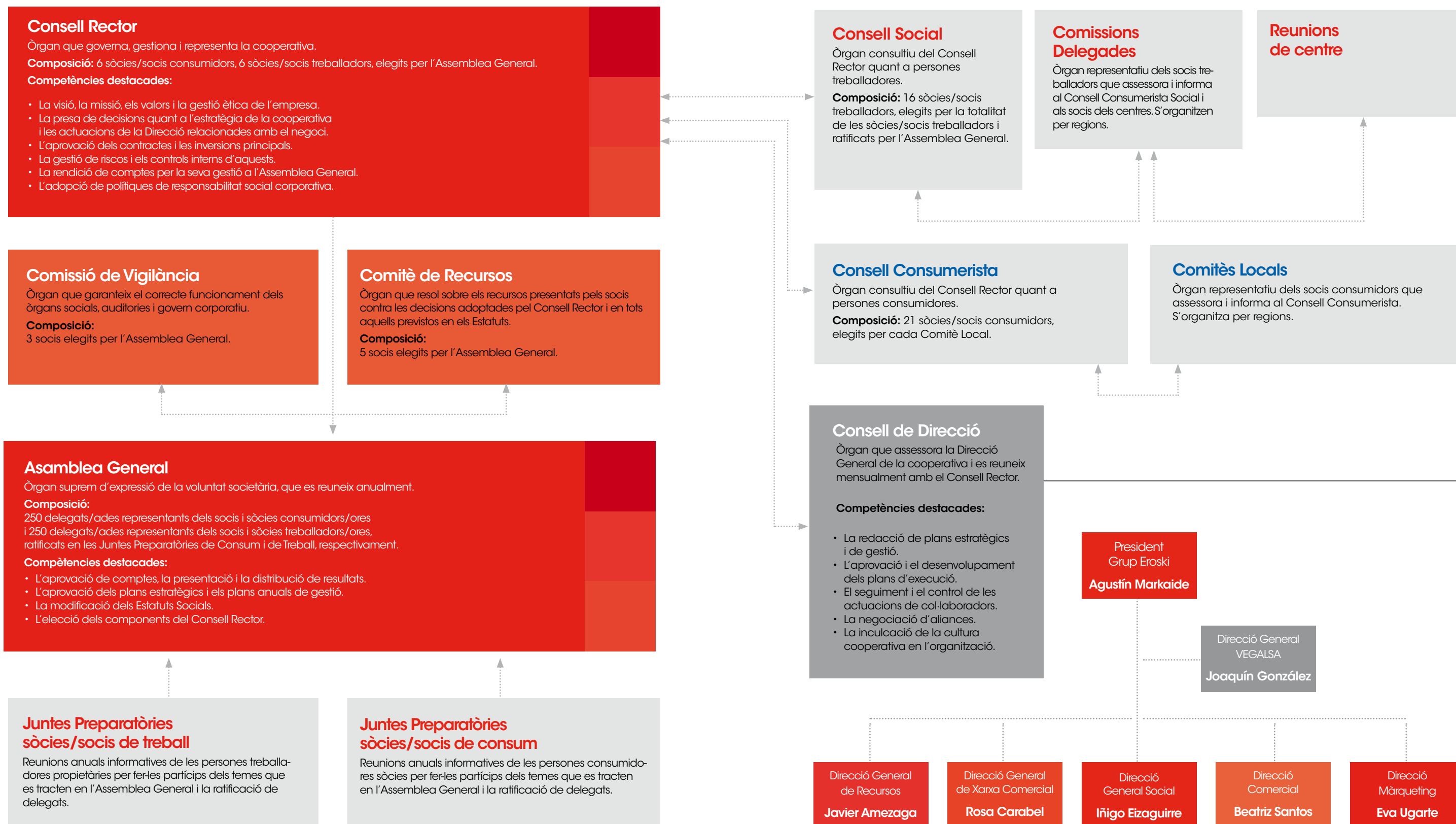
Així mateix, també ha correspost la renovació de la meitat de representants socials de cada centre (tots ells han estat designats per a quatre anys de mandat) i el Comitè de Seguretat i Salut.

Arran d'aquestes renovacions, s'han format més de 250 persones, amb un còmput de més de 5.000 hores de formació.

Disposem d'un programa de formació i actualització de continguts per als membres del Consell Rector amb l'objectiu de millorar el seu coneixement sobre assumptes econòmics, ambientals i socials. Al febrer de 2018 es van realitzar dues accions formatives: una d'econòmica financera i una altra sobre la gestió de les societats cotitzades.

També hem avançat en les autoavaluacions de l'acompliment, per segon any consecutiu, del Consell Rector i de les seves comissions, així com de determinats càrrecs. Aquest sistema d'autoavaluació consisteix en qüestionaris individuals que inclouen preguntes qualitatives que permeten obtenir informació completa i propostes de millora específiques. La Comissió de Nomenaments i Retribucions va analitzar els resultats dels qüestionaris d'autoavaluació i va presentar els nous plans d'acció, que el Consell Rector va aprovar i que s'han posat en marxa per tal de millorar el funcionament del Consell Rector i les comissions, així com el tractament dels seus assumptes.

Estructura de govern a EROSKI S. Coop.



Responsabilitat executiva en temes econòmics, ambientals i socials

Gestió econòmic financera

L'assoliment dels objectius econòmics, gestionats a través de l'ECOFIN, és supervisat pel Comitè d'Auditoria i Compliment d'EROSKI S. Coop., comitè delegat del Consell Rector, al qual li confia l'examen i el seguiment permanent de la informació i el control comptable de la societat. És la funció d'Auditoria Interna, a través d'aquest comitè, qui aporta un enfocament sistemàtic i disciplinat d'avaluació independent i de millora de l'eficàcia i l'eficiència dels processos de gestió de riscos i sistemes de control intern. Els resultats són valorats pel Consell Rector, i ens sotmetem a una auditoria anual externa. Els comptes anuals, juntament amb l'informe d'auditoria, són aprovats per l'Assemblea General.

Les relacions comercials i la promoció de l'entorn local es gestionen des de la Direcció Comercial, mentre que les relacions institucionals depenen de la Secretaria General.

Gestió social

La gestió dels nostres treballadors i treballadores depèn de la Direcció General Social, que, a través de diversos departaments, s'encarrega, entre d'altres, de les àrees següents: la prevenció de riscos laborals, les relacions laborals i les administracions, el desenvolupament d'ocupació i talent, l'organització i el desenvolupament de persones i la gestió social.

El Departament de Salut i Sostenibilitat, dependent de la Direcció de Màrqueting, s'encarrega de l'àrea de solidaritat i acció social, conjuntament amb els departaments de responsabilitat social de les diferents societats del grup. Aquesta tasca es veu complementada amb les tasques que fa la FUNDACIÓ EROSKI en aquest àmbit.

Gestió mediambiental

El compliment del nostre compromís amb el medi ambient es gestiona transversalment a través de totes les àrees funcionals en la cadena de valor. Des de les àrees de Desenvolupament i Logística, dependents de la Direcció General de Recursos, passant per la Direcció Comercial i la Direcció General de Xarxa Comercial, fins al Departament de Salut i Sostenibilitat, dependent de la Direcció de Màrqueting. D'aquesta manera ens assurem que tots els aspectes mediambientals de l'organització són gestionats per l'àrea que els genera. La coordinació d'aquesta tasca es fa a través de diferents fòrums destinats a prendre decisions estratègiques i empresarials (Comitè de Salut, Comitè de Màrqueting, etc.).

Aquesta gestió es complementa amb la promoció de la sensibilitat ambiental cap a la clientela a través del Departament de Salut i Sostenibilitat, campanyes de la Fundació EROSKI i dels departaments de responsabilitat social de les diferents societats del grup.

Gestió Ètica i Responsable

Per assegurar que les activitats i relacions d'EROSKI es realitzen de manera honesta i ètica, disposem del **Reglament de Règim Intern Cooperatiu** i del **Codi de Conducta** comunicat a les persones treballadores, sòcies i proveïdors, i a disposició de tots els grups d'interès.

En general, per vetllar sempre per la reputació i credibilitat de la nostra organització, evitem activitats desalineades amb els nostres interessos, complim les normes que hem establert, col·laborem amb les autoritats competents, fem bon ús dels actius de l'organització i rebutgem pagaments, obsequis i atencions indegudes.

EROSKI disposa de canals i mitjans confidencials per consultar o notificar qualsevol qüestió relacionada amb el Codi i el seu procediment. Així, comptem amb una adreça de correu electrònic, un telèfon i un formulari d'entrega via postal. El responsable de Compliment a través de l'OCI (Òrgan de Control Intern), és la persona designada pel Comitè d'Auditoria i Compliment del Consell Rector per rebre, canalitzar, fer seguiment, informar i documentar aquestes notificacions i consultes. El Comitè d'Auditoria supervisa el funcionament dels procediments establerts en la recepció de les consultes i les notificacions i valida la resposta que s'hi dona.

Lluita contra la corrupció

Les actuacions dutes a terme en matèria d'anticorrupció s'emmarquen en la implantació de la política de "*Compliance*" per part del Grup EROSKI. Durant l'any 2017 s'ha finalitzat l'avaluació dels riscos de caràcter penal que afecten el Grup EROSKI (conductes de risc i departaments afectats) i s'ha aprovat el **Pla de Prevenció de Riscos Penals**. S'hi estableix el disseny de la política preventiva, amb la definició de les mesures de control intern que han d'implantar-se. Per fer-ho, s'ha elaborat un Manual de prevenció de riscos penals, que inclou:

- El detall de les situacions de risc que eventualment pugui haver d'afrontar el Grup EROSKI.
- L'establiment dels protocols d'actuació davant d'operacions que comportin un potencial risc delictiu.
- La formulació de les recomanacions necessàries per al disseny d'una política eficaç de prevenció de delictes, on també es defineix el model de delegació i control del Grup EROSKI pel que fa a la notificació d'incidències, la implantació de mesures o la millora de les ja establertes, així com la comunicació de conductes delictives al Consell d'Administració.

Per complir les obligacions en matèria de Compliance ha entrat en funcionament l'**Òrgan de Control Intern**. Aquest treballa amb l'ajuda de l'**Oficina de Compliance**, que s'encarrega de la gestió i la implantació del Pla de Prevenció de Riscos Penals.

El nostre codi ètic

El nostre Codi Ètic és l'eix de la gestió diària, que en la pràctica es correspon amb les línies d'actuació següents:



Incloure

la gestió ètica entre els objectius principals de la Direcció.

Assumir i contribuir

a la millora contínua dels nivells de responsabilitat social recollits en la legislació.

Verificar

a través d'indicadors la conducta ètica de l'organització per definir les àrees d'activitat que necessitin millorar.

Fixar objectius

de millora en la gestió ètica i elaborar i adoptar plans per a la seva consecució.

Formar i informar

adequadament totes les persones involucrades en l'aplicació del sistema de gestió i promoure l'adopció de bones pràctiques de responsabilitat social.

Informar

adequadament sobre el Codi Ètic adoptat proveïdors i subcontractistes i crear mecanismes per a la transferència del coneixement sobre la responsabilitat social.

Atendre

les parts interessades externes (consumidors, comunitats de veïns, Administració, clients, proveïdors, etc.) en cas que s'interessin pel nostre comportament social.

Comunicar

a la societat obertament i eficaçment el nostre codi, les seves normes i el compliment dels seus objectius.

Prevenció i gestió de conflictes d'interessos

Hem establert diferents mecanismes per a la prevenció i/o la gestió dels conflictes d'interessos que es puguin suscitar mitjançant les normes internes següents: els Estatuts Socials d'EROSKI S. Coop., el Reglament del Comitè d'Auditoria i Compliment, el Codi de Conducta Corporatiu, el Procediment intern de contractació i l'Estatut del Directiu.

Segons la nostra normativa, l'Assemblea General ha d'autoritzar qualsevol actuació que obligui la cooperativa amb algun membre del Consell Rector, la Comissió de Vigilància o la Direcció, o amb qualsevol dels seus familiars fins a segon grau de consanguinitat o afinitat. Així mateix, dins de les competències atribuïdes al Comitè d'Auditoria i Compliment hi ha la d'informar el Consell Rector sobre les situacions de conflicte d'interès en què puguin incórrer Consellers i Directius, segons informes de la Comissió de Nomenaments i Retribucions.

Gestió d'impactes i riscos

En l'actualitat, la identificació i la gestió dels impactes, els riscos i les oportunitats de caràcter econòmic, ambiental i social corresponen principalment al Comitè d'Auditoria i Compliment i a l'Òrgan de Compliment d'EROSKI S. Coop., que són els encarregats d'informar puntualment el Consell Rector, el qual és, en darrer terme, l'òrgan responsable de vetllar pel compliment de les normes internes relatives a la gestió de tots els riscos que puguin amenaçar l'organització.

A més, hem desenvolupat un Pla de prevenció de riscos penals en què s'identifiquen els delictes que comptarien amb una probabilitat més gran de ser comesos dins de les activitats desenvolupades en el grup EROSKI. S'hi assenyalen els departaments o les àrees que es trobarien més afectats per la seva potencial comissió, les actuacions que portarien a infringir la regulació i les mesures de prevenció que han de ser implantades pels grups de risc, així com els processos de monitoratge que es desenvoluparan per a la seva inspecció o acreditació.

En aquest sentit, en relació amb els delictes contra els recursos naturals i el medi ambient, es preveuen determinades actuacions de risc que poden ser portades a terme per diferents departaments d'Eroski S. Coop., així com les mesures de prevenció per evitar-les i els controls específics implantats, que, bàsicament, consten de sistemes de reporting entre els diferents òrgans del grup.

En aquest context preventiu, anualment el Consell Rector també efectua una anàlisi en profunditat dels riscos corporatius en general. El mapa de riscos corporatius es troba disponible en l'Informe anual de govern corporatiu (apartat E), disponible en el web d'EROSKI, s'aporta informació relativa als riscos (abast del sistema de gestió de riscos, òrgans responsables del sistema de gestió de riscos, riscos materialitzats en l'exercici, etc.).

Pertinença a associacions

Àmbit cooperatiu i com a associació de consumidors

País Basc

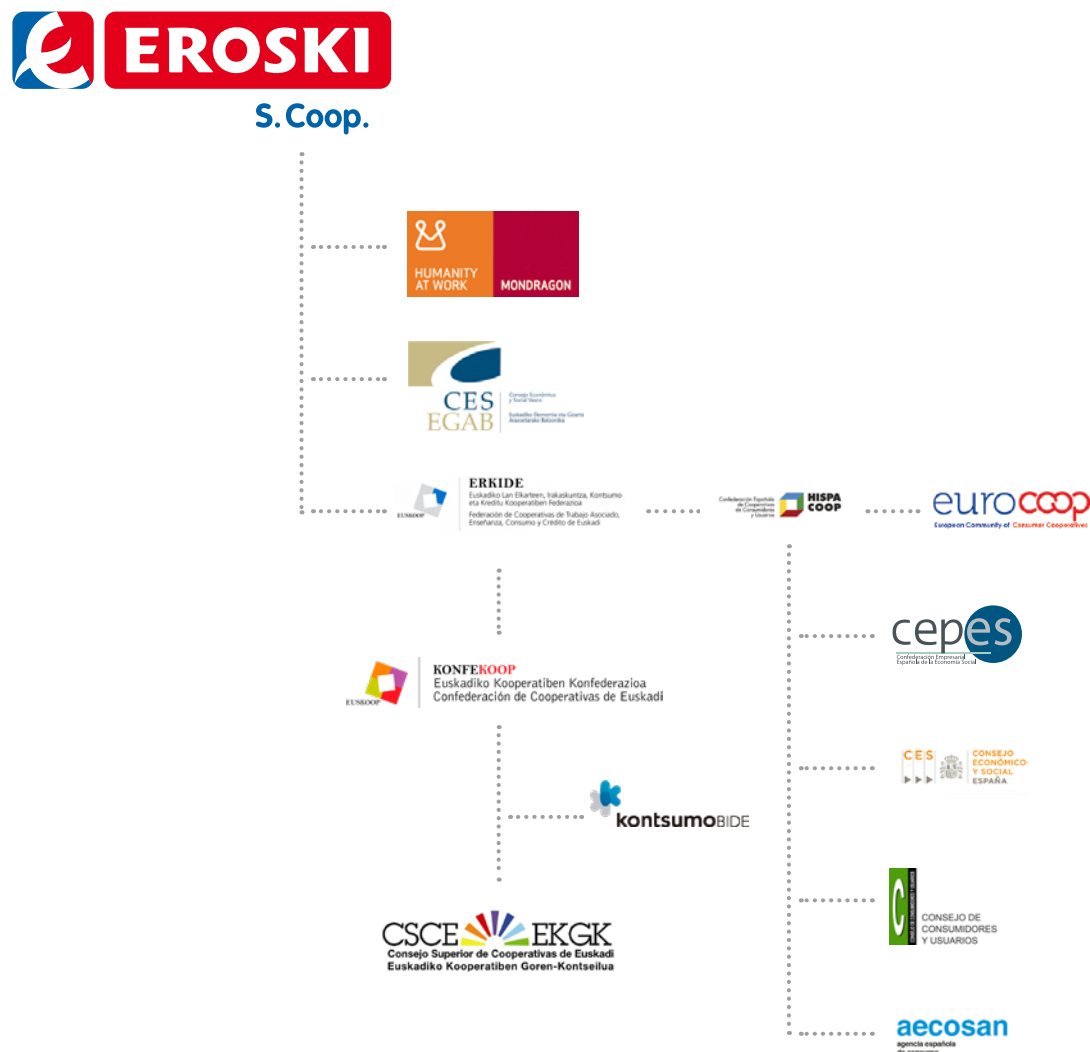
- Grup cooperatiu MONDRAGON
- Consell Econòmic i Social Basc (CESV)
- Federació de Cooperatives de Treball Associat, Ensenyament, Consum i Crèdit d'Euskadi (ERKIDE)
- Elkarlan S. Coop. – Societat per a la promoció de cooperatives
- Confederació de Cooperatives d'Euskadi (KONFEKOOP)
- Institut Basc de Consum (Kontsumobide)
- Consell Superior de Cooperatives d'Euskadi (CSCE-EKGK)
- Work Lan (Associació sense ànim de lucre per al foment d'empreses de l'economia social)

Espanya

- Confederació Espanyola de Cooperatives de Consumidors i Usuaris (HISPACOOOP)
- Confederació Empresarial Espanyola d'Economia Social (CEPES)
- Consell de Consumidors i Usuaris (CES)
- Consell Consultiu de l'Agència Espanyola de Consum, Seguretat Alimentària i Nutrició (AECOSAN)

Europa

- European Community of Consumer Cooperatives (Euro Coop)



Àmbit empresarial

- Associació Espanyola de Grans Empreses de Distribució (ANGED)
- Associació de Cadenes Espanyoles de Supermercats (ACES)
- Associació Espanyola de Codificació Comercial (AECOC)
- Associació Empresarial de l'Hospitalet i el Baix Llobregat (AE-BALL)
- Societat Econòmica Barcelonesa d'Amics del País (SEBAP)
- Foment del Treball Nacional
- Associació Empresarial de Comerciants de Menorca (ASCOMÉ)
- Agrupació Balear del Comerç (ABACO)
- Associació de Comerços d'Alimentació de les Illes Balears (ACAIB)
- Confederació Balear de Comerç (CBC)
- Federació Patronal d'Empresaris de Comerç de les Balears (AFEDECO)
- Confederació d'Associacions d'Empresaris de les Balears (CAEB)
- Confederació Empresarial Galícia (CEG)
- Confederació Empresarial la Corunya (CEC)
- Associació d'Empresaris AGRELA
- Associació d'Empresaris del Polígon de Sabón - Arteixo
- Confederació d'Empresaris d'Orense (CEO)
- Confederació d'Empresaris de Ferrolterra, Eume i Ortegal
- Federació Asturiana d'Empresaris (FADE)
- Associació Empresarial Hostaleria A Coruña
- Associació Polígon de o Ceao (Lugo)
- Club Financer de Vigo (Cercle d'Empresaris de Galícia)
- Club Financer d'A Coruña (Club Financer Atlàntic)
- Cambra de Comerç d'Àlaba
- Cambra de Comerç de Bilbao
- Confederació d'Empresaris de Navarra (CEN)
- Cambra de Comerç Barcelona
- Cambra de Comerç de Mallorca Retail Forum for Sustainability
- Cercle d'Economia de Barcelona
- Xarxa Espanyola del Pacte Mundial
- Retail Forum for Sustainability
- Associació d'Empreses Basques per la Sostenibilitat (IZAITE)
- Basque Ecodesign Center
- Fundació AZTI
- Fundació Basque Culinary Center
- 5 al dia
- ECOEMBES
- ESADE (Universitat Ramon Llull)
- IESE (Universitat de Navarra)
- Escodi (Universitat de Barcelona)
- ADP
- Fundació Pasqual Maragall
- Fundació Abadia de Montserrat
- Sport Cultura Barcelona

Compromís amb el desenvolupament sostenible

Per equilibrar la nostra activitat comercial i les necessitats econòmiques, socials i mediambientals de l'entorn, incorporem a la nostra organització de manera integral el criteri de desenvolupament sostenible. Per fer-ho, el Departament de Salut i Sostenibilitat realitza la tasca de coordinació amb les altres àrees de l'empresa per assegurar-nos l'alineament dels plans de gestió i estratègics amb la minimització i mitigació dels impactes negatius i la promoció

dels positius. Així, des d'una actitud proactiva, treballem transversalment en els aspectes de la nostra activitat com a distribuïdors que puguin afectar el medi natural i els grups socials amb els quals interactuem. A més, fomentem aquest comportament responsable entre les persones consumidores per col·laborar en la millora de la societat tant en l'àmbit local com global. El nostre compromís amb el desenvolupament sostenible es desplega en les àrees econòmica, social i mediambiental.

Les nostres línies de treball en els tres pilars de la sostenibilitat



Econòmic

- La nostra proposta de valor està basada en l'alimentació equilibrada i saludable [capítol 2].
- Comptem amb una oferta comercial i una atenció individualitzades als nostres clients i clientes per donar resposta a les seves necessitats específiques [capítol 2].
- La nostra política comercial dona protagonisme als productes locals i regionals [capítol 4].
- Generem i distribuïm riquesa entre els nostres grups d'interès [capítols 1, 2, 4 i 6].



Social

- Informem i formem les persones consumidores per promoure un model de consum responsable [capítol 2].
- Generem ocupació estable i de qualitat [capítol 3].
- Desenvolupem i promovem la solidaritat i el suport a la cultura i els entorns locals [capítol 6].



Mediambiental [Capítol 5]

- Ampliem la nostra gamma de productes amb un origen sostenible certificat.
- Apostem per l'ecodisseny dels nostres envasos de productes de marca pròpia.
- Incloem criteris de construcció sostenible a les nostres botigues.
- Optimitzem la nostra xarxa logística i reduïm les nostres emissions per transport.
- Donem suport a campanyes de sensibilització mediambiental.

FUNDACIÓ EROSKI

Per materialitzar les accions en favor de la sostenibilitat, dediquem un mínim del 10 % dels nostres beneficis al Fons de Contribució Obligatòria per a Educació i Promoció Cooperativa i altres fins d'interès públic (COFIP). Aquests recursos econòmics es canalitzen a través de la FUNDACIÓ EROSKI, entitat nascuda el 1997, que desenvolupa la seva activitat segons quatre grans eixos.

Per fer-ho, compta amb un equip tècnic multidisciplinari que promou accions en favor de les persones consumidores, fa campanyes de divulgació, edita revistes i guies, ofereix beques i ajudes i col·labora amb organitzacions socials. El Patronat de la Fundació, nomenat per la Direcció General d'EROSKI, garanteix que el pla d'actuació definit anualment es desenvolupi sota els principis d'imparcialitat, independència, transparència, eficiència i responsabilitat.

Eixos d'activitat de la FUNDACIÓ EROSKI



1

La formació i la informació de les persones consumidores.

2

La promoció educativa, cultural i professional, en especial, en matèria consumerista i de compromís amb l'entorn i el medi ambient.

3

La solidaritat i la promoció assistencial.

4

La recerca, el desenvolupament i la innovació en relació amb el consumerisme, l'alimentació, el medi ambient i els hàbits de vida saludables.

EROSKI amb els objectius de desenvolupament sostenible de les Nacions Unides

Creiem que l'única via per assolir l'objectiu global de desenvolupament sostenible és treballar conjuntament amb la resta dels agents econòmics, socials i mediambientals. És per això que som membres fundadors del Pacte Mundial, una iniciativa internacional proposada per les Nacions Unides el 2002, que promou implementar 10 principis universalment acceptats per fomentar la responsabilitat social empresarial en les àrees de drets humans i empresa, normes laborals, medi ambient i lluita contra la corrupció a les activitats i l'estratègia de negoci. Cada any reafirmem el nostre compromís amb aquests quatre punts, que són inherents a les decisions que prenem en els plans estratègics i en els plans de gestió anuals. A més, el Pacte Mundial és catalitzador dels esforços d'empreses i organitzacions en la consecució dels Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS). Des d'EROSKI treballam perquè, amb l'ajuda de les nostres accions, es puguin aconseguir les 17 metes globals fixades per al 2030, aportant un impacte positiu per al planeta.



17 objectius per transformar el nostre món



Capítols 3, 4 i 6

Treballem per assolir aquest objectiu transversalment a l'organització: des de la nostra política de compres, amb la comercialització de productes de comerç just i l'exigència als nostres proveïdors de complir una gestió responsable de les seves persones treballadores, fins al desenvolupament i suport d'iniciatives solidàries i de cooperació internacional.



Capítol 6

Despleguem la solidaritat alimentària amb aquelles persones en risc d'exclusió social en tres grans eixos: el programa de «Rebuig zero», les campanyes de recollida d'aliments en què participa la nostra clientela i els vals d'alimentació.



Capítols 2 i 6

Apostem per una oferta comercial basada en productes equilibrats i segurs. N'és una bona prova la reducció de més de 325 tones de greixos, sucres i sal dels nostres productes perquè el seu perfil nutricional sigui més saludable. També oferim productes aptes per a persones amb necessitats especials derivades d'una malaltia, com els celíacs, un col·lectiu amb el qual també col·laborem.

A més, informem i formem les persones consumidores perquè portin una vida saludable. Per això, incorporem el semàfor nutricional a tots els aliments de marca pròpia i disposem de la revista EROSKI CONSUMER i el web www.consumer.es, així com de l'Escola d'Alimentació de la FUNDACIÓ EROSKI. I, des del gener de 2017, EKILIBRIA, una completa eina d'informació sobre els hàbits de compra des del punt de vista de la salut, està al servei dels socis i sòcies clients.

ODS
prioritari



Capítols 2, 3 i 6

Formem escolars de tot Espanya en hàbits de consum i alimentació saludables a través de l'Escola d'Alimentació de la FUNDACIÓ EROSKI. A més, col·laborem a formar joves en risc d'exclusió social en oficis de les nostres botigues.



Capítol 3

Considerem la igualtat d'oportunitats entre dones i homes com un principi bàsic i estratègic de la gestió de l'organització. El nostre Observatori d'Igualtat vetlla pel seu compliment en tota l'organització i ens regim per un Pla d'Igualtat que comprèn 58 mesures en sis àrees de treball.



Capítol 5

Ens abastim d'aigua procedent de xarxes d'abastament municipals que han de complir la legislació en aquesta matèria. De la mateixa manera, estem connectats a xarxes de sanejament públiques que s'encarreguen del tractament adequat de les aigües residuals que genera la nostra activitat.



Capítol 5

Invertim en projectes de recerca i desenvolupament per aconseguir botigues autosuficients energèticament i amb balanç de CO₂ neutre. Per exemple, la LifeZeroStore que s'està desenvolupant a Vitòria-Gasteiz aspira a generar tota l'energia que necessita per a la seva activitat mitjançant un sistema de trigeneració alimentat per biomassa.



Capítols 1 i 3

Generem treball de qualitat que compleix tots els criteris de l'Organització Internacional del Treball, la qual cosa també exigim als nostres proveïdors. A més, promovem un model empresarial inclusiu mitjançant projectes amb col·lectius de persones amb discapacitat i donem suport a iniciatives que impulsen el desenvolupament socioeconòmic i cooperatiu en països o zones en desenvolupament.



Capítols 5 i 6

Promovem la innovació en el sector de l'alimentació i la construcció sostenible formant part de diferents projectes d'R+D+I. A més, col·laborem amb entitats socials especialitzades en cooperació internacional per ajudar al desenvolupament d'infraestructures en cas d'emergència humanitària.



Capítols 3 i 6

Apliquem el principi de solidaritat retributiva en tota l'organització, fet que comporta una estreta forquilla salarial entre els llocs amb menor responsabilitat i els d'alta direcció. A més, col·laborem amb diferents organitzacions socials, com Creu Roja, UNICEF, Mundukide o Aldees Infantils SOS, que treballen en països amb grans desigualtats.



Capítol 5

Contribuim a aconseguir ciutats sostenibles a través de la construcció i renovació de les nostres botigues considerant criteris ambientals. A més, promovem l'economia circular mitjançant el reciclatge dels residus que generem i l'ecodisseny dels nostres envasos.



Capítols 2, 4 i 5

La nostra política de compres busca aconseguir un sector agroalimentari sostenible i de qualitat. Per això, més de la meitat dels nostres proveïdors comercials són petits productors locals i que apostem per comercialitzar productes amb un origen sostenible garantit, com peix MSC o productes ecològics. El 2017 hem fet un pas més per afavorir que els consumidors puguin trobar fàcilment productes i serveis sostenibles impulsant i participant en el nou aparador poreclima.com de la comunitat #PorElClima.

A més, tenim un ferm compromís amb la lluita contra el malbaratament alimentari, que es materialitza, entre altres accions, al programa «Rebuig zero», que va evitar llençar més de 4.750 tones d'aliments el 2017. També apostem per les estratègies d'economia circular en la valorització

i minimització dels residus que generem, per tal d'evitar el consum de matèries primeres en altres processos productius.

D'altra banda, fomentem el consum responsable des de múltiples iniciatives: l'Escola d'Alimentació, que ja ha format més de 760.000 escolars en hàbits de consum saludables i responsables; la revista EROSKI CONSUMER, amb al voltant de 279.000 lectors al mes, i el web www.consumer.es, amb 60 milions de visites a l'any. També hem col·laborat amb programes com «Activa't +» o organitzacions com WWF, entre d'altres.



Capítol 5

Lluitem contra el canvi climàtic amb mesures d'eficiència energètica, optimització logística i ecodisseny de productes i envasos. A més, fem campanyes de sensibilització en aquest àmbit entre les persones consumidores.



Capítol 5

Despleguem la nostra Política de Pesca Sostenible apostant per peix amb garantia de conservació de la biodiversitat en mars i oceans mitjançant el segell MSC (Consell d'Administració Marina) o complint els principis de la ISSF (Fundació Internacional per a la Pesca Sostenible).



Capítol 5

Ampliem el nombre de productes que comercialitzem amb segells que garanteixin l'origen sostenible de les matèries primeres. Per exemple, tenim referències de producció ecològica o, entre d'altres, amb el segell FSC® (Forest Stewardship Council®). A més, col·laborem des de fa anys amb WWF (World Wide Foundation).



Capítol 1

Gestionem responsablement la nostra organització, d'acord amb el Codi de Conducta, el Codi Ètic i els principis cooperatius que caracteritzen la nostra societat.



Capítols 1 i 5

Som membre fundador del Pacte Mundial. A més, som socis del Basque Ecodesign Center, European Retail Forum i Izaite, tots ells convenis col·laboratius entre empreses per fomentar i intercanviar bones pràctiques en sostenibilitat.

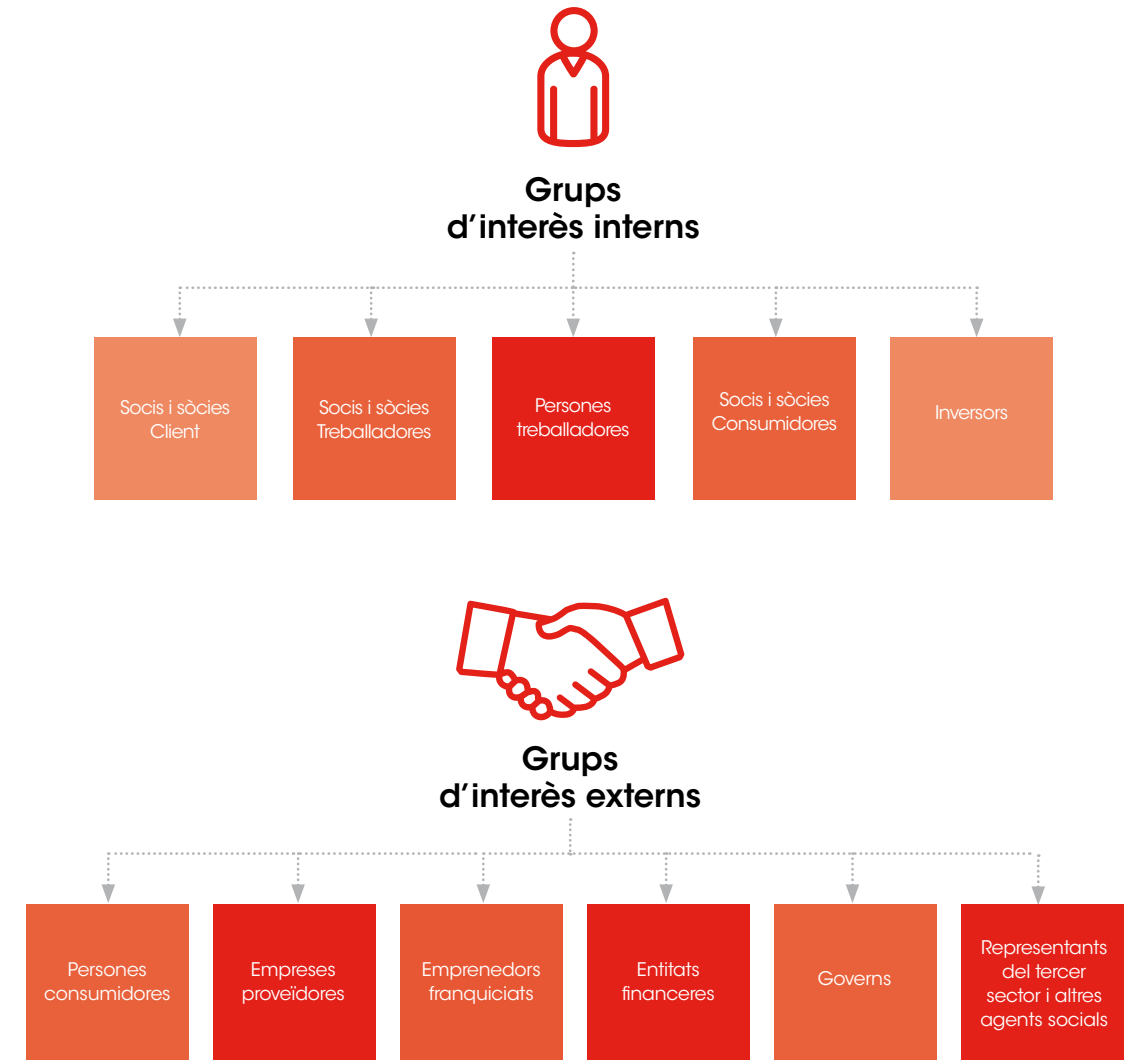
Els nostres grups d'interès

La nostra activitat genera impactes en diferents grups d'interès, i viceversa. Aquestes persones, grups, col·lectius i organitzacions són molt importants per a nosaltres, ja que hi ha una interacció i una cooperació mútues, enfortides i treballades amb els anys. Per tant, comprendre'ls i involucrar-los en les nostres activitats i decisions és bàsic en el desenvolupament de la nostra responsabilitat social. En aquest sentit, l'actual complexitat i dinamisme del context social i empresarial ha fet imprescindible adquirir un compromís sòlid amb els diferents grups d'interès i, per aconseguir-ho, identificar-los i conèixer-ne les expectatives i els desafiaments.

Per això, hem dut a terme una tasca d'identificació dels col·lectius que:

- tenen un impacte directe o indirecte en la nostra organització;
- es veuen afectats per les nostres activitats, serveis o productes;
- s'interessen per la nostra activitat.

Així, diferenciem entre grups d'interès interns, és a dir, els grups o persones que són part integrant del Grup EROSKI, i els grups d'interès externs, que inclouen des de la nostra clientela fins a governs o entitats socials:



Canals de comunicació amb els nostres grups d'interès

Tractem de mantenir canals oberts amb tots els col·lectius en què impactem per estar al corrent de les seves inquietuds i mantenir ferm el nostre compromís amb la transparència. Així, disposem de mitjans de comunicació comuns per a diferents grups socials, com són la nostra Memòria corporativa anual i la Memòria de sostenibilitat. També comptem amb una pàgina web pròpia d'EROSKI i altres per a diferents negocis i societats del grup. En concret:

- www.eroski.es
- www.compraonline.grupoeroski.com
- www.caprabo.com
- www.capraboacasa.com
- www.vegalsa.es
- www.viajeseroski.es
- www.forumsport.com
- www.eroskiasegura.es



50.618
seguidors a Twitter



1.792
seguidors a Instagram



14.166
seguidors a LinkedIn

Escolta als grups d'interès per a la definició dels nostres 10 compromisos per a la salut i la sostenibilitat

Amb l'objectiu d'alinejar la nostra estratègia amb les necessitats i preocupacions dels nostres grups d'interès, durant el 2017 més de 7.800 persones han compartit les seves opinions amb nosaltres a través de jornades presencials i enquestes en línia en relació amb la salut i la sostenibilitat. Tota la informació recollida en aquests exercicis d'escolta s'ha pres en consideració en la definició de les línies de tre-

També hem obert noves vies de comunicació generals a través del nostre canal a YouTube (EROSKI) i les xarxes socials on som presents, com Facebook (@Eroski), Google+ (Eroski) i Twitter (@EROSKI). En aquesta última plataforma cal destacar un augment del 15,4% en el nombre de seguidors respecte a 2016.

Entre totes les plataformes hem generat més d'**1 milió d'interaccions** dels usuaris amb continguts de la nostra marca i més de **66 milions d'impressions**.

En addició a aquests canals, també comptem amb mecanismes de comunicació específics per a cada grup d'interès.

ball per als propers anys, que es recullen en els 10 compromisos per a la salut i la sostenibilitat presentats prèviament en aquest capítol. A més, en tot l'any hem recollit més de 14.596 opinions de socis i sòcies clients sobre els productes de marca pròpia. Aquestes opinions són analitzades acuradament per poder millorar les nostres actuacions.

7.051
Socis i sòcies Client

418
Socis i sòcies Treballadors

293
Persones representants dels òrgans societaris i de govern

35
Persones expertes d'organismes públics, del tercer sector i entitats socials

8
Persones que pertanyen al Patronat de la FUNDACIÓ EROSKI

Mecanismes de comunicació específics i qüestions i preocupacions clau identificades per a cada grup d'interès

Grup d'interès	Mecanismes de comunicació específics	Qüestions i preocupacions clau
  Clients i Socis i sòcies Client	Servei d'atenció al client (a la botiga, telèfon i web) Revista EROSKI Club Revista Sabor de CAPRABO Estudis de satisfacció de clients Programes d'escolta a la clientela Fulletts promocionals App EROSKI Club Newsletters	Alimentació saludable i equilibrada Atenció a la botiga (valoració sobre el nostre personal el 2016: 8,02/10) Qualitat i varietat de productes/serveis Consum de productes locals Opcions de compra (localització de botigues i multicanalitat) Preu i estalvi transferit Sostenibilitat ambiental i social de productes/serveis Temps d'espera a la caixa i a les seccions de frescos
 Persones consumidores	Revista EROSKI CONSUMER i www.consumer.es Escola d'Alimentació (www.escueladealimentacion.es) Enquesta Nutricional de la Població Espanyola (ENPE) Campanyes de sensibilització (salut, solidaritat i medi ambient) Institucions públiques i organitzacions que vetllen pels interessos dels consumidors (Konsumobide, Consell de Consumidors i Usuaris, AECOSAN, etc.) Notes i conferències de premsa	Alimentació saludable i equilibrada Qualitat de productes/serveis Informació i formació al consumidor Consum de productes locals Seguretat alimentària Sostenibilitat ambiental i social dels productes/serveis
 Persones treballadores	Publicacions: Nexo, Néctar, La Parrapla, intranets (Prisma, ForumNet), actes, comunicacions en seu Entrevistes d'avaluació Enquestes de cultura laboral Auditories (Codi Ètic i SA8000) Canal de denúncia	Qualitat i estabilitat de l'ocupació Governança i gestió ètica Normes laborals Reestructuració de la xarxa comercial Valoració dels clients
 Socis i sòcies treballadores	Òrgans de participació societària Manual d'acollida Mecanismes propis de persones treballadores	Qualitat i estabilitat de l'ocupació Governança i gestió ètica Reestructuració de la xarxa comercial Qüestions inherents a persones treballadores i consumidors
 Socis i sòcies consumidores	Òrgans de participació societària Newsletters Mecanismes propis de socis/sòcies client i persones consumidores	Qüestions inherents a persones consumidores i socis/sòcies client Localització de botigues
 Empreses proveïdores	Servei d'Atenció a Proveïdors Publicacions: Nexo Logística EROSKI Acords amb PIME Convenis de col·laboració Taules sectorials Campanyes promocionals de productes locals Auditories (control qualitat, SA 8000) Fòrums permanents i ocasionals	Gestió econòmica Política de compres Processos logístics Traçabilitat de la cadena de subministrament Sostenibilitat del sector agroalimentari
 Entitats financeres/ Inversores	Informe de govern corporatiu Informe de comptes anuals consolidats Notes i conferències de premsa Pàgina web de la CNMV i EROSKI	Gestió econòmica Governança i gestió ètica Reestructuració de la xarxa comercial Estratègia comercial Compliment socioeconòmic
 Emprenedors i empenedores franquiciats	Programa "amb tu en franquícia" Comunicacions directes amb el personal de la Direcció de Franquícies de la Direcció General de Xarxa	Gestió econòmica Reestructuració de la xarxa comercial Política de compres Processos logístics
 Govern	Acords i convenis de col·laboració Reunions amb representants públics Associacions empresarials i de cooperatives de consumidors (ACES, ANGED, AECOC, etc.)	Compliment socioeconòmic i mediambiental Gestió econòmica Governança Impacte ambiental de l'organització Salut dels consumidors (producte segur, alimentació equilibrada) Sostenibilitat del sector agroalimentari
 Tercer sector i altres agents socials	Reunions amb representants de les diferents organitzacions Comitè Científic FUNDACIÓ EROSKI Universitats: convenis, beques ONG: convenis de col·laboració, patrocinis, jornades, stands	Compliment socioeconòmic i mediambiental Governança Impacte ambiental de l'organització Inversions en R+D+i Sostenibilitat ambiental i social de productes/serveis



Compromís per la salut i el benestar

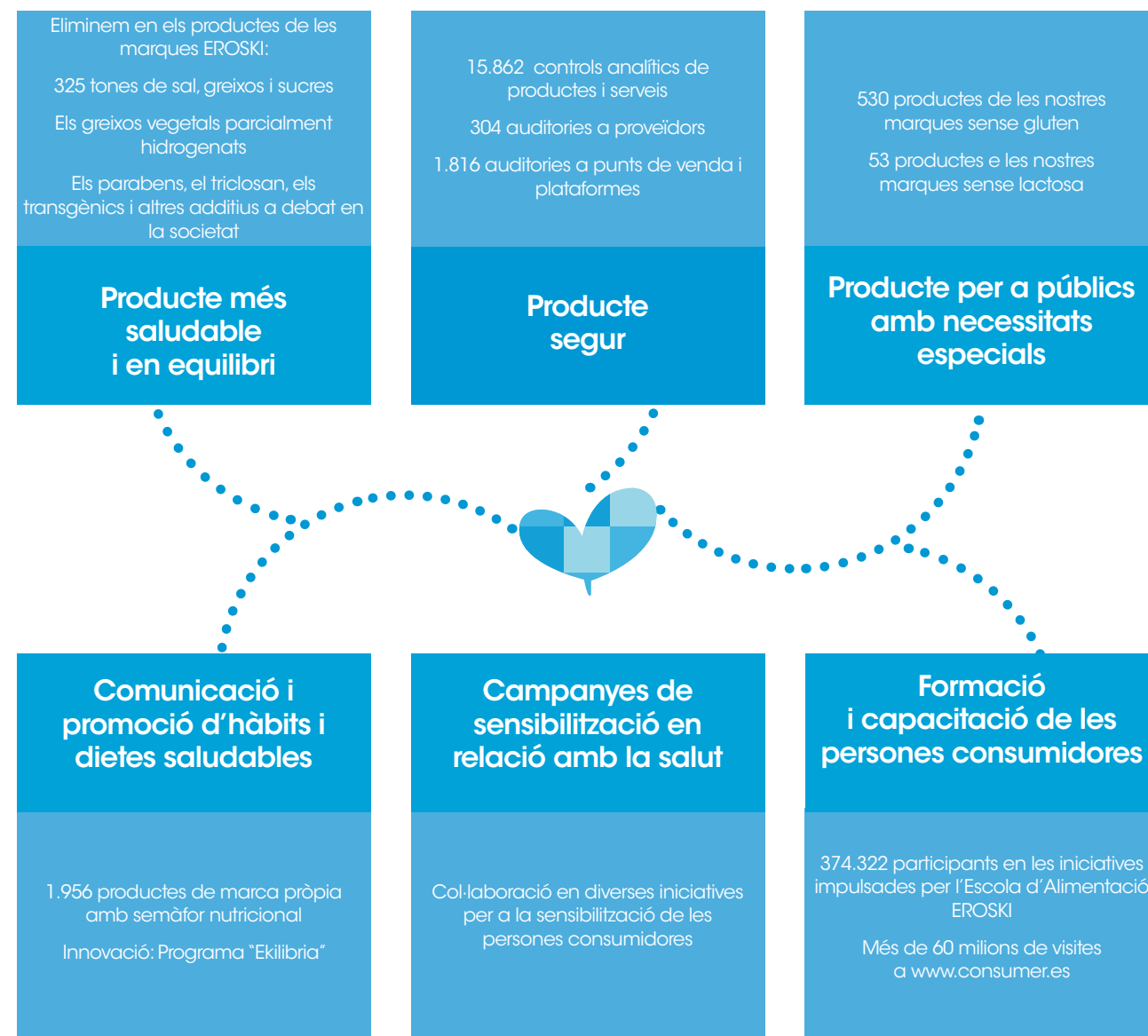
Les persones consumidores són protagonistes a EROSKI, ja que des del nostre origen com a cooperativa de consum hem integrat les seves necessitats i demandes en la nostra proposta comercial. Gràcies al fet que més d'un milió de consumidors són socies i socis de la cooperativa, disposem d'un canal directe i continu de comunicació que ens permet identificar les seves preocupacions i interessos en cada moment. Aquest exercici d'escolta també el fem diàriament amb la nostra clientela en els punts de venda i a través del Servei d'Atenció al Client. Tot això ens ajuda a desenvolupar el nostre compromís en relació amb interessos clau de les persones consumidores, com ara la seva salut i benestar.

Avui, un dels problemes més importants que afrontem des del punt de vista del consum és el canvi dràstic dels nostres hàbits alimentaris, la qual cosa pot derivar en un problema de salut pública relacionat, per exemple, amb les taxes de

sobrepès o obesitat. Per això, l'alimentació equilibrada i els hàbits de vida saludables juguen en l'actualitat un paper fonamental per al benestar individual i col·lectiu en la nostra societat.

Per tal de garantir que les nostres propostes en salut i alimentació responen a les necessitats i les prioritats que els estudis científics estableixen, comptem amb eines i aliances que ens permeten incorporar en la nostra oferta els coneixements sobre salut i alimentació de la comunitat investigadora i acadèmica.

Una vegada detectades les necessitats en alimentació saludable de les persones consumidores, executem el nostre compromís per la seva salut i benestar a través de diverses línies de treball:



Necessitats i aportacions de la comunitat

El manteniment d'una relació contínua i fluida amb els consumidors, la comunitat científica i organitzacions i institucions relacionades amb la salut ens permet incorporar

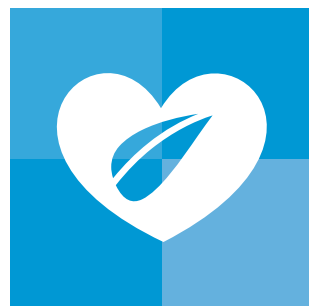
les aportacions d'aquests tres grups d'interès al desenvolupament d'una oferta diferenciada en salut i benestar. Així, el nostre posicionament en aquest àmbit es fonamenta en:



El coneixement científic



Les demandes i les inquietuds de les persones consumidores



Les necessitats especials de col·lectius afectats per malaltia

Coneixement científic

Considerem que l'alineació amb el consens de la comunitat científica internacional i el coneixement dels hàbits alimentaris actuals i l'estat de salut de la població són claus per poder oferir eleccions alimentàries més saludables i equilibrades als nostres clients. En aquest sentit, comptem amb dues eines fonamentals:

Comitè Científic de la FUNDACIÓ EROSKI

El Comitè Científic es va crear fa més d'una dècada amb l'objectiu de guiar i orientar en la definició de l'estratègia a mitjà i llarg termini del compromís d'EROSKI i la FUNDACIÓ EROSKI amb l'alimentació saludable. Aquest òrgan assessor, format per professionals especialitzats en diferents disciplines relacionades amb la salut, la nutrició, l'alimentació i les arts culinàries i gastronòmiques, aporta evidència científica, experta i independent a la nostra proposta des d'una visió externa enriquidora. Així, per exemple, decisions com la implantació del semàfor nutricional, l'eliminació dels greixos vegetals parcialment hidrogenats o el programa de reducció de greixos, sucres i sal en els productes de marca pròpia són decisions preses per EROSKI que han comptat amb l'aportació d'aquest assessorament científic.

Enquesta nutricional de la població espanyola (ENPE) de la FUNDACIÓ EROSKI

Per impulsar en aquest àmbit mesures encertades en la promoció de la salut, és fonamental tenir una visió adequada, actualitzada i completa de l'estat nutricional i els hàbits alimentaris de la població espanyola. En absència d'estudis amb la validesa científica que la nostra exigència requereix, la FUNDACIÓ EROSKI, amb l'assessorament del seu Comitè Científic, va impulsar l'estudi ENPE juntament amb la Societat Espanyola de Nutrició Comunitària (SENC) i la coordinació tècnica de Sprim.

Entre els realitzats fins al moment a Espanya, ENPE és l'estudi amb un nombre més alt de persones enquestades (6.800), ja que inclou totes les edats (entre 3 i 90 anys) i totes les comunitats autònomes, fet que el converteix en el més exhaustiu pel que fa a informació recopilada. Les dades obtingudes estan categoritzades per edat, sexe, nivell sociocultural, ubicació geogràfica i altres factors sociodemogràfics que permeten un coneixement precís i de gran utilitat per al món acadèmic i les institucions responsables de la salut.

Demandes i inquietuds de les persones consumidores

Les persones consumidores participen de manera activa en la definició de l'estratègia de la cooperativa. Comptem amb 21 Comitès Locals de Consumidors que defensen els interessos de les persones sòcies i les consumidores en general de cada localitat en què EROSKI porta a terme la seva activitat. Estan formats per sòcies i socis consumidors que traslladen les seves preocupacions, debaten, es posicionen i defineixen directrius per a la cooperativa.

Considerem que la millora contínua de la nostra activitat comercial és possible també gràcies a la participació constant de la nostra clientela. Per això, el 2017 hem organitzat diferents exercicis d'escolta a clients i persones consumidores en general per identificar-ne les preocupacions clau relacionades amb la salut i la sostenibilitat. Més de 7.200 persones hi van participar mitjançant enquestes en línia o trobades presencials. A més, 14.596 socis i sòcies clients hi han participat amb les seves valoracions, opinions i suggeriments sobre els productes de marca pròpia i amb propostes per millorar la seva botiga «Amb tu» habitual.



Necessitats especials de col·lectius afectats per malaltia

De manera especial, som sensibles a les necessitats específiques en alimentació derivades de malaltia que afecten algunes persones. Per això, mantenim una comunicació fluida amb diferents entitats i col·lectius que les representen. D'aquesta manera, en podem conèixer de primera mà les

demandes i les preocupacions i ampliar la nostra gamma d'aliments per donar una resposta adequada a les seves peticions. A més, col·laborem amb aquestes entitats per donar visibilitat i conscienciar sobre la seva malaltia mitjançant diferents campanyes de sensibilització.

Algunes de les entitats amb les quals hem col·laborat el 2017:



Societat Espanyola per a l'Estudi de l'Obesitat (SEEDO)



Associació Celíacs de Catalunya (SMAP)



Federació Espanyola de Diabètics (FEDE)



Associació de Diabètics de Bizkaia (ASVIDIA)



Associació Diabètics Navarra (ANADI)



Fundació Retina +

Producte segur

L'aplicació rigorosa dels estàndards de qualitat i seguretat en productes i serveis és un dels nostres pilars bàsics d'actuació. El Model de Gestió de Qualitat d'EROSKI s'estructura en un conjunt de normes, processos, procediments, eines i definicions que, relacionats entre si al llarg de tota la cadena de valor, asseguren que els productes que

comercialitzem compleixin totes les garanties en matèria de seguretat alimentària. Estem convençuts que el nostre model ofereix una forma òptima per assolir un alt nivell de competitivitat, alhora que garanteix la defensa dels drets i els interessos de les persones consumidores.



Auditories a punts de venda i plataformes

Garantim la qualitat i la higiene en tots els nostres punts de venda i plataformes logístiques mitjançant un protocol exhaustiu d'auditories de qualitat. **En l'exercici 2017 es van portar a terme 1.817 auditories** que van incloure controls de:

- Manteniment de la cadena de fred i qualitat en la cadena de subministrament.
- Higiene i neteja de les instal·lacions.
- Qualitat microbiològica dels productes.
- Sistemes i eines de control de la qualitat.
- Sistemes de traçabilitat per a tots els productes.
- Sistema de Gestió d'Alertes Alimentàries i Retirada de Producte

Durant l'any 2017, el 100% de les botigues van ser auditades i van tenir una puntuació superior al 50%. Totes les no conformitats detectades es van gestionar per resoldre-les.

Auditories a proveïdors

Tots els processos i sistemes utilitzats per les empreses proveïdores s'adapten als requisits de producte i de procés establerts per a la marca pròpia. Així mateix, impulsem el compliment d'estàndards de qualitat i seguretat a escala europea, com el certificat International Food Standard (IFS). En el cas dels productes frescos, el nostre estàndard encara és més rigorós per l'especial importància de les seves condicions de producció, conservació i transport.

En el procés d'auditories, es creen plans d'acció perquè el proveïdor implanti mesures correctores per corregir les desviacions detectades. Un cop implantades, es torna a fer una auditoria per verificar-ne la correcció i s'homologa el proveïdor si la supera.

El 2017, vam auditar 304 plantes de producció de proveïdors de marca pròpia. El 87 % de tots els nostres proveïdors auditats van superar satisfactòriament l'avaluació. El 13 % restant va aplicar les mesures correctores necessàries o va deixar d'estar homologat com a proveïdor d'EROSKI.

Controls analítics de productes i serveis

Garantim doblement la qualitat dels nostres productes i serveis gràcies a la realització diària de controls analítics exhaustius addicionals als efectuats per les empreses proveïdores i fabricants. El 2017, en el conjunt del grup EROSKI s'han portat a terme 15.862 analítiques. Es poden diferenciar tres tipus d'anàlisis:

- **Química:** garanteix l'absència o la presència en les quantitats adequades de substàncies rellevants per a la salut i la seguretat.
- **Microbiològic:** garanteix l'absència de patògens, la higiene, la frescor dels productes i les instal·lacions.
- **Genètica:** identifica espècies animals i vegetals i detecta organismes modificats genèticament (OMG).

Aquests controls, que comprenen un total de 41 programes analítics, estan gestionats en la cooperativa en col·laboració amb el centre tecnològic Azti-Tecnalia. Durant l'exercici, el 98,6 % de les anàlisis pròpies fetes per a la cooperativa van oferir un resultat satisfactori.



En cas de no-conformitat, s'exigeixen accions correctores al proveïdor i després es controla que la desviació ha estat corregida efectivament. Si hi pot haver risc per a la seguretat alimentària, apliquem el principi de precaució i el retirem immediatament de la venda.

Anàlisis per programa analític fetes a EROSKI S. Coop. el 2017

Programes analítics	Analítiques realitzades
Olis	105
Àcids grassos trans	25
Acrilàmida	39
Aflatoxines	40
Aigua	197
Al·lèrgens	73
Bàsic	116
Bisfenol A	15
Campilobàcter	180
Carburants	166
Carn picada a botiga	423
Comparatives Frescos	24
Control de superfícies	6.353
Drogueria i Cosmètica	203
EROSKI prestacions	306
Estudis de vida útil	534
Gluten	230
Gel	152
Ou Lactosa Llet	12
Ous	22
Humitat pernils	64
Identificació d'espècies	97
Llançament	89
Llet	36
Listèria en formatge	40
Locals de risc	1.370

Programes analítics	Analítiques realitzades
Manipulats	2.265
Microbiologia de vegetals	26
Microbiologia Natur carn	62
Mel	7
Mol·luscs bivalves	27
No Alimentació	867
OMG	46
Patògens	320
Pesticides	150
Plus nutricional	23
Porció consumidor pesca	63
Preparats de carn	476
Productes ecològics	5
Química pesca	27
Reclamacions	7
Residus Natur carn	24
Riscos emergents	24
Sànnia	113
Secció cuina	201
SeleQ'tia	57
Sulfits en descongelats	7
Botigues de sushi	132
Triclosan o parabens	22
TOTAL	15.862
Total analítiques NO satisfactòries	299
% analítiques NO satisfactòries	1,9%

Producte més saludable i en equilibri

En el nostre compromís irrenunciable amb la salut, a EROSKI no ens conformem de garantir la seguretat alimentària dels productes que comercialitzem. Per aquesta raó, treballem diàriament per tal d'oferir unes opcions més equilibrades i saludables de consum. El nostre afany és que els productes de les nostres marques encaixin fàcilment en una dieta equilibrada i afavoreixin un hàbit alimentari saludable. Per aconseguir-ho, en revisem i millorem constantment la fitxa tècnica seguint les recomanacions establertes pels experts en salut.

Millora nutricional del producte

Intervenim en la composició de tots els nostres productes per millorar-ne permanentment el perfil nutricional. Aquesta cerca de productes més equilibrats ens ha postat a reduir la presència d'aquells nutrients relacionats amb les patologies més generalitzades en la nostra societat, com ara les malalties cardiovasculars i l'obesitat.

Ja fa una dècada que vam decidir millorar el perfil lipídic de tots els nostres productes d'alimentació i frescos amb l'eliminació dels greixos vegetals parcialment hidrogenats (font dels greixos trans). Aquest tipus de greixos industrials augmenta el nivell de colesterol dolent (LDL), la qual cosa afecta la nostra salut cardiovascular. Seguint els consells de la comunitat científica i les peticions de les nostres clientes i clients, vam ser la primera empresa de distribució a Espanya i de les primeres



a escala europea a eliminar-los dels seus productes. Aquest complex exercici de reformulació o substitució dels productes va incloure un procés de degustacions per tal d'assegurar que el sabor dels productes era percebut igual o resultava millorat en relació amb l'anterior.

Tanmateix, no només vetllem per reduir nutrients que no afavoreixen una dieta equilibrada, sinó que fomentem la presència d'aquells altres que de vegades tenen una presència inferior a la recomanada. Així, hem incorporat a la nostra oferta productes enriquits en calci, omega 3 o fibra.

A més de posar-les en pràctica, ens esforcem a comunicar totes aquestes millores a les persones consumidores. Així, incloem informació en aquest sentit en les etiquetes dels nostres productes.

Indicadors destacats sobre millores nutricionals en productes de marca pròpia el 2017

197.000 kg
de greixos
eliminats



115.000 kg de
sucres
eliminats



13.000 kg
de sal
eliminats



Productes reformulats disponibles el 2017

281
productes

BAIXOS
en greix

45
productes

BAIXOS
en sucres

53
productes

BAIXOS
en sal

468
productes

ALTS EN
FIBRA

EROSKI Sannia

En línia amb aquest objectiu de proporcionar aliments més equilibrats als clients, el 2011 vam llançar una nova gamma de productes que ofereix l'opció més saludable dins de la mateixa categoria, EROSKI Sannia.

Aquesta marca, fàcilment identificable per l'envàs blau, està destinada a les persones que busquen un perfil nutricional millorat per a diferents productes de consum diari. En l'exercici 2017 s'han ofert 141 productes EROSKI Sannia, als quals hem reduït entre el 25% i el 30% de les quantitats de sal, sucre i greixos (especialment el greix saturat) en relació amb els equivalents en la mitjana del mercat. Vigilem aquests tres nutrients (sal, sucre i greix) per l'elevat consum de la societat, que els fa potencialment perjudicials. A més, també incloem productes enriquits amb fibra, omega-3 i fitosterols (que ajuden a reduir el colesterol).

EROSKI

Sannia



Menys
sucre
Dolç i
lleuger



Menys
greixos
reduïm
els greixos
saturats



Menys
sal
Traiem la
sal per
cuidar el
teu cor



Enriquits
Millorem per
aportar-te més

El procés de reformulació implica un estudi de composició del producte per identificar els nutrients que pot tenir en excés. Una vegada establert el perfil nutricional, treballem juntament amb les nostres empreses proveïdores per reformular la recepta, que passa una triple validació:

- Una degustació de persones consumidores per valorar-ne la qualitat gustativa.
- Una anàlisi tècnica nutricional que certifiqui la composició del nou producte.
- Validació de l'etiqueta del nou producte EROSKI Sannia per ajustar-la a la normativa europea que regula les declaracions de salut i nutrició.

Reformulacions dels nostres productes

Com a part del nostre exercici d'escolta a les persones consumidores, identifiquem aquells aspectes que els generen preocupació i adaptem els nostres productes d'acord amb això. A més, seguim de prop aquells debats que hi pugui haver en la comunitat científica sobre determinades substàncies i n'incorporem les aportacions en el disseny de la nostra oferta comercial. Per això, entre els nostres nous compromisos per a la salut i la sostenibilitat hi ha eliminar el greix de palma i de coco dels productes abans del 2020.



Els nostres productes de marca pròpia estan «lliures de»

- **Antioxidants BHA-BHT (antioxidants E-321 i E-320):**
Eliminats entre 2013 i 2014, aquests antioxidants utilitzats per allargar la vida útil dels aliments generaven controvèrsia per la seva acció cancerígena en dosis elevades en animals d'experimentació.
- **Parabens:**
Entre 2012 i 2014 vam eliminar aquest grup de conservants que genera controvèrsia entre la comunitat científica i la població.
- **Triclosan:**
A petició de la clientela, eliminem aquest ingredient cosmètic, conservant i desodorant.
- **Ingredients OMG (transgènics):**
Els productes de marca pròpia no contenen ingredients procedents dels organismes genèticament modificats.
- **Colorants artificials:**
Eliminem els colorants artificials de tots els nostres productes entre 2013 i 2015.

Producte per a públics amb necessitats especials

A EROSKI tenim en compte aquelles persones amb necessitats especials i els facilitem una àmplia gamma de productes que els permetin portar una dieta equilibrada malgrat patir una malaltia com la celiaquia, al·lèrgies o intoleràncies alimentàries.



Col·laborem amb la Federació 'Associacions de Celíacs d'Espanya (FACE) en el llançament progressiu d'una gamma de productes de marca pròpia aptes per a celíacs a uns preus molt competitius. El 2017, hem comptat amb un total de 530 productes de les nostres marques sense gluten. En l'etiqueta de cada producte destaquem el missatge "sense gluten" en color vermell, de manera que resulti fàcilment identificable. En aquest mateix sentit, la nostra botiga en línia permet seleccionar la nostra gamma de productes de marca pròpia i altres d'específiques sense gluten, de manera que se'n facilita la compra per Internet.

El febrer de 2017 CAPRABO ha dut a terme una prova pilot per felicitar l'aniversari als clients i clientes Or que no poden menjar gluten, en què s'ha substituït el regal habitual que se'ls fa per unes galetes especials sense gluten. 493 clients han rebut aquest detall i han valorat molt positivament la iniciativa.



La lactosa és el sucre que es troba de manera natural en la llet, per a la digestió del qual l'organisme humà necessita l'enzim lactasa. Les persones intolerants a la lactosa estan desproveïdes d'aquest enzim en el seu conducte digestiu o el tenen en una quantitat molt baixa. Per tal de donar-los una resposta alimentària adequada, a EROSKI oferim una àmplia gamma de productes sense lactosa. Així, només entre els productes de les marques d'EROSKI comptem amb més de 50 productes sense lactosa.



Fa una dècada que, més enllà de les exigències legals, EROSKI va prendre la decisió de millorar i clarificar l'etiquetatge dels seus productes quant als al·lèrgens. Així, a més de complir el Reial decret 2220/2004 sobre declaracions d'al·lèrgens, ofereix una informació addicional i inclou en les etiquetes els textos d'avertiment necessaris en missatges separats de manera visible per indicar la potencial presència de traces d'al·lèrgens.

Informació sobre el contingut i equilibri nutricional dels productes

A EROSKI som conscients del valor de la informació oferta a les persones consumidores com un element essencial per a la defensa i protecció dels seus interessos, ja que només així poden prendre decisions que s'hi ajustin. Per aquesta raó, a més de dur a terme diverses iniciatives per complir el nostre compromís amb la salut, també oferim una informació àmplia, completa i veraç sobre el contingut dels productes i la importància de mantenir una alimentació saludable.

D'una banda, complim la legislació existent en matèria d'etiquetatge per a cada tipus de producte i també les exigències de la nostra marca pròpia. Així, vam incloure informació addicional amb atributs relacionats amb la salut (sense sucres, baix en greix, sense sal, etc.), pictogra-

mes que faciliten la identificació d'al·lèrgens o el semàfor nutricional. A més, periòdicament fem comprovacions de compliment de la fitxa tècnica. Gràcies a aquestes tasques, el 2017 vam detectar 35 no conformitats en els 1.150 productes revisats, totes elles corregides després de contactar amb el proveïdor i requerir que s'actualitzés la indicació de composició del producte. Si amb la falta d'informació s'incorre en un risc sanitari, el producte es retira de la venda de manera immediata.

D'altra banda, hem creat una nova eina, EKILIBRIA, que facilita a les persones consumidores un consum alimentari equilibrat basat en la informació.



Semàfor nutricional

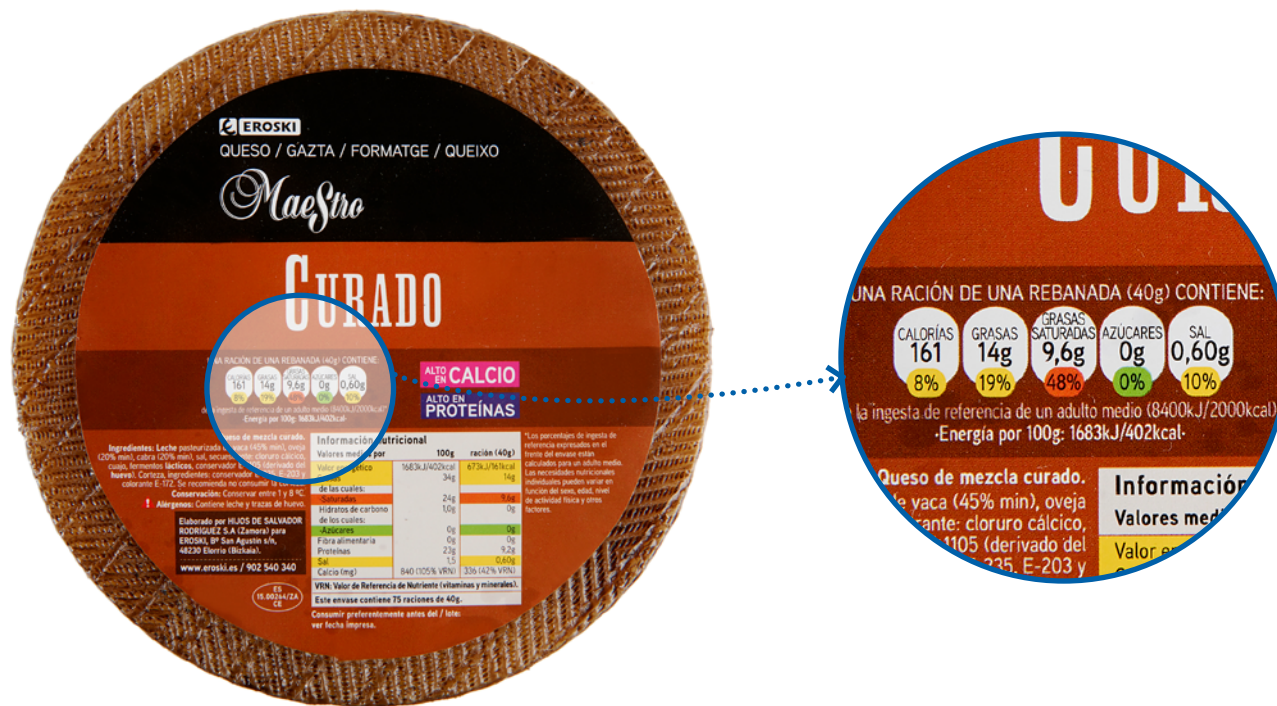
El 2007, com a resposta a una demanda societària interna de proporcionar més informació nutricional dels productes, hem posat en marxa una eina que augmenta la transparència de l'etiquetatge: el semàfor nutricional.

Per la seva rellevància per a una compra més saludable, aquest sistema de colors sempre es troba a la part frontal de l'envàs, i proporciona informació sobre la quantitat de calories i sobre els quatre nutrients més rellevants en relació amb la salut (greix, greix saturat, sucre i sal) per cada ració de consum. A més, sota cada nutrient s'indica en xifres el percentatge que aquesta quantitat suposa sobre la necessitat diària (ingesta de referència o IR). Utilitzem com a

referent la dieta diària de 2.000 kcal. Per a aliments infantils utilitzem una dieta de 1.800 kcal. El sistema de colors posa a la vista si la ració aporta una quantitat baixa (verd), mitjana (groc) o significativa (taronja) de cada nutrient. Això facilita que puguem combinar els aliments intentant no superar la ingesta recomanada de cadascun d'aquests per portar una alimentació més equilibrada.

La totalitat dels milers de productes de les marques d'EROSKI en alimentació i frescos inclouen el semàfor nutricional en l'etiqueta.

En total, 1.956 productes disposen de semàfor nutricional.



EKILIBRIA

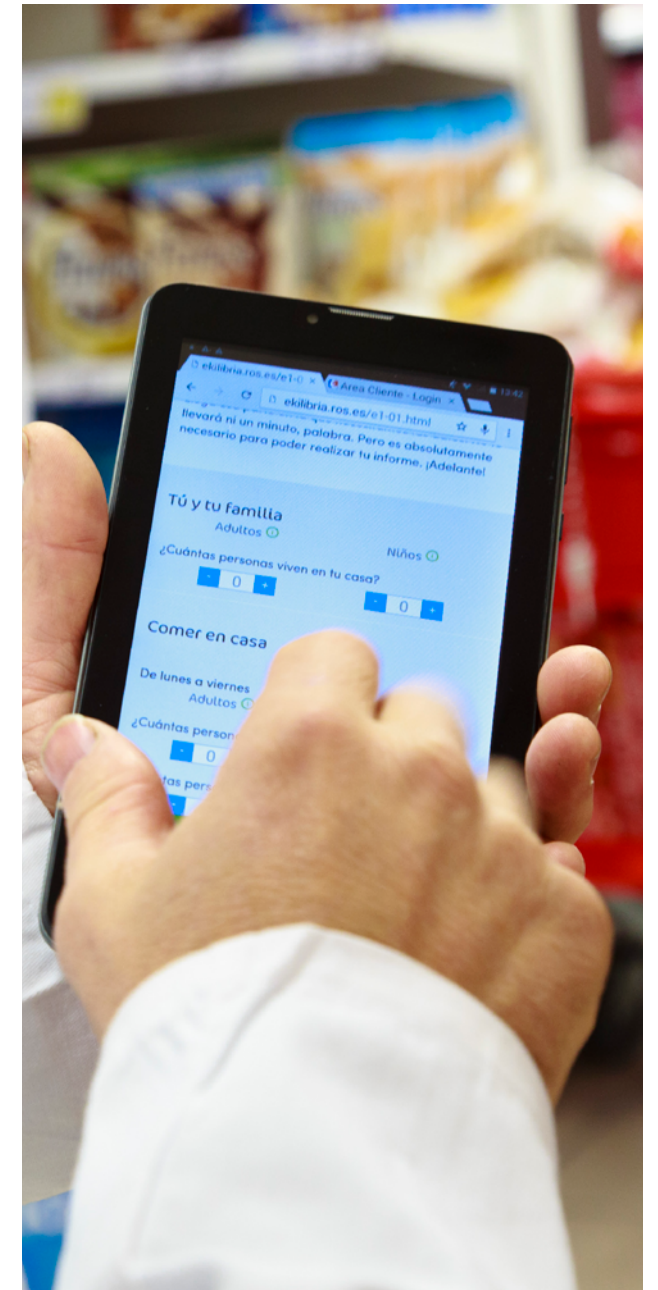
El nostre compromís amb la formació i informació a les persones consumidores ens ha fet treballar en la millora d'EKILIBRIA, el programa pioner de salut d'EROSKI Club, que ofereix gratuïtament informació personalitzada i incentius per a una alimentació i una compra més saludable i equilibrada a tots els socis i sòcies clients.

A través d'EKILIBRIA es pot accedir a un receptari i informació d'actualitat, i hi ha disponibles menús recomanats per a una dieta equilibrada. També es proporciona un servei d'assessorament nutricional en què un equip de nutricionistes respon a les preguntes personals formulades en el lloc web.

Les novetats d'aquesta eina, que permet oferir més informació personalitzada per a tota la família, són:

- Un **informe personalitzat** més complet. L'informe nutricional ofereix una anàlisi detallada de com s'ajusten les compres de la llar a les recomanacions de la dieta mediterrània a partir de les compres que es registren a la targeta EROSKI Club. Ara, a més, proporciona informació sobre les calories i nutrients de la cistella de la compra amb recomanacions i comparatives per ajudar a millorar.
- Una **calculadora nutricional** que permet conèixer l'índex de massa corporal, la despesa energètica total i altres indicadors per obtenir una valoració completa de l'estat nutricional. Per fer aquests càlculs es fan servir fórmules i qüestionaris avalats per la comunitat científica.
- Conèixer la **despesa calòrica** segons l'activitat física que es practica. També indica el temps que cal dedicar-hi si es vol augmentar aquesta despesa.

Les persones consumidores poden accedir al programa EKILIBRIA a través de la pàgina web d'EROSKI www.eroski.es/ekilibria.



EKILIBRIA rep el suport de la Societat Científica Espanyola de Dietètica i Nutrició (SEDYN), la Societat Espanyola de Dietètica i Ciències de l'Alimentació (SEDCA), l'Associació «5 al dia» —que té per objectiu promoure el consum de fruites i verdures fresques—, la Fundació d'Hipercolesterolèmia Familiar (FHF), la Fundació Espanyola del Cor (FEC), el Basque Culinary Center (BCC) i el Fons Mundial per a la Naturalesa (WWF).



Codi de colors

El color taronja: una ració suposa un percentatge alt de la ingesta diària recomanada per a aquest nutrient.

El color groc: una ració suposa un percentatge una mica més baix, però encara significatiu, de la ingesta diària recomanada per a aquest nutrient.

El color verd: una ració suposa un percentatge baix de la ingesta diària recomanada per a aquest nutrient.

RACIÓ: la porció d'aliment que ingerim habitualment.

APORTACIÓ DE NUTRIENTS: informació sobre la quantitat de calories i nutrients que aporta cada ració d'aliment ingerit.

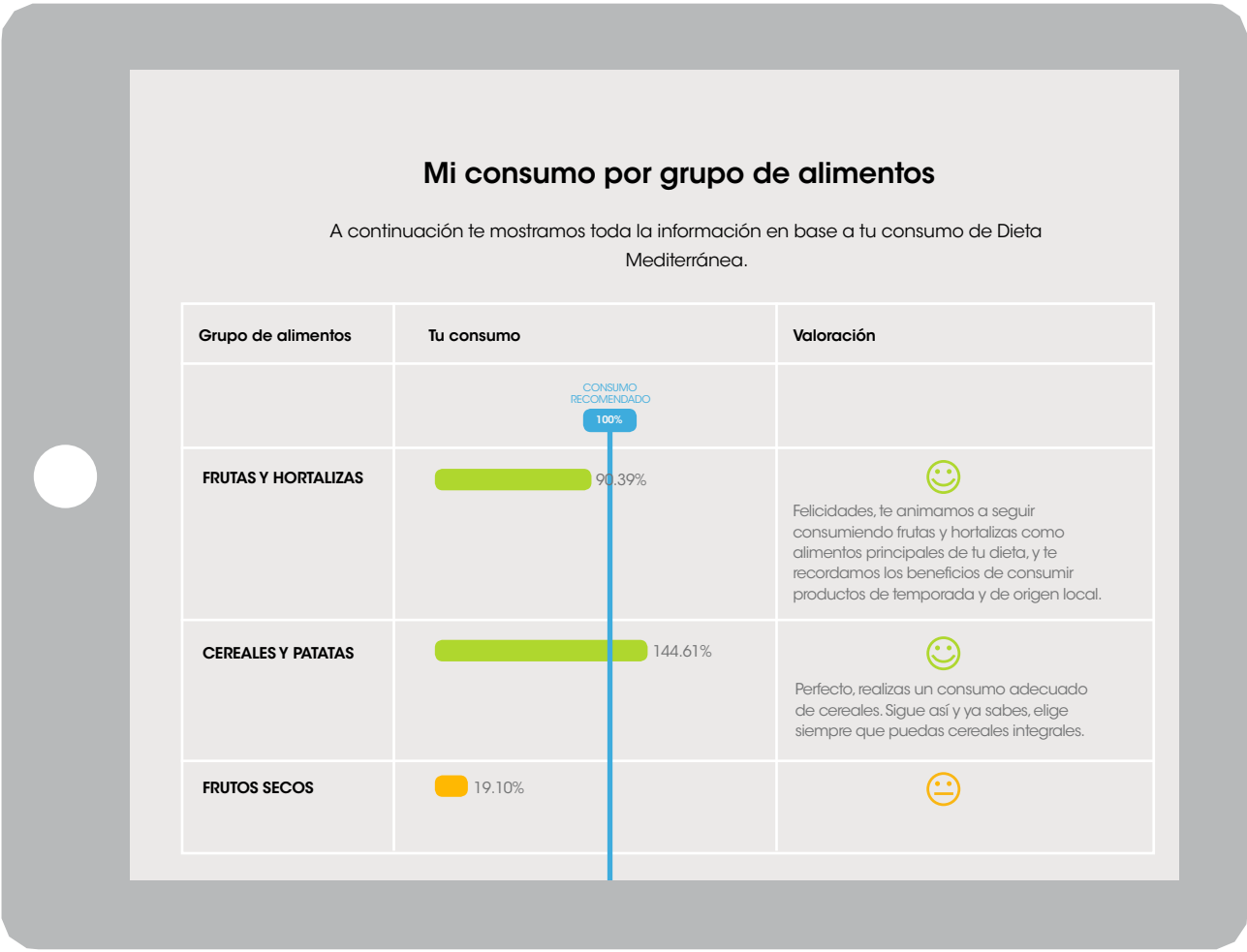
INGESTA DE REFERÈNCIA (IR): la comunitat científica recomana una quantitat diària de calories i nutrients que hem d'ingerir per mantenir una dieta equilibrada.



Nous informes més complets d’EKILIBRIA

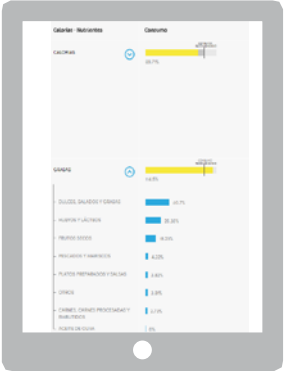
Informe nutricional per grups d’aliments

L’informe nutricional t’ofereix una valoració per grup d’aliments, molt fàcil i visual, amb els mateixos colors que el semàfor nutricional.



Informe Nutricional Nutrients

En mostrar-te els aliments dels quals provenen els teus nutrients, aprens on es troba cada nutrient i si els obtens dels aliments recomanats.



Informe de resultatss de la Calculadora Nutricional

La calculadora nutricional mostra resultats de l’índex de massa corporal (IMC), el diàmetre de la cintura, el risc cardiovascular i de patir diabetis tipus 2, així com la despesa energètica total diària.



Campanyes de sensibilització en relació amb la salut

El foment d’un consum responsable ens impulsa no només a millorar els productes i a comunicar més bé sobre aquests, sinó a participar activament en tot tipus de campanyes de sensibilització relacionades amb la salut. Algunes de les destacades el 2017 han estat:

«Prevenció de l’obesitat. Alleugereix la teva vida»

A VEGALSA-EROSKI ens hem sumat com a patrocinadors oficials al projecte «Prevenció de l’obesitat. Alleugereix la teva vida», liderat per la Societat Espanyola per a l’Estudi de l’Obesitat (SEEDO) i considerat «esdeveniment d’excepcional interès públic» pel Govern d’Espanya. És una iniciativa de rellevància excepcional, amb la qual es busca aturar i revertir l’epidèmia de l’obesitat al país.



Promoció de l’alimentació sana entre el públic infantil

A través de l’Escola d’Alimentació de la FUNDACIÓ EROSKI, instal·lem espais de jocs didàctics en esdeveniments amb participació infantil perquè les nenes i nens puguin adquirir d’una manera lúdica coneixements sobre bons hàbits alimentaris.

Lluita contra el càncer de mama

EROSKI ha participat un any més en diferents curses de la dona organitzades a Espanya per l’Associació Espanyola Contra el Càncer (AECC). A més, per tercer any consecutiu, des de VEGALSA-EROSKI hem dut a terme la campanya «Preparats per guanyar» amb l’objectiu de recaptar fons per a l’AECC, i hem repartit fullets informatius sobre la detecció del càncer de mama i hàbits per reduir el risc de desenvolupar-lo.

Campanya de sensibilització contra el càncer de pell

Col·laborem cada any amb l’Associació Espanyola Contra el Càncer (AECC) per sensibilitzar la població sobre el càncer de pell. Durant la campanya, els nostres supermercats han acollit estands on s’ha informat amb consells sobre com prendre el sol amb precaució i regles bàsiques de com revisar la pell i poder detectar possibles signes d’alarma. A més, coincidint amb el Dia del Càncer de Pell, a CAPRABO vam fer un sorteig de productes de protecció solar a les xarxes socials i vam acollir una xerrada organitzada per l’AECC Catalunya per conscienciar les persones treballadores.

Dia Internacional de la Celiàquia

CAPRABO va col·laborar en la jornada organitzada per l’Associació Celiacs de Catalunya per celebrar el Dia Internacional de la Celiàquia distribuint a les nenes i nens participants informació i més de 600 motxilles amb productes aptes per a celiàcs. A més, es va organitzar un taller pràctic per cuinar sense gluten, es van sortejar productes i es van oferir descomptes als supermercats.

2017. Any de la Retina a Espanya

Col·laborem en la iniciativa de la Fundació Retinaplus+ «2017. Any de la Retina a Espanya», amb la qual es pretén lluitar contra la ceguesa evitable per malalties de retina al país. Des de VEGALSA-EROSKI sumem forces amb l’Institut Oftalmològic Gómez-Ulla posant en marxa una campanya conjunta de salut visual per vetllar per la correcta salut ocular de les treballadores i treballadors de la companyia amb més de 55 anys.

1 Setmana Saludable a Chef CAPRABO

Hem organitzat set tallers de cuina saludable a l’espai gastronòmic Chef CAPRABO relacionats amb cuina macrobiòtica; cuina vegana saludable; snacks per a esportistes; postres, esmorzars i berenars saludables; cuina natural i energètica, i horts urbans. Des de la seva posada en marxa el 2014, s’han ofert més de 100 tallers que han acollit més de 1.000 participants.

Dia Mundial de la Fruita i les Hortalisses

A CAPRABO hem regalat 30.000 peces de fruita de temporada als nens i nenes que van venir als nostres supermercats de Catalunya, Andorra i Navarra per celebrar el Dia Mundial de la Fruita i les Hortalisses. Amb aquesta acció, CAPRABO, juntament amb la col·laboració de l’Associació «5 al dia» i MM Iberia Fresh and Natural Food, vol fomentar el consum de fruita entre els més petits i educar sobre els hàbits saludables en l’alimentació.

Formació i capacitació de les persones consumidores

A EROSKI creiem que una ciutadania informada i formada està apoderada en els seus hàbits de consum i que amb les seves eleccions diàries té la capacitat d'influir molt positivament en les pràctiques dels sectors productius i els seus canals de distribució. Per aquesta raó, li proporcionem tota la informació i les eines necessàries per tal que es compromet i sensibilitzi en matèria de salut, així com en sostenibilitat i solidaritat, els tres grans eixos d'acció sobre els quals es concentren les iniciatives de responsabilitat social d'EROSKI.

A través de la FUNDACIÓ EROSKI desenvolupem dos projectes referents en la capacitació de les persones consumidores: l'Escola d'Alimentació i EROSKI CONSUMER.

Escola d'alimentació

Aquesta iniciativa de la FUNDACIÓ EROSKI va néixer el 2013 amb la vocació de fomentar una alimentació equilibrada i uns hàbits de vida saludables entre la ciutadania. És punt de trobada de professionals de la salut, de l'educació, progenitors, escolars i la resta de la ciutadania compromesa amb la millora de la seva alimentació i estil de vida. L'Escola d'Alimentació ofereix informació actual i de qualitat fruit del coneixement científic i de les recerques que desenvolupa. El repte definit és "moure'ns junts cap a una societat més sana i, per tant, més feliç".

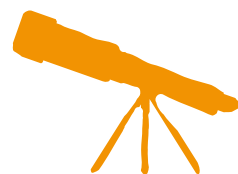


Per tal de desenvolupar el Programa Educatiu en Alimentació i Hàbits Saludables i la resta d'iniciatives de l'Escola d'Alimentació, també hem col·laborat amb governs autonò-

L'Escola d'Alimentació es compon d'aquestes iniciatives



ENERGIA per CRÉIXER



OBSERVATORI
d'ALIMENTACIÓ



PASSAPORT SALUDABLE

mics i diverses organitzacions relacionades amb la salut i el consum responsable.



www.escueladealimentacion.es/ca



ENERGIA per CRÉIXER Programa Educatiu en Alimentació i Hàbits Saludables (PEAHS)

L'Escola d'Alimentació es va crear després de l'èxit d'Energia per Créixer, el nostre Programa Educatiu en Alimentació i Hàbits Saludables (PEAHS), iniciativa posada en marxa el 2012 per la FUNDACIÓ EROSKI per frenar la tendència creixent de la taxa

d'obesitat infantil a Espanya. L'objectiu primordial d'aquest projecte és la sensibilització escolar sobre la importància de seguir una alimentació equilibrada i tenir un estil de vida saludable. Aquest programa educatiu està format per 10 sessions lectives i 3 tallers pràctics:



10 sessions lectives:

Hem creat materials educatius en els quatre idiomes oficials (castellà, eusquera, gallec i català) sobre alimentació equilibrada i hàbits saludables per tal que els centres escolars els puguin impartir en hores lectives. Amb aquests materials es forma l'alumnat en alimentació equilibrada, hàbits de vida saludables, el coneixement dels productes locals, les dietes d'altres llocs del món i la sostenibilitat del planeta.

Els continguts han estat elaborats per un comitè científic format per professionals de la medicina, la nutrició i la dietètica, la psicopedagogia i la pedagogia. A més, hem comptat amb la col·laboració d'Unicef, WWF, la Fundació Espanyola del Cor i el Basque Culinary Center.



Tallers pràctics:

Mitjançant tres tallers pràctics, l'alumnat experimenta el que ha après en un entorn real i quotidià.

- **Visita a una botiga:** l'alumnat revisa amb productes reals l'etiquetatge nutricional dels productes i la seva ubicació en la piràmide nutricional. De la mà de la persona responsable del taller, aprèn a compondre un cistell saludable i a construir una piràmide nutricional.
- **Visita a un productor o fabricant agroalimentari local o regional:** l'alumnat visita un centre de producció d'aliments i aprèn, d'una manera didàctica i lúdica, la importància de la producció local d'aliments com a eix de valor en matèria de sostenibilitat mediambiental, cultural i social.
- **Aula de cuina:** aquesta novetat del curs 2016-2017 consisteix a elaborar i cuinar el menú per a un dia complet amb l'assessorament d'un professional del Basque Culinary Center (BCC), centre mundial de referència en gastronomia i cuina.

energiaparacreixer.escueladealimentacion.es/ca

Programa educatiu CAPRABO

A Catalunya, el nostre Programa Educatiu en Alimentació i Hàbits Saludables es materialitza a través del programa «Tria bo, tria sa», posat en marxa per CAPRABO el 2009. Acompanyats d'una persona professional de la nutrició, l'alumnat participant adquireix coneixements teòrics i pràctics per portar una dieta sana i equilibrada. L'exercici es divideix en tres parts. Una té lloc a l'aula, on els alumnes coneixen els beneficis d'una dieta saludable mitjançant la piràmide nutricional. L'altra al supermercat, on trien aliments per fer una compra saludable segons el que s'ha après a l'aula. I la tercera consisteix en un concurs en el qual, al costat dels seus pares, proposen un menú d'un dia i adquireixen el compromís d'un bon hàbit familiar. A més, el programa també fomenta l'aprenentatge d'hàbits d'alimentació saludables durant els primers anys de vida, ja que inclou un curs dirigit a nens i nenes de 2 i 3 anys, fruit de la col·laboració entre CAPRABO i la cooperativa Encís.

Indicadors principals dels programes educatius del Grup EROSKI per als cursos 2016-2017 i el primer trimestre de 2017-2018



Programa educatiu VEGALSA-EROSKI

A Galícia, el Programa Educatiu en Alimentació i Hàbits Saludables es materialitza a través dels programes «Visita el teu súper» i «Mates al teu súper», que duu a terme VEGALSA-EROSKI.

- **«Mates al teu súper».** Durant la visita a la botiga, es fan exercicis de càlcul, estimació, observació, recollida dades, etc., així com l'exercici de comprar, per equips, un esmorzar saludable, tenint en compte una sèrie d'indicacions, per després passar per caixa fent la tasca de caixer o caixera, i finalment analitzar amb la monitora o monitor si la compra ha complert els requisits establerts i si ha estat saludable.
- **«Visita el teu súper».** L'objectiu és fomentar hàbits de vida saludables, un comportament responsable i la promoció i defensa dels interessos i drets de les consumidores i consumidors.



Observatori d'alimentació

Mitjançant l'Escola d'Alimentació col·laborem activament amb professionals de la salut i l'alimentació per fomentar l'intercanvi d'informació rigorosa i actual del seu interès. En aquest sentit, s'elaboren diversos continguts i s'organitzen esdeveniments que donen suport a la difusió del coneixement en ambdues matèries:

- Articles d'actualitat, recerques i entrevistes sobre nutrició bàsica, alimentació i salut, innovació alimentària, legislació alimentària i esdeveniments científics més importants.
- Esdeveniments: des de 2009, la FUNDACIÓ EROSKI ha promogut trobades amb professionals sanitaris i ciutadanes i ciutadans amb preocupacions i necessitats en matèria de salut. L'objectiu sempre és oferir un espai de reflexió entorn d'assumptes rellevants i actuals relacionats amb la salut de la població.

observatorio.escueladealimentacion.es



Passaport saludable

El "Passaport saludable" és un document virtual on participa alumnat de primària en diferents reptes mensuals d'una proposta de camí cap a la salut. L'objectiu és fomentar els hàbits saludables de manera amena i interactiva. El passaport serveix per demostrar que s'han completat les etapes o les activitats proposades en el web de l'Escola d'Alimentació i participar en sorteigs de diferents premis.

pasaportesaludable.escueladealimentacion.es

Premien el Programa Educatiu de la FUNDACIÓ EROSKI

La tasca realitzada per «Energia per créixer» ha estat reconeguda en nombroses ocasions. El novembre de 2017, en concret, el Programa Educatiu de la FUNDACIÓ EROSKI ha obtingut el premi a la millor campanya de comunicació d'RSC amb societat civil de la segona edició dels Premis OCARE (Observatori de la Comunicació i l'Acció de la Responsabilitat Empresarial), que tenen com a objectiu reconèixer les millors iniciatives i accions de comunicació al voltant de la responsabilitat social corporativa (RSC).



EROSKI CONSUMER

EROSKI CONSUMER és un projecte informatiu que el Grup EROSKI desenvolupa des de fa més de 40 anys amb l'objectiu de proporcionar a la persona consumidora informació pràctica sobre matèries relacionades amb el consum.

En la creació dels continguts participa un ampli grup de tècnics en diferents àrees (alimentació, salut, seguretat alimentària, medi ambient, noves tecnologies, nadó, mascotes, solidaritat, educació, bricolatge i lleis), així com professionals del periodisme, del disseny i de la programació. A més, comptem amb la col·laboració de diverses entitats, com la Federació de Diabètics Espanyols (FEDE), la Fundació Espanyola del Cor (FEC), el centre tecnològic Azti-Tecnalia i l'Associació Espanyola de Pediatres d'Atenció Primària (AEPap). A més, el projecte informatiu EROSKI CONSUMER és quadrilingüe: en castellà, català, euskera i gal·lec.

En la seva edició impresa, la publicació EROSKI CONSUMER té un tiratge mensual de 111.680 exemplars i periodicitat mensual i es distribueix gratuïtament per tot Espanya. També està disponible en edició digital a www.consumer.es, lloc web nascut el 1998 i que ha assolit aproximadament els 60 milions de visites anuals. El web disposa d'una secció amb informació útil sobre el Camí de Sant Jaume, una altra amb més de 4.600 receptes culinàries i 16 guies especialitzades en temes relacionats amb la salut, l'alimentació, els hàbits de vida, la cultura i el medi ambient.

En línia amb aquesta aposta per les noves tecnologies, oferim també tres aplicacions per a mòbil sobre receptes, el Camí de Sant Jaume i notícies, que incorporen els últims articles d'EROSKI CONSUMER, i estem presents en les plataformes socials Twitter, Facebook, Google+ i YouTube.



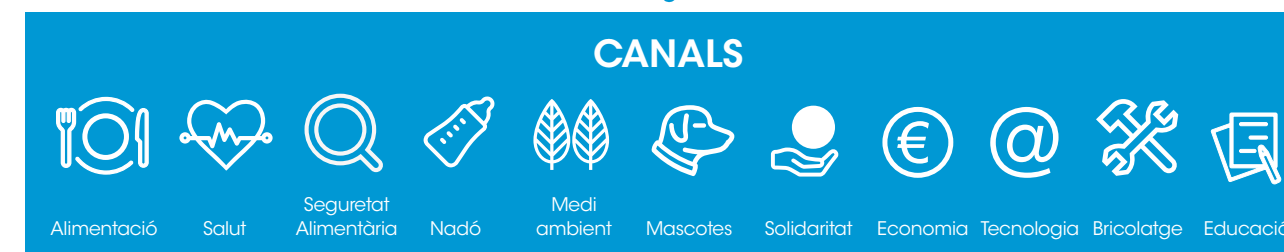
Projecte informatiu EROSKI CONSUMER



4 PRINCIPIS:
informació veraç,
independent,
útil i pràctica

**EROSKI
CONSUMER**

ANALITZA
INFORMA
DEFENSA
ES COMPROMET



Edició impresa:

- 279.200 persones lectores al mes el 2017
- Més de 225 guies de compra i anàlisis comparatives en tota la nostra trajectòria
- Més de 225 temes de portada en tota la nostra trajectòria
- Més de 1.700 persones expertes entrevistades en tota la nostra trajectòria
- Més de 225 articles de fons publicats a l'any

Edició digital:

- Gairebé 60 milions de visites el 2017
- 11 canals de continguts específics
- Més de 4.600 receptes culinàries
- 16 guies especialitzades
- Més de 22 milions de visites anuals a la guia del Camí de Sant Jaume
- Més de 700.000 descàrregues de les apps en un any

Xarxes socials:

- Twitter: Més de 36.000 seguidors
- Facebook: Més de 45.000 seguidors
- Google+: Més de 1.300 seguidors
- YouTube: Més de 18.000 subscriptors

Compromís per la satisfacció dels nostres clients

El model "amb tu", a més del clar objectiu de promoure la salut i el benestar de les persones consumidores, també pretén generar un impuls d'estalvi i una experiència de compra positiva. En aquesta línia, cada dia ens plantegem el repte de facilitar una compra més racional que subratlli la relació entre la qualitat i el preu en l'entorn d'una cadena alimentària més sostenible, de manera que es generi riquesa localment i es reforci el valor de la nostra cultura gastronòmica.



L'atenció personalitzada de les botigues "amb tu"

Hem aconseguit que les botigues "amb tu" siguin un lloc privilegiat de relació amb les sòcies i els socis client. Per aconseguir-ho, ens basem en detalls que puguin generar una sorpresa enriquidora per a la persona atesa gràcies a un tracte individualitzat que reverteixi en una experiència de compra positiva. Amb aquesta finalitat, d'una banda, posem en pràctica els valors de proximitat, empatia i participació, inherents a la cultura cooperativa, i, de l'altra, fem ús de la innovació com a fórmula per ressaltar la nostra proposta.

Aquestes són les raons per les quals el 2017 vam invertir en més de 206.000 hores de formació dels nostres equips de treball i vam llançar 381 nous productes de marca pròpia, fins a disposar d'una oferta de 4.226 productes.

Així mateix, practiquem una destacada sensibilitat cap a la identitat lingüística dels nostres clients. Per això, ens esforcem en una atenció en el seu idioma i, en conseqüència, traslladem aquesta política als envasos de la nostra marca pròpia.

Mitjançant les botigues "amb tu" també busquem la màxima satisfacció del col·lectiu soci client, oferint un tracte personal més individualitzat i ofertes dissenyades especialment per a cada persona sòcia.



EROSKI Club: els socis client en el centre de la nostra estratègia

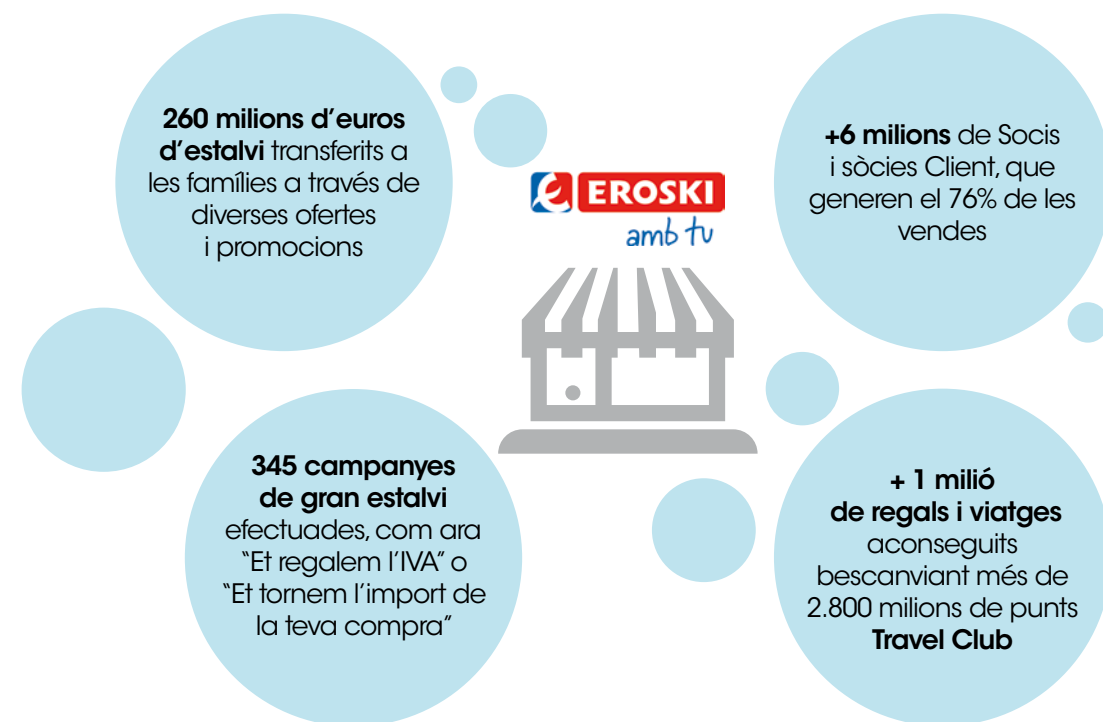
Durant els seus dos anys de vigència, el programa EROSKI Club ha redefinit per complet la nostra relació amb la persona consumidora i ha reinventat, des de la perspectiva tecnològica del segle XXI, la nostra identitat com a cooperativa de consum. La clau que revoluciona la relació és que la clientela d'EROSKI s'ha convertit en sòcia. Els més de 6 milions de titulars de les targetes EROSKI, CAPRABO, IF i FORUM SPORT són socis i alhora l'eix central de l'estratègia comercial, ja que generen el 76 % de les vendes.

La persona consumidora rep propostes d'estalvi cada vegada més personalitzades, adaptades a cada perfil de soci/sòcia client i a l'evolució dels seus hàbits de consum. EROSKI Club vetlla per una oferta d'estalvi rellevant sense que això minvi en absolut la qualitat dels aliments frescos, el compromís amb els productes locals i l'amplitud de l'assortiment per a una llibertat d'elecció més gran.

Amb l'objectiu d'oferir serveis cada vegada més personalitzats, hem llançat per als socis i sòcies clients una nova targeta de crèdit, en col·laboració amb Mastercard i Santander Consumer Finance, que suma més avantatges al programa EROSKI i ofereix noves possibilitats d'estalvi a les persones consumidores. Durant l'any 2017 s'han lliurat més de 150.000 targetes Mastercard.

Protecció de dades a EROSKI

Considerem les dades de caràcter personal de la nostra clientela com un dels nostres actius més crítics i que hem de protegir. Per a això, fem servir un sistema de gestió de protecció de dades basat en la millora contínua i amb una metodologia pròpia. En vigilem el compliment des de l'anàlisi i la gestió del risc de manera coordinada en tota l'organització. N'és una bona prova el fet que no hàgim tingut cap fuga de dades ni reclamacions de clients.



Apostem per la multicanalitat

EROSKI aposta per seguir avançant en la transformació digital cap a una proposta multicanal per aconseguir una experiència positiva global. Aquest any s'han posat en marxa diverses iniciatives.

- **Nova versió de l'app EROSKI.** Aquesta nova versió permet a la comunitat usuària personalitzar-la i identificar-se com a sòcia o soci EROSKI Club a les botigues sense portar la targeta física. A més de poder personalitzar la pàgina i funcions, incorpora un enllaç amb EROSKI Club Mastercard per fer consultes de la targeta de pagament. Totes aquestes funcions se sumen a les ja existents per aconseguir una app eficient, àgil i senzilla que el 2017 ha sumat més de 100.000 descàrregues.
- **51 punts de lliurament de comandes en línia.** EROSKI ha estrenat una nova modalitat de lliurament a domicili a Bilbao, Vitòria, Sant Sebastià i Pamplona. De forma gratuïta, la clientela pot rebre al domicili les comandes encarregades a EROSKI Online al cap d'unes hores. Aquesta modalitat se suma a «Click & Drive» i «Click & Collect».

A més, la botiga a internet d'EROSKI ha estat escollida com el millor supermercat en línia de l'any segons els Premis Comerç de l'Any 2017-2018. El guardó és la mostra d'un reconeixement a l'avanç tecnològic per aconseguir que la compra en línia sigui cada vegada més ràpida, còmoda i senzilla.

Millor servei d'atenció al client del nostre sector



La cerca d'una atenció més personalitzada a les persones consumidores i la creença que totes les seves opinions ens ajuden a millorar han fet que, per sisè any consecutiu, EROSKI hagi estat reconeguda com l'empresa del sector de la gran distribució amb el millor servei d'atenció al client, guardó atorgat per la consultora Sotto Tempo Advertising que mesura el grau de satisfacció d'aquest en diferents sectors.

El 2017 hem atès 433.636 consultes al Servei d'Atenció al Client. Els canals de comunicació són el correu electrònic i les diferents xarxes socials en què estem presents. Tenim el compromís de donar resposta a les consultes en menys de 48 hores. L'any 2017 el 94% de les consultes rebudes a través dels diferents canals s'han aconseguit resoldre. A més, cal destacar l'alt índex de resolució en el primer contacte. Així, si considerem l'activitat del contact center del telèfon d'atenció al client d'EROSKI, el 89% de les consultes s'han aconseguit resoldre a la primera trucada.



3

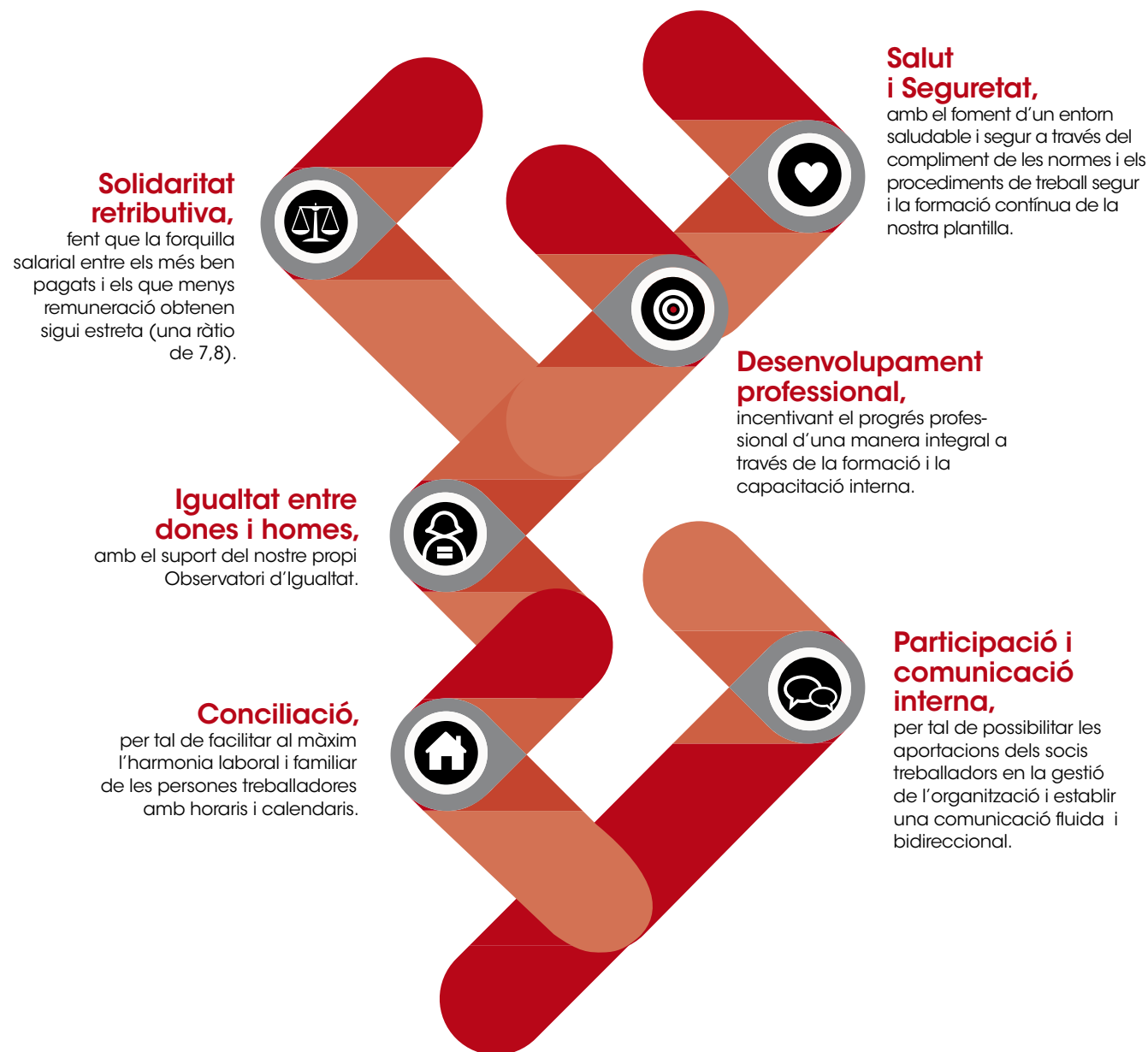
Persones
treballadores

Model de compromís integrador

La gestió de persones en la nostra organització es caracteritza per la particularitat que som treballadores i treballadors i, a més, també som propietaris: 10.017 persones de la plantilla d'EROSKI som sòcies i socis treballadors (el 32,8 % del total), la qual cosa ens fa participants en la gestió cooperativa de l'empresa. I aquesta condició es tradueix en un element diferencial del grup EROSKI respecte a altres empreses de distribució: una actitud proactiva i un elevat nivell de compromís amb el projecte que es reflecteix en l'acompliment en tots els nivells de l'organització.

L'ocupació que creem segueix el nostre model de gestió i el nostre compromís amb els treballadors, els clients/es i la mateixa societat, i per això ens esforçem per tal que sigui estable i de qualitat. Així, cal destacar que el 76,3 % de l'ocupació creada per EROSKI el 2017 va ser de caràcter fix.

Pel que fa a la qualitat de l'ocupació, a EROSKI treballem en els camps següents per fer realitat aquest concepte:



Una empresa socialment responsable

La nostra missió recull, entre d'altres, dos aspectes rellevants:

- La creació d'un projecte i model d'empresa que integri les persones i en propiciï el desenvolupament personal i professional.
- El compromís en la defensa dels consumidors i el medi ambient, i contribuir a la millora de la comunitat en la qual actuem, com a expressió de la nostra responsabilitat social.

Per a EROSKI, la responsabilitat social és un valor compartit per tota l'organització i és responsabilitat directa de la presidència. Integrant la gestió ètica entre els objectius principals de la direcció, assolim els nostres compromisos de:

- compliment legislatiu i de la normativa laboral i cooperativa vigent, així com dels compromisos propis d'EROSKI;
- la implantació d'un sistema de gestió ètic eficaç;
- la millora contínua en el comportament ètic de l'organització;
- donar suport i respectar la protecció dels drets humans proclamats en l'àmbit internacional.

En els nostres Estatuts Socials, el Reglament de Règim Intern Cooperatiu i el Manual de gestió ètica es recullen els compromisos en matèria laboral, tant per a les persones treballadores pròpies com de subcontractes i proveïdors. Entre aquests, hi ha els següents principis:

- 1 Rebutjar i no practicar** el treball infantil
- 2 Rebutjar i no practicar** els treballs forçats o obligatoris
- 3 Promocionar** un ambient de treball segur i saludable
- 4 Respectar** la llibertat d'associació i el dret a la negociació col·lectiva
- 5 Rebutjar i no practicar** la discriminació per cap causa
- 6 Rebutjar i no practicar** ús de càstigs corporals, la coerció mental o física o els abusos verbals als empleats
- 7 Garantitzar** el compliment legal sobre hores de feina i dies festius
- 8 Remunerar** d'acord amb la normativa legal de cada sector i garantir que es cobreixen les necessitats bàsiques del personal i alguna capacitat de despesa discrecional
- 9 Implementar** un sistema de gestió que assegurï el compliment i la comunicació interna dels principis de la norma

El 100% de les nostres empreses proveïdores estan sotmeses a aquestes exigències i condicionem la nostra relació comercial amb elles al compliment per la seva part dels drets humans i laborals. Fem especial seguiment a aquelles empreses proveïdores amb major risc, que són les pertanyents al sector tèxtil i de productes de no alimentació localitzades a Àsia.

A més, ratifiquem el nostre compromís amb els drets laborals i humans a través de la nostra pertinença a la Xarxa Espanyola del Pacte Mundial. EROSKI va ser un dels membres fundadors a l'any 2002 i participa des de llavors en aquesta iniciativa per implantar principis bàsics de conducta i acció en matèria de drets humans, treball, medi ambient i lluita contra la corrupció, en l'estratègia i les operacions diàries de l'empresa.

Els 10 valors essencials de la nostra activitat

1

Fomentem la
participació

2

Promovem el
**desenvolupament
personal
i professional**
a través de la millora
dels coneixements, les
aptituds i les habilitats

3

**Sentiment de
pertinença:**
orgullosos de pertàyer
a EROSKI i buscant les
àrees de millora

4

Impulsem la
**informació i
la comunicació**
de manera
bidireccional
dins de
l'organització

5

Gràcies a la
**solidaritat
interna,**
fem prevaler el
col·lectiu sobre
l'individual i el llarg
sobre el curt termini



Els 10 valors essencials de la nostra activitat

6

Dinamisme
per adaptar-se
al canvi i promoure
la innovació

7

**Orientatss
al client**
per adaptar-nos i
anticipar-nos a les
seves necessitats

8

Millorem contínuament
les condicions
laborals per tal de
garantir una
qualitat de vida
adequada

9

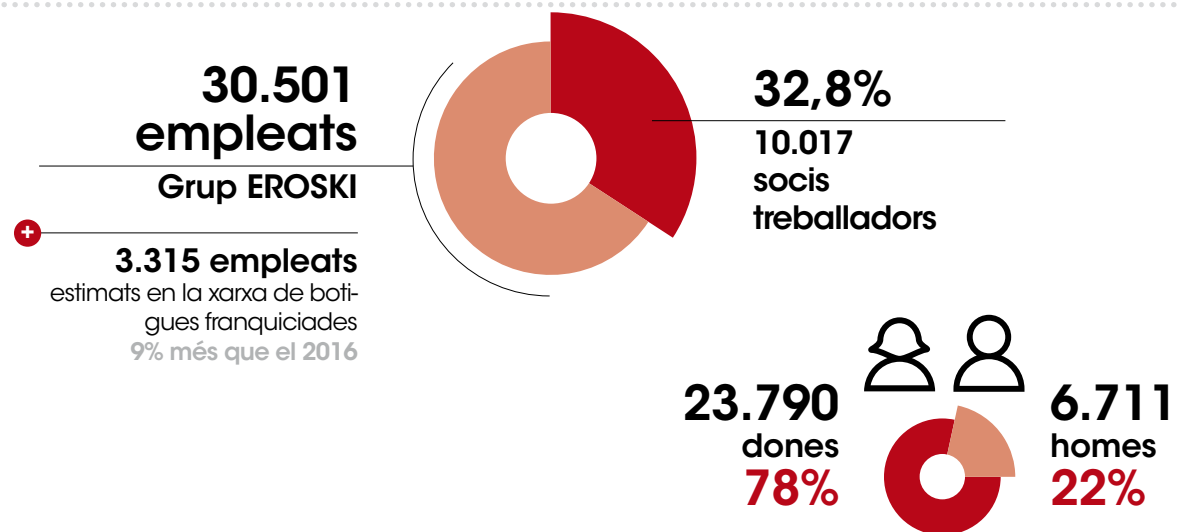
**Solidaritat
externa**
per retornar a
la societat el
que ens aporta

10

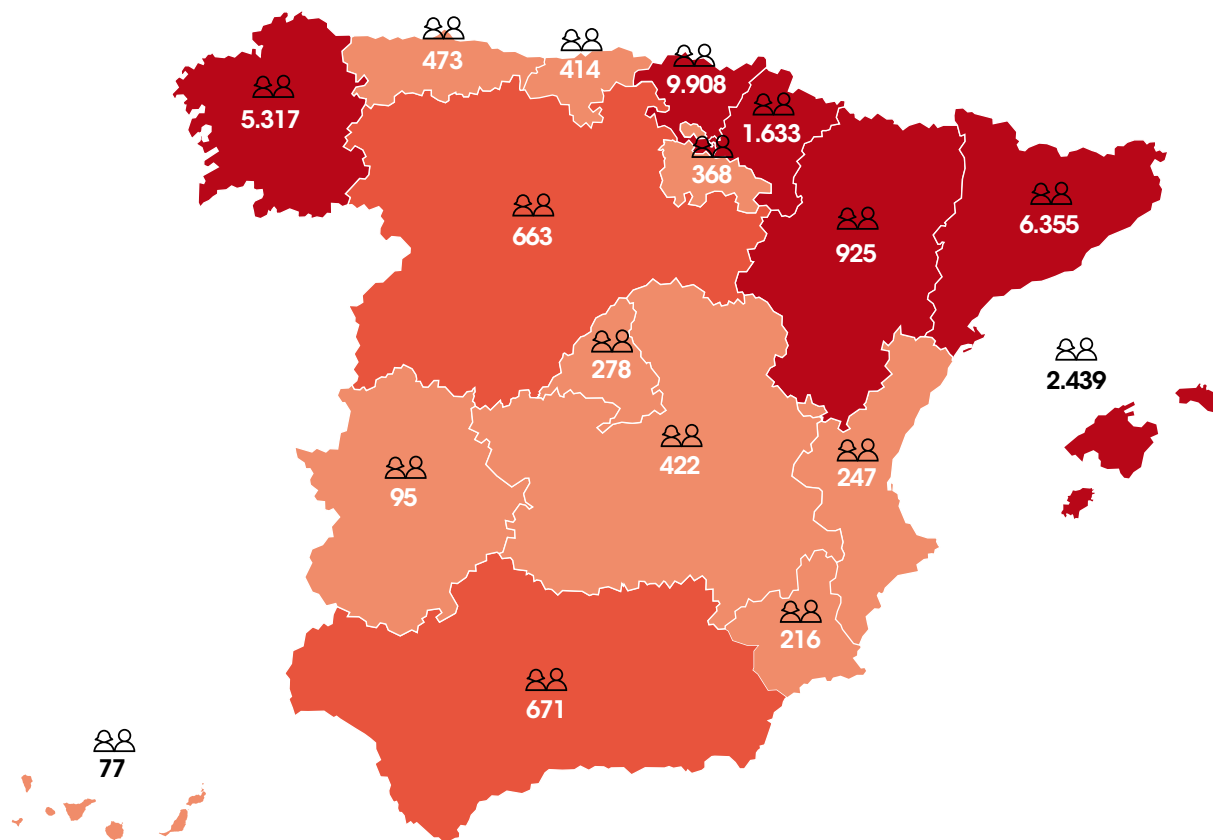
Les persones que
treballem en la
cooperativa aspirem
al màxim nivell de
professionalització

Indicadors principals

Nombre total de persones ocupades

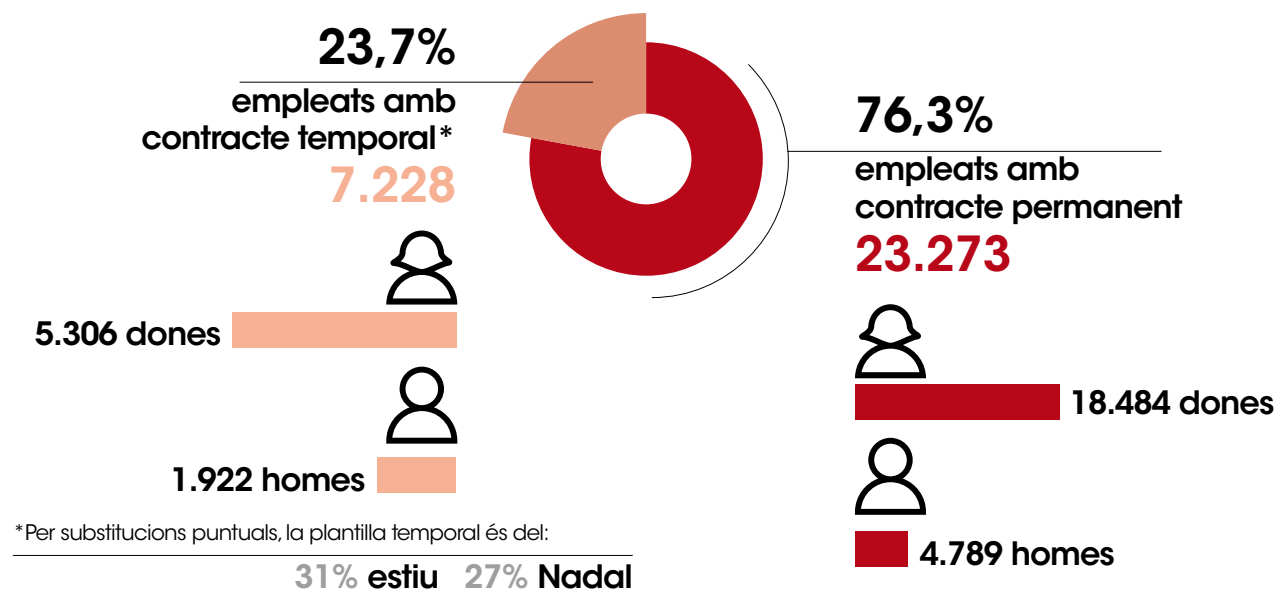


Nombre total de persones ocupades per comunitat autònoma

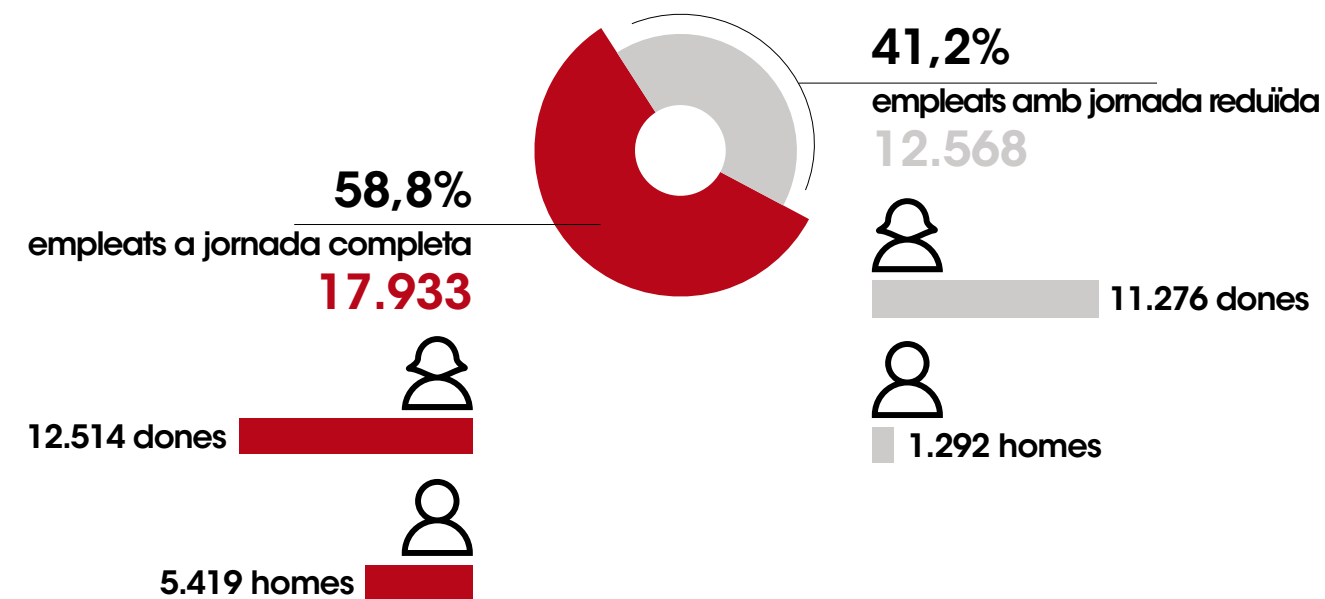


Tot el personal directe d'EROSKI opera a Espanya.

Nombre total de persones ocupades per tipus de contracte

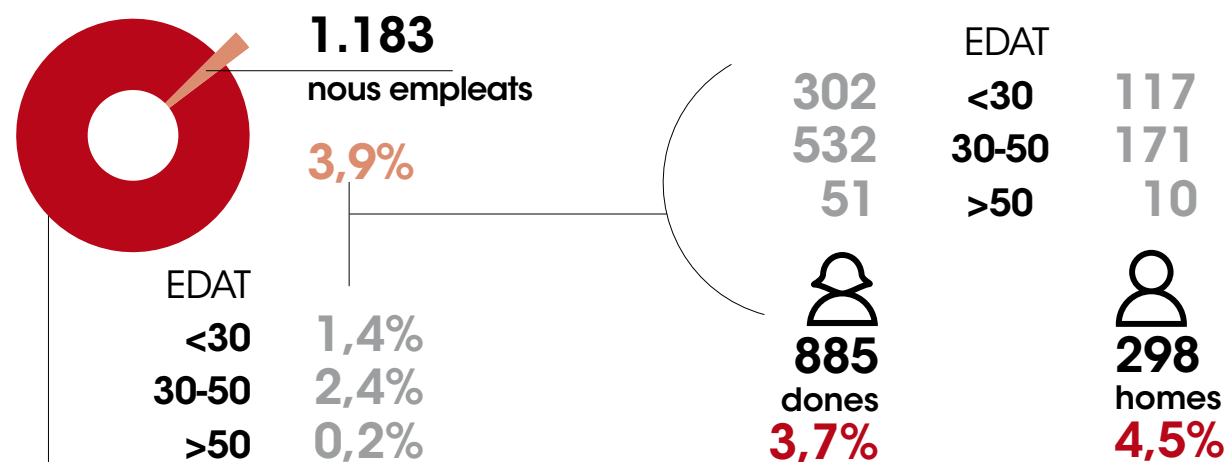


Nombre total de persones ocupades per tipus de jornada



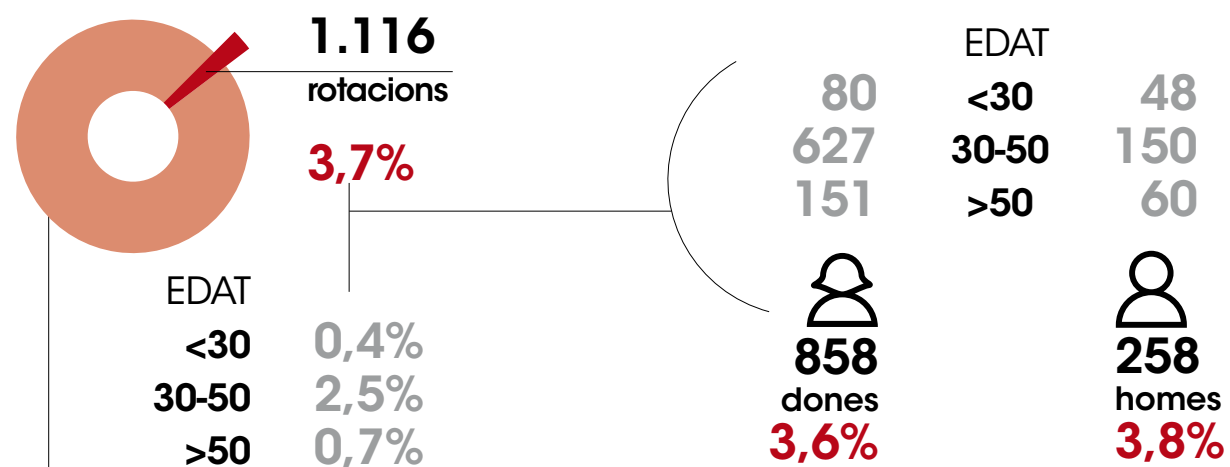
Indicadors principals

Nombre i índex de contractacions



+ 471 incorporacions en la xarxa de botigues franquiciades

Nombre i índex de rotacions (sortides de persones ocupades)



+ 126 sortides de persones empleades en la xarxa de botigues franquiciades

Persones promocionades



Negociació col·lectiva



Els 6 eixos de la nostra gestió

Solidaritat retributiva

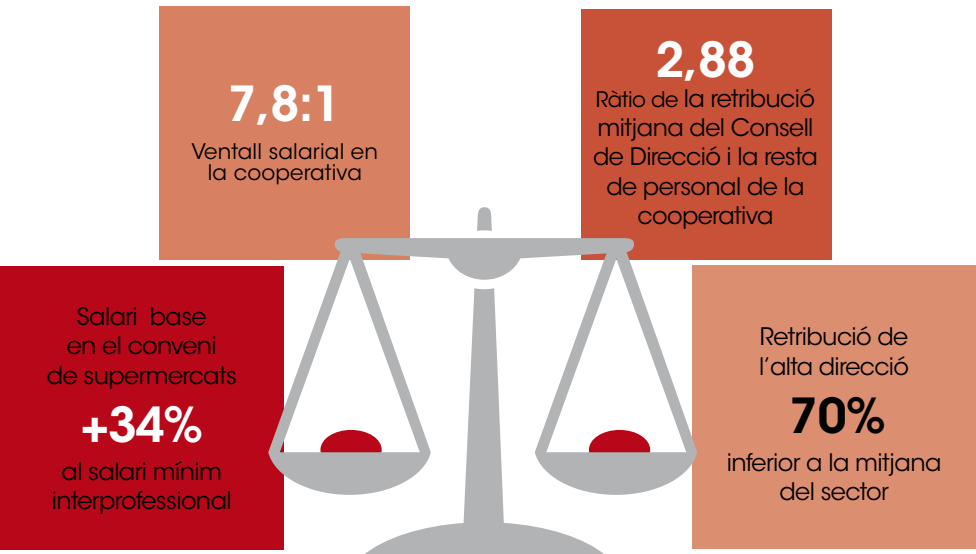
EROSKI, seguint els seus valors corporatius, aplica el principi de solidaritat retributiva en tota l'organització, que es tradueix, en l'àmbit intern, en una estreta forquilla salarial entre els llocs amb menor responsabilitat i els d'alta direcció. En concret, l'índex no pot ser més gran que 7,8. Així, la relació entre la compensació total que rep la persona amb major retribució i la mitjana de la compensació de la resta del personal a la cooperativa és de 6,68 i de 6,78 respecte a la mitjana. Aquest índex és molt inferior al de les empreses de l'IBEX 35, on, segons dades de 2015, les primeres persones executives perceben de mitjana 116 vegades més retribució que la mitjana de la resta de la plantilla. Aquesta ràtio és molt inferior a la de les empreses de l'IBEX 35, on, segons dades del 2015, els primers executius perceben de mitjana 116 vegades més retribució que la mitjana de la resta d'empleats. A més, l'increment de la compensació anual ha estat el mateix per a tot el personal (un 1%), sense excepció.

El Comitè de Valoració, nomenat pel Consell de Direcció i el Consell Social, és l'encarregat de definir el nivell retributiu en la cooperativa, una vegada valorades les tasques a realitzar i les capacitats i les competències requerides per a cada lloc de treball. D'altra banda, la Comissió de Nomenaments i Retribu-

cions és la que proposa al Consell Rector la política retributiva de l'alta direcció.

La retribució a EROSKI és pública, igualitària entre homes i dones i depèn del lloc i no d'altres factors com l'antiguitat o la negociació individual. A més, per permetre la captació i la retenció dels recursos humans necessaris, s'aplica el principi de competitivitat externa, de manera que s'adequa la retribució als nivells més generalitzats en les empreses del sector. Així, en el cas del conveni de supermercats, **el salari base mínim és un 34 % superior al salari mínim interprofessional** a Espanya.

D'altra banda, a escala externa, la solidaritat retributiva implica que **la remuneració de la direcció és aproximadament un 70 % inferior respecte al valor del mercat**. Així, durant el 2017, la remuneració total del president i els membres del Consell de Direcció va ser, en conjunt, de 888.010 euros. Això difereix enormement de la realitat de les empreses de l'IBEX 35, en què la retribució mitjana per conseller és un 72% del que va percebre tot el Consell de Direcció d'EROSKI. Així mateix, els membres del Consell Rector, el nostre òrgan superior de govern, no perceben cap retribució fixa o variable per aquesta tasca (excepte les dietes d'assistència a les reunions d'aquest òrgan).



Retribució base anual a Eroski S. Coop. per a cada categoria laboral

	EROSKI S. Coop. (2017)		
	Anual amb pagues extres (Euros)	Hora (1.837,5h de treball efectiu a l'any) %	% increment respecte al salari mínim interprofessional d'Espanya (707,60 euros)
Professionals	15.299	8,33	154%
Responsables	16.799	9,14	170%
Tècnics	25.180	13,70	254%
Caps	28.232	15,36	285%
Gestors	39.591	21,55	400%
Directius	48.080	26,17	485%

Igualtat i conciliació

A EROSKI considerem la igualtat d'oportunitats entre dones i homes un principi bàsic i estratègic de la gestió de l'organització. Acabar amb la desigualtat suposa un procés de canvi directament relacionat amb la nostra cultura cooperativa i igualitària. En aquest sentit, EROSKI es regeix pel principi de no-discriminació, ja previst en els seus estatuts fundacionals, no només en relació amb el gènere, sinó també amb la raça, l'orientació sexual, les creences religioses, les opinions polítiques, la nacionalitat, l'origen social, les discapacitats o qualsevol altra característica que la pugui originar.

Per això, des de 2005 comptem amb la Comissió per a la Igualtat, responsable de la realització i l'actualització periòdica del Diagnòstic i el Pla per a la igualtat de dones i homes d'EROSKI, i amb l'Observatori d'Igualtat, una eina per vetllar pel compliment d'aquest principi en tota l'organització. Representants dels socis i les sòcies

treballadores de la cooperativa componen aquest organisme, que compta amb sis àrees de treball: ús del llenguatge, eliminació de barreres físiques i de salut, eliminació de barreres socials, desenvolupament personal i Professional i conciliació de la vida personal i professional.

A més, comptem amb un canal de denúncia i, des de 2015, amb un servei d'assessoria confidencial per evitar possibles casos d'assetjament a la feina i canalitzar qualsevol incidència.

El 2017 hem elaborat el Pla Estratègic d'Igualtat 2017-2020. Hem implantat el pla de seguretat dels supermercats amb enfocament de gènere i hem actualitzat el web per visibilitzar el compromís d'EROSKI amb la igualtat de gènere.

Altres actuacions destacades dutes a terme durant el 2017 són:



Llenguatge igualitari

Organització d'una jornada de sensibilització / formació sobre llenguatge igualitari.



Violència de gènere

Definició d'un protocol d'actuació amb víctimes de violència de gènere, millorant el que recull la llei, i difusió interna d'aquest protocol.

Realització d'una campanya de conscienciació per a les víctimes i companys o companyes d'aquestes víctimes.



Conciliació

Assimilació a parents de primer grau del padastre, madrastra o fillastre, i els corresponents per segon grau.

Modificació de la normativa de reducció de jornada voluntària flexibilitzant-ne l'accés.



Campanyes de sensibilització interna

Jornada «Escollar per educar en valors d'igualtat» dins del Fòrum per a la Igualtat d'Emakunde.

Campanya interna de suport al Dia Internacional contra l'Homofòbia, la Transfòbia i la Lesbofòbia.



Col·laboracions

Participació en jornades i col·laboració amb associacions i administracions que promouen la igualtat, la conciliació i la corresponsabilitat.

Projecte «Lidera» d'AEDB (Associació d'Empresàries i Directives de Biscaia) sobre lideratge femení.

Jornada de corresponsabilitat amb la Diputació Foral de Guipúscoa.

Campanyes contra la violència sobre la dona del Ministeri de Sanitat, Serveis Socials i Igualtat.

Xarxa denBBora, que treballa per afavorir la conciliació i la igualtat de gènere.

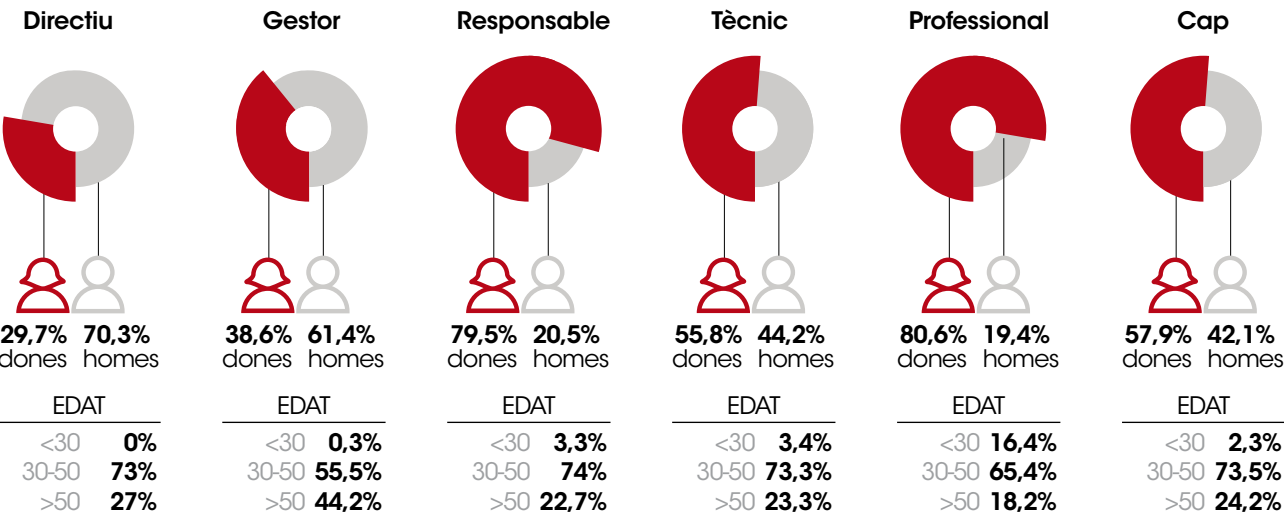
IV cursa «Hi ha sortida» contra la violència de gènere.

Indicadors d'igualtat

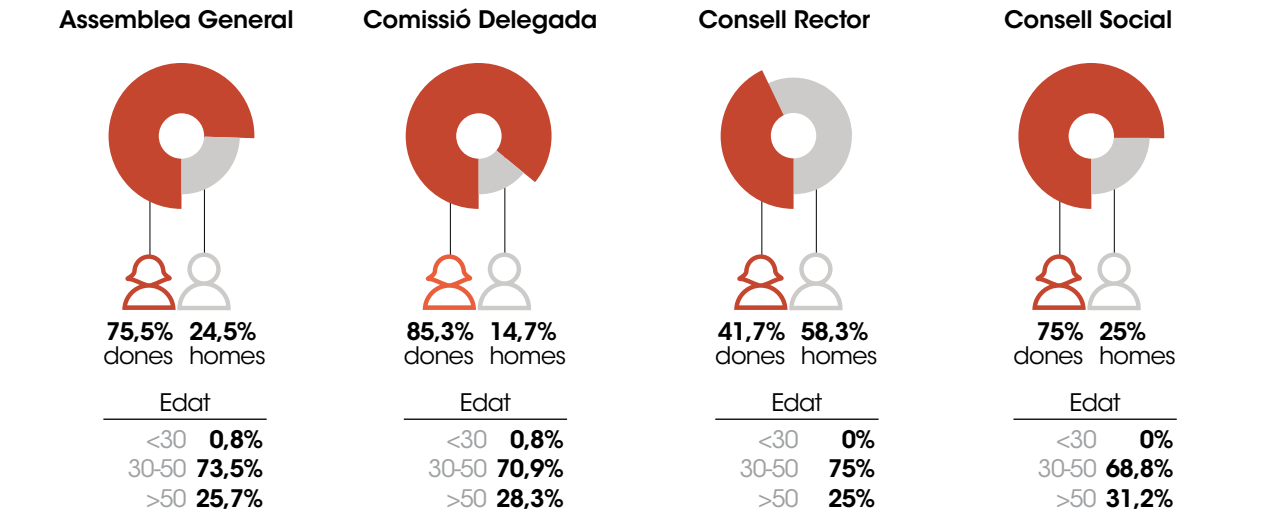
Com a mostra del nostre compromís per la igualtat, és destacable que el 78 % de la nostra plantilla són dones, les quals van ocupar el **69,8 % dels llocs de responsabilitat** el 2017, un percentatge molt superior a la mitjana del sector. A més, al començament de 2017 es va renovar el Consell de Direcció d'EROSKI S. Coop., en què es va assolir

una presència paritària de dones i homes. De la mateixa manera, la presència de dones també és majoritària en els **òrgans de govern corporatiu**, els òrgans principals del qual, el Consell Rector i el Consell Social, estan **ocupats per un 61 % de dones**.

Distribució per gènere i franges d'edat de persones ocupades segons categoria professional



Distribució per gènere i franges d'edat dels òrgans de govern



Indicadors de conciliació de la vida personal i professional

En matèria de conciliació, EROSKI compta amb permisos addicionals als que la legislació estableix i impulsa uns entorns i uns horaris de feina que permetin un equilibri entre la vida personal i professional. Per exemple, el 2017 un **13,8 % de les persones ocupades van treballar amb reducció de jornada o van estar d'excedència** per guarda legal o per cura de familiars.

A més, EROSKI també atén les particularitats d'altres projectes personals de les seves treballadores i treballadors, oferint-

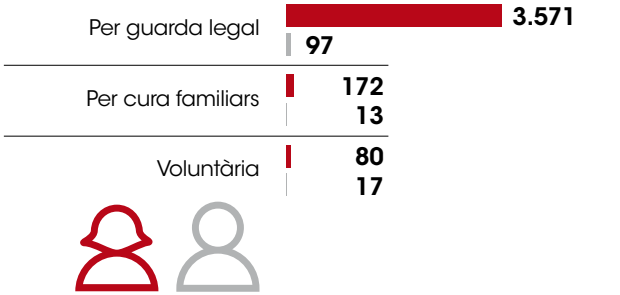
los la possibilitat de reduir la jornada sense causa manifesta i mantenint el dret a recuperar la jornada laboral completa un cop acabat el període de reducció, o concedint excedències temporals voluntàries amb reserva de llocs de treball per a projectes de col·laboració amb ONG o altres plans de desenvolupament personal. Així, durant l'exercici passat, **876 persones es van acollir a una reducció de jornada o excedència voluntària**.



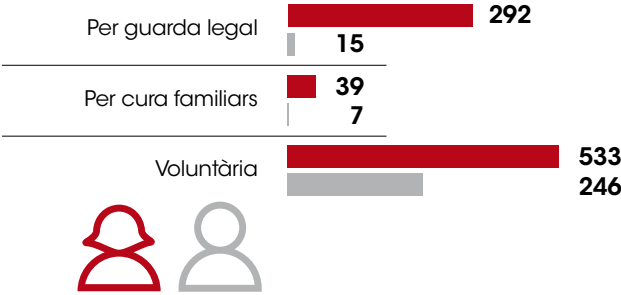
Distribució per gènere de permisos parentals

	Dones	Homes	Total
Nre. total de persones que s'han acollit al permís parental el 2017	494	163	657
Nre. total de persones que han tornat a la feina el 2017 després d'acabar el permís parental	396	39	435
Taxa de tornada a la feina (% de persones que van tornar després d'haver finalitzat el seu permís el 2016)	73,5%	22,3%	60,9%
Nre. de persones que continuen a EROSKI 12 mesos després d'haver-se reincorporat després d'un permís parental el 2016	147	18	165
Taxa de retenció (% de persones que continuen a EROSKI 12 mesos després d'haver-se reincorporat després d'un permís el 2016)	82,0%	78,6%	94,7%

Distribució per gènere de persones ocupades amb reducció de jornada segons causa



Distribució per gènere de persones ocupades amb excedència segons causa



Salut i seguretat a la feina

A EROSKI desenvolupem una tasca proactiva per materialitzar el nostre compromís amb la seguretat i la salut de tota la nostra plantilla. Millorem de manera contínua les mesures de prevenció de riscos laborals i de foment de la salut a la feina mitjançant una integració real de la prevenció en el sistema general de gestió de l'empresa.

Comptem amb dos serveis de prevenció de riscos laborals propis amb caràcter mancomunat, un per a CAPRABO i un altre per a la resta de societats del grup. Les especialitats de les quals s'ocupen són: seguretat a la feina, higiene industrial i ergonomia, psicologia aplicada i, en el cas d'EROSKI S. Coop., també vigilància de la salut. En la resta

de societats aquesta especialitat la porten a terme serveis de prevenció externs.

A més, les treballadores i els treballadors participem en la identificació de riscos i millores de les condicions laborals amb propostes als comitès de salut i seguretat (que operen en diferents àmbits, des del mateix centre de treball a tota l'organització) i altres òrgans de representació societària, on totes les persones ocupades per EROSKI estan representades a través dels seus delegats i es cobreixen el 100% dels temes relacionats amb la salut i seguretat en el treball.



Prevenció de Riscos Laborals

Algunes de les actuacions de 2017 més significatives en prevenció de riscos laborals (PRL) van ser:

- ✓ Revisió i actualització dels plans de prevenció dels diferents negocis del grup, així com les avaluacions generals de riscos i l'avaluació de riscos psicosocials.
- ✓ Auditories internes de prevenció i inspeccions programades, realitzades aquestes últimes per equips inspectors dels mateixos centres i amb un seguiment posterior per part d'ells mateixos de les accions correctores proposades per corregir les anomalies detectades.
- ✓ Simulacres d'emergència amb evacuació o sense.
- ✓ Inversió de més de 39.000 hores en cursos bàsics de prevenció, formacions específiques sobre riscos en el lloc de treball o d'actuació en emergències.

Vigilància de la Salut

A més, com a part del servei de vigilància de la salut que proporcionem als nostres empleats, fem reconeixements mèdics específics en funció del risc del lloc i un seguiment del personal especialment sensible, revisem i coordinem amb la mútua tots els casos considerats malalties professionals i

portem a terme una vigilància de la salut col·lectiva. A més, coordinem i impartim activitats formatives de primers auxilis.

En els llocs on no es disposa de mitjans humans propis, les actuacions es duen a terme a través de serveis de prevenció aliens.

Taxa d'accidents laborals

32,2 accidents lleus

amb baixa per cada milió d'hores treballades:

Causes:
47,3% sobreexforços
11,7% caigudes de persones al mateix nivell
10,2% talls
30,8% altres causes

Agent material:
42,6% caixes i objectes
7,2% productes metàl·lics i eines
6,9% carretons o similars
43,3% altres agents materials

70% dones **30%** homes

5,4 accidents in itinere
 amb baixa per cada milió d'hores treballades

80% dones **20%** homes

Taxa de formació en PRL

39.478 hores

1,3 hores

de mitjana de formació per cada empleat:

Tipus de formació:
48,1% Inicial
21,1% Maneig d'equips de treball
6,7% Emergències
+24,1% Altres programes formatius en PRL

Taxa de absentisme

5,8% d'absentisme laboral

percentatge d'hores d'absència per malaltia, malaltia laboral i accident laboral / hores teòriques de feina)

6,4% dones **3,8%** homes

Taxa de malalties professionals

1,2 malaltia professional

amb baixa per cada milió d'hores treballades

96% dones **4%** homes

Ningún accidente laboral fatal

Dsenvolupament professional

Potenciar el desenvolupament professional i personal dels equips d'EROSKI constitueix un dels tres pilars del Pla Estratègic per a 2020, que situa la formació de les persones com una de les claus en la millora competitiva. A través de la capacitació de la nostra plantilla volem constituir equips de treball d'alt rendiment, incentivar el creixement professional i fomentar la cultura cooperativa d'autogestió.

Així, el 2017 vam invertir gairebé 2 milions d'euros en la formació de les persones treballadores, i vam arribar a 207.000 hores impartides. Els programes de capacitatció s'han centrat un any més en el lideratge i la professionalització del personal de frescos. Al costat d'això, hem continuat apostant per un programa de talent per desenvolupar el potencial dins de l'organització.

A més, des d'EROSKI hem contribuït a la reubicació de socis i sòcies de la Cooperativa Mondragón que estan a l'atur. En concret, hem reubicat 27 persones, 17 de les quals ja tenen un lloc definitiu.

Els programes de formació destacats el 2017:

Escoles de frescos. El 2017 hem continuat el programa formatiu de les escoles de carnisseria, peixateria, fleca, xarcuteria i fruiteria. Per a això, hem aprofitat les eines de gestió i centres formadors de 2016, i 50 monitors han impartit la formació. Hi han participat més de 467 persones, amb 49.859 hores de formació impartides.

Programa de atenció al client. Centrat a optimitzar la capacitatció del nostre personal en l'atenció i el servei avançat al client a la botiga, durant l'any 2017 s'han impartit més de 5.748 hores sobre aquesta matèria.

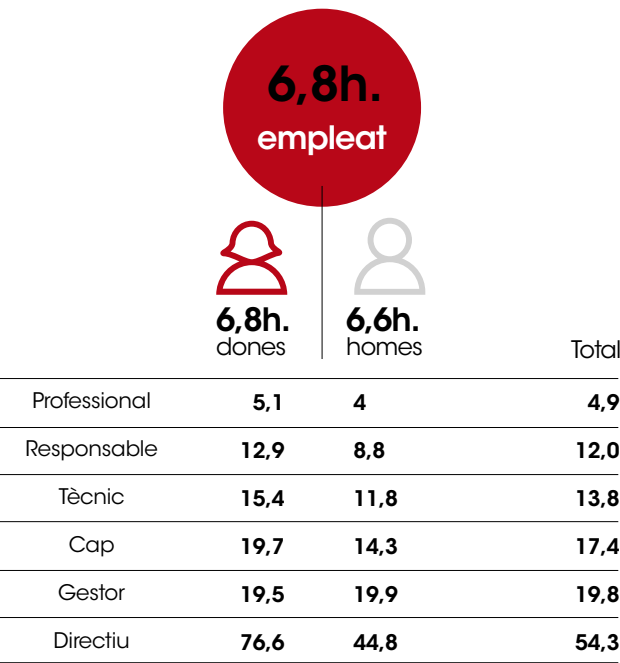
Orain Campus. Espai d'aprenentatge i desenvolupament, dins del marc del Model de Talent i Desenvolupament Directiu d'EROSKI, per impulsar la innovació, el lideratge, el foment de l'esperit cooperatiu i la professionalitat, elements necessaris per afrontar els reptes de la nostra organització. El campus acull 4 facultats (Comercial i Màrqueting, Xarxa, Geni i Enginy i Sociolaboral), per les quals el 2017 han passat 691 persones i en què s'han impartit 13.080 hores de formació.

SUMMA. Projecte que, des de 2015 i en col·laboració amb Mondragon Unibertsitatea, busca desenvolupar les habilitats directives i de gestió organitzacional de les sòcies i els socis treballadors. En aquest projecte, es dedica una atenció especial a la promoció professional de les dones en l'àmbit dels llocs de comandament i directius.

Formació en línia. "ENFORMA" és la plataforma d'e-learning d'EROSKI, que ha comptat amb 2.345 usuaris el 2017.

Idiomes. Amb l'objectiu d'impulsar el compromís amb l'entorn i millorar l'atenció diferencial al client, hem invertit més d'11.200 euros en ajudes per a l'aprenentatge de la llengua local a més de 30 persones.

Mitjana d'hores de formació dels empleats d'eroski per gènere i categoria professional



Nou Pla de Transferència de Talent Universitat-Empresa

El 2017 hem signat un conveni de col·laboració amb Mondragon Unibertsitatea per a la incorporació de nous professionals a EROSKI i la transferència de talent entre les dues organitzacions. Per a això, es duran a terme programes de formació contínua, innovació metodològica en gestió empresarial, transferència de coneixement tècnic i creació d'un nou ecosistema per a nous projectes d'intraemprenedoria a EROSKI. El Pla de Transferència de Talent Universitat-Empresa se centra en àrees com la gestió de projectes d'innovació, metodologies *design thinking* o plataformes d'innovació oberta.

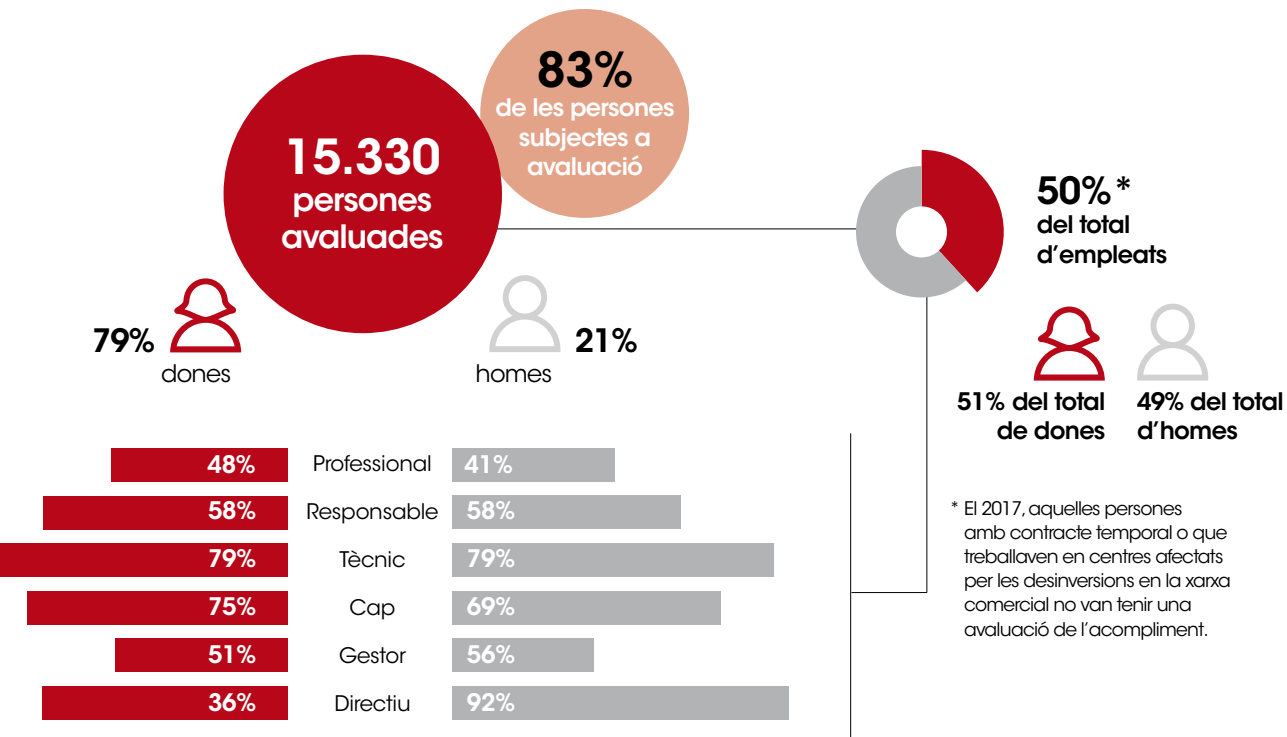
Volem treballar conjuntament en el disseny de nous canals de participació de les sòcies i socis clients per a la millora contínua de l'atenció prestada a les botigues de nova generació «Amb tu». A més, a través d'equips duals universitat-empresa abordarem diferents projectes d'innovació, entre els quals destaquen els definits en les àrees de comerç electrònic, sistemes de recomanacions i suggeriments de productes relacionats, frescor extrema a la secció de fruites i hortalisses, i millores operatives en les línies de caixa de les botigues.

Promoció professional

Juntament amb la formació, un altre dels elements que defineixen la gestió de les persones a EROSKI és la promoció, entesa com un procés natural en la vida professional de les nostres treballadores i treballadors i basada en la capacitatció

professional i en la qualitat de l'acompliment. En aquest sentit, el 2017 es va promocionar el 0,9 % de la nostra plantilla, xifra que correspon a 262 persones, més d'un 80% de les quals són dones.

Percentatge d'empleats amb avaluació periòdica de l'acompliment i el desenvolupament professional



Emprenedors/ores franquiciats/ades

Totes les obertures de supermercats franquiciats responen actualment al nou model comercial «Amb tu» que la cooperativa promou.

D'aquesta manera, aquelles sòcies i socis treballadors que vulguin tenir el seu propi negoci es poden acollir al nostre programa "Amb tu" en franquícia, on els oferim formació especialitzada, serveis i avantatges personalitzats, així com eines avançades per a la gestió de les seves botigues, a més del suport d'una marca de confiança com EROSKI.

Per avançar en el suport al col·lectiu franquiciador, hem signat acords amb Cajasur i Kutxabank per donar-los suport amb condicions avantatjoses de finançament. A més, també hem signat un acord de col·laboració amb la Confederació Espanyola d'Associacions de Joves Empresaris (CEAJE) per donar suport i impulsar l'emprenedoria.

EROSKI ha rebut dos premis durant el 2017 que reconeixen aquest model de franquícia altament competitiu i rendible, recolzat per una estreta relació col·laborativa amb el franquiciat o franquiciada:

- Premi Nacional de Franquícia en la categoria del comerç i la venda al detall, atorgat per l'Associació Espanyola de Franquiciadors.
- Premi FIFSUR (Fira de Franquícies i Negocis del Sud) a la franquícia més destacada en el sector del comerç i la venda al detall.

En la xarxa de botigues franquiciades EROSKI treballen 3.315 persones, després de **471** incorporacions el 2017.

Promoció de la cultura cooperativa d'autogestió

De la nostra cultura cooperativa deriva el nostre interès per promoure un major grau d'autonomia en els equips de professionals de cadascuna de les botigues. Treballem per proporcionar-los totes les eines necessàries que els permetin assolir l'autogestió. És la filosofia del model «Amb tu».

Les persones professionals de cadascuna de les botigues formen un equip independent que, treballant amb una perspectiva de persona propietària més que de treballadora, participen en el disseny i l'organització del seu treball, fent de la botiga «Amb tu» una botiga diferencial. Prenen les seves pròpies decisions en molts àmbits:

- Gestió interna: horaris, torns de treball, organització del treball en el dia a dia, vacances, dies lliures, permisos, etc.
- Proposta de valor de la seva botiga, gestió de gammes locals i regionals, adequació al mercat i competidors locals, activitats d'implicació social amb la comunitat, etc.

Tot això impulsa el compromís intern de tot l'equip amb un projecte empresarial que fan seu, cosa que al seu torn enforteix el conjunt del grup.

Reconeixements: Premis Krea

Els Premis Krea de Reconeixement Corporatiu de Grup EROSKI recompensen les millors iniciatives de l'any en l'àmbit de l'autogestió dels equips de les botigues EROSKI.

El 2017 es va celebrar la quarta edició d'aquests premis, en què 18 de les 120 candidatures van ser guardonades.

Categoria "Els nostres clients"

Centres grans:
"Pla client" (EROSKI Bilbondo)

Centres petits:
"Taller de pesca sostenible" (EROSKI Center Avenida América).

Categoria «Som d'aquí»

Centres grans:
"Amb tu, cuidant el productor; amb ells, cuidant el client; i nosaltres, cuidant el producte" (EROSKI Berango)

Centres petits:
"Cedeira, tenim gust de mar" (EROSKI Center Cedeira)

Categoria "Som una pinya"

Centres grans:
"El magatzem a les nostres mans" (EROSKI Tudela)

Centres petits:
"Que no els falti ni els sobri res" (FAMILIA Monforte)



Comunicació interna

El model cooperatiu d'EROSKI es caracteritza per una alta implicació de les persones treballadores en tota l'organització.

Per fer que això sigui possible, comptem amb un model de gestió que afavoreix la participació i la comunicació interna. Considerem aquests dos elements clau per tal de garantir la informació, la promoció i la motivació de la nostra plantilla i per potenciar la millora contínua en la nostra organització.

El 2017 hem elaborat el Pla de Comunicació Interna 2017 amb la participació d'uns 5.000 socis i sòcies de treball

que han assistit a la reunió anual de tot el col·lectiu en grups de 150 persones amb el lideratge de l'alta direcció.

La comunicació a EROSKI s'estén d'una manera individualitzada a tots els nivells dels diferents negocis i s'adapta a les característiques de cadascuna de les societats que formen el grup.

En aquest sentit, comptem amb diferents eines i publicacions que enforteixen i promouen una comunicació fluida entre les persones treballadores i l'organització:

NEXE

Publicació en línia, actualitzada a diari, que ofereix informació sobre totes les àrees de l'empresa i posa l'accent en les dades econòmiques i societàries i en els eixos comercials sobre els quals es fonamenta el model EROSKI "amb tu". A més, Nexe fa monogràfics de manera regular.



NÈCTAR

Revista de periodicitat mensual centrada en els nous llançaments de les marques pròpies d'EROSKI que detalla les característiques organolèptiques, de qualitat i d'envasament dels nous productes. La informació relativa als eixos estratègics d'EROSKI és una altra de les temàtiques informatives que abasta.



La Parrapla

Butlletí mensual adreçat a la seu social en què s'ofereix un compendi de les notícies més rellevants de la vida societària.



Intranets corporatives:

Ofereixen continguts d'utilitat professional i d'interès societatari. A més, algunes intranets, com Forumnet a FORUM SPORT, també funcionen com a repositoris documentals. Aquesta possibilitat d'intercanvi d'informació i cooperació entre equips les converteix en eines fonamentals per a la comunicació interna.

Inserció laboral i innovació social

EROSKI, com a cooperativa de consum, és un projecte col·lectiu bolcat en el consumidor i en la societat. I, per tant, estem compromesos amb la integració de persones en situacions desafavorides i en risc d'exclusió social. En aquest sentit, a través de convenis de formació ocupacional signats amb els serveis d'ocupació públics o amb diferents organitzacions com Creu Roja, anualment establim programes formatius i pràctiques no laborals per a aquells

col·lectius amb més dificultats d'inserció laboral. Això en permet la capacitat professional i en facilita la posterior incorporació laboral en els nostres punts de venda. El 2017, en col·laboració amb 88 entitats, es van formar més de 400 persones, de les quals més de 120 van ser contractades per EROSKI en finalitzar els programes de capacitat. Entre les diferents iniciatives per a la inserció laboral portades a terme el 2017 cal destacar:



Cursos amb compromís de contractació

Durant el 2017 s'han impartit 8 cursos amb compromís de contractació, a través dels quals s'han formalitzat 74 contractes de 139 alumnes. En funció de les convocatòries, el compromís de contractació era d'una mitjana del 57%, però finalment se n'han arribat a contractar el 67%. A més, s'estan duent a terme dos cursos que acabaran el 2018: el curs per a responsables d'àrea i caps de secció per obtenir el certificat de professionalitat de CP Gestió Comercial de Vendes, amb 11 estudiants, i el curs polivalent en carn, pesca i xarcuteria a Àlaba, amb 14 persones.

Programa Insereix de la Fundació ONCE

EROSKI és una de les 64 empreses líders a Espanya que forma part del Programa i Fòrum Insereix de la Fundació ONCE. Com a empresa d'Insereix, manifestem el compromís amb la responsabilitat social, la diversitat i la discapacitat, i l'afany d'integrar aquesta variable de forma transversal en la cadena de valor i en les polítiques d'RSC que desenvolupem, la qual cosa fa millorar la competitivitat. La Fundació ONCE col·labora amb nosaltres en el desenvolupament de projectes que potenciïn l'ocupació de les persones amb discapacitat i millorin la seva qualitat de vida, optimitzant totes les oportunitats d'innovació, diferenciació i creació de valor que aquests projectes ens ofereixen.

Formació Dual

Al juny de 2017 s'ha començat la formació dual, amb 3 estudiants que tenen un contracte per a la formació i l'aprenentatge d'un any, combinant estudis amb pràctiques. Els llocs en els quals s'estan desenvolupant la formació són de responsable d'àrea en supermercat, de responsable d'àrea en hipermercat i venedor de viatges.

Programa de pràctiques no laborals a VEGALSA-EROSKI

El 2017 a VEGALSA-EROSKI vam formalitzar 30 convenis de col·laboració amb 35 associacions d'interès social. Entre aquests, hi ha el programa «Aprendre treballant», impulsat per la Fundació Secretariat Gitano, que permet posar els nostres establiments a disposició de l'alumnat per afavorir l'adquisició de competències laborals o per fer pràctiques en un entorn laboral real. A més, durant 2017 s'han posat en marxa convenis de col·laboració de pràctiques no laborals per afavorir la integració de col·lectius vulnerables, com els col·lectius en risc d'exclusió social, les dones víctimes de violència de gènere o les persones de més de 45 anys. El 18% de les persones que van fer aquestes pràctiques a VEGALSA-EROSKI s'han incorporat a la plantilla de l'empresa.

D'altra banda, al Grup EROSKI treballem en la innovació social per a la integració de persones amb capacitats diferents a través de diferents projectes. Disposem de projectes en cartera, en col·laboració amb organitzacions de l'economia

Productes inclusius

“We, la alegría de la huerta” i Galifresh a VEGALSA-EROSKI

EROSKI apostem per la capacitat i incorporació de persones amb diversitat funcional a la nostra activitat a través de l'activació de projectes com el llançament el 2016 de la marca d'hortalisses de «We, la alegría de la huerta», en col·laboració amb l'Associació Down Corunya, o la incorporació de cinc persones de la Fundació Paideia a la campanya d'elaboració de cistelles de Nadal de 2017. Aquest any també hem arribat a un acord amb la firma viguesa Freshcut per incorporar els seus productes de cinquena gamma en els nostres lineals. Aquesta empresa, amb el 80% de la plantilla composta per persones amb diversitat funcional, proveirà productes com cremes de verdures i purs de fruita variada que es comercialitzaran sota la marca Galifresh.

Supermercats inclusius

CAPRABO i AMPANS: primer supermercat de Catalunya íntegrament gestionat per persones amb discapacitat

El nou supermercat, situat a Manresa, dona feina a 10 persones amb discapacitat i obre noves oportunitats per a la inclusió laboral d'aquestes persones. Aquest projecte ha requerit un estudi previ de les activitats, temps i complexitat de la botiga per adequar els processos de treball, tasques i funcions que requereix la gestió d'un supermercat als perfils i capacitats diverses de les persones que componen l'equip de botiga. Suposa una iniciativa que, a més de generar ocupació, permet avançar en la incorporació de diferents perfils de persones amb discapacitat al mercat laboral. És un pas important en l'obertura del model franquiciat de CAPRABO a empreses de l'economia social.

social i altres entitats amb fins socials, per estendre a altres regions la creació d'ocupació per a persones amb discapacitat a través de supermercats franquiciats.

Formatges Muntanyola i vins Urpina a CAPRABO.

El 2017 a CAPRABO hem iniciat la comercialització en els nostres supermercats dels formatges Muntanyola i els vins Urpina que elabora la Fundació AMPANS. Aquesta organització, amb una trajectòria de més de 50 anys, treballa per promoure l'educació, la qualitat de vida i la inserció laboral de les persones amb discapacitat intel·lectual, malaltia mental i en situació de vulnerabilitat. En concret, a Formatges Muntanyola hi treballen 10 persones amb discapacitat intel·lectual i produeixen 14 varietats de formatge artesà de cabra, búfala, vaca i ovel·la, algunes de les quals han estat premiades en els certàmens més reconeguts del sector: World Cheese Awards (Sant Sebastià), Gourmet Quesos (Madrid) i Fira Làctium (Vic).

Tercer supermercat inclusiu EROSKI i GUREAK

A EROSKI hem fet un nou pas en l'aposta per estendre el model d'ocupabilitat per a persones amb discapacitat, que hem desenvolupat conjuntament amb GUREAK, amb la inauguració a Vitòria-Gasteiz del tercer supermercat gestionat íntegrament per persones amb discapacitat. El balanç positiu de les dues botigues anteriors, inaugurades a Azpeitia el 2015 i Vitòria-Gasteiz el 2016, ha impulsat aquest tercer projecte i confirma la competitivitat del model de botiga franquiciada, obert a ser compartit amb emprenedors, cooperatives i empreses de l'economia social amb l'objectiu de crear ocupació i riquesa en l'entorn i d'avançar en la diversificació de l'ocupació social. La pràctica en aquests establiments ens ha permès, a més, depurar l'adaptació de tots els llocs de treball a diferents capacitats.

Distribució de persones amb discapacitat ocupades segons categoria professional

			Total	% respecte al nombre total de persones amb discapacitats a EROSKI	
Professional	216	127	343	86,2%	
Responsable	16	9	25	6,3%	
Tècnic	7	2	9	2,3%	
Cap	7	12	19	4,8%	
Gestor	0	2	2	0,5%	

EROSKI, fidel al seu compromís amb la igualtat d'oportunitats de totes les persones, compta entre els seus empleats directes amb 398 persones amb discapacitat.



4

Empreses
proveïdores

Compromís per la competitivitat comercial

El 2017 hem continuat una innovació integral que aposta per l'optimització de la cadena de valor, el desenvolupament de nous models de botiga i una nova forma de relacionar-se amb la clientela, impregnat de l'esperit «Amb tu» que inspira el nostre dia a dia. La botiga «Amb tu» no és només una transformació física, sobretot és un gran canvi cultural en la nostra organització que passa per situar les persones consumidores al centre de gravetat. L'objectiu no només és orientar l'organització cap a les botigues, sinó que també els nostres principals col·laboradors, les nostres empreses proveïdores, tinguin aquesta orientació. Per això, volem donar les gràcies als nostres proveïdors i proveïdores, que fan possible que les nostres botigues disposin de l'assortiment necessari per garantir que la clientela satisfaci totes les seves necessitats i gaudeixi d'una major llibertat d'elecció en els nostres centres.

Una gamma de productes cada vegada més àmplia, personalitzada i amb un estalvi més gran: aquesta és l'oferta de valor d'EROSKI a les persones que acudeixen a les seves botigues, on poden trovar millors opcions per practicar una alimentació més saludable i un consum més sostenible. Per aconseguir-ho, **comptem amb una cadena de valor oberta a la marca de fabricant, a la nostra marca pròpia i a l'enorme diversitat dels aliments de producció local dels entorns de cadascuna de les nostres botigues.**

A més, seguim mantenint les nostres aliances comercials per millorar la nostra proposta a la persona consumidora en la relació entre valor i preu, i reforçant la diversitat del teixit productiu agroalimentari per assolir un sector local sostenible a través d'un compromís compartit per EROSKI i la nostra clientela.

Les claus de la nostra millora en competitivitat comercial



Les nostres marques

Durant l'any 2017, hem celebrat el 40 aniversari de la nostra marca pròpia. Des del seu naixement, els productes de marca EROSKI han crescut fins a esdevenir un més de la família; per això, durant tot l'any

hem celebrat amb els clients aquesta data, i hem seguit treballant per oferir-los productes de qualitat que els ajudin a estalviar.

EROSKI SeleQtia		El millor del millor. Productes testats pel Basque Culinary Center.
196 referències		
EROSKI		Àmplia gamma de productes. Tot el que necessites, amb la millor relació qualitat-preu garantida.
2.752 referències		
EROSKI Sannia		Productes nutricionalment equilibrats i millorats respecte als equivalents o a la mitjana del mercat, amb un 25% menys de sal, un 30% menys de greix i de sucres i/o un 30% menys de greixos saturats. També rics en fibra, omega-3 i fitosterols, amb tot el sabor i al millor preu.
141 referències		
EROSKI Natur		Productes frescos amb tot el sabor, total traçabilitat i qualitat controlada, dels millors orígens i en el seu millor moment.
369 referències		
Belle		Productes de cosmètica, higiene i cura personal sense parabens ni triclosan, dermatològicament testats i al millor preu.
426 referències		
EROSKI Basic		Producte de consum ordinari, per a cada dia, amb totes les garanties de qualitat d'EROSKI a preu més baix.
342 referències		
Visto Bueno		Roba i calçat amb dissenys propis i la millor relació qualitat-preu.
1.739 referències		
Romester		Roba i equipament esportiu amb dissenys propis i la millor relació qualitat-preu.
489 referències		
Ecron		Aparells electrònics i electrodomèstics amb diferents nivells de funcionalitat i la millor relació qualitat-preu.
53 referències		

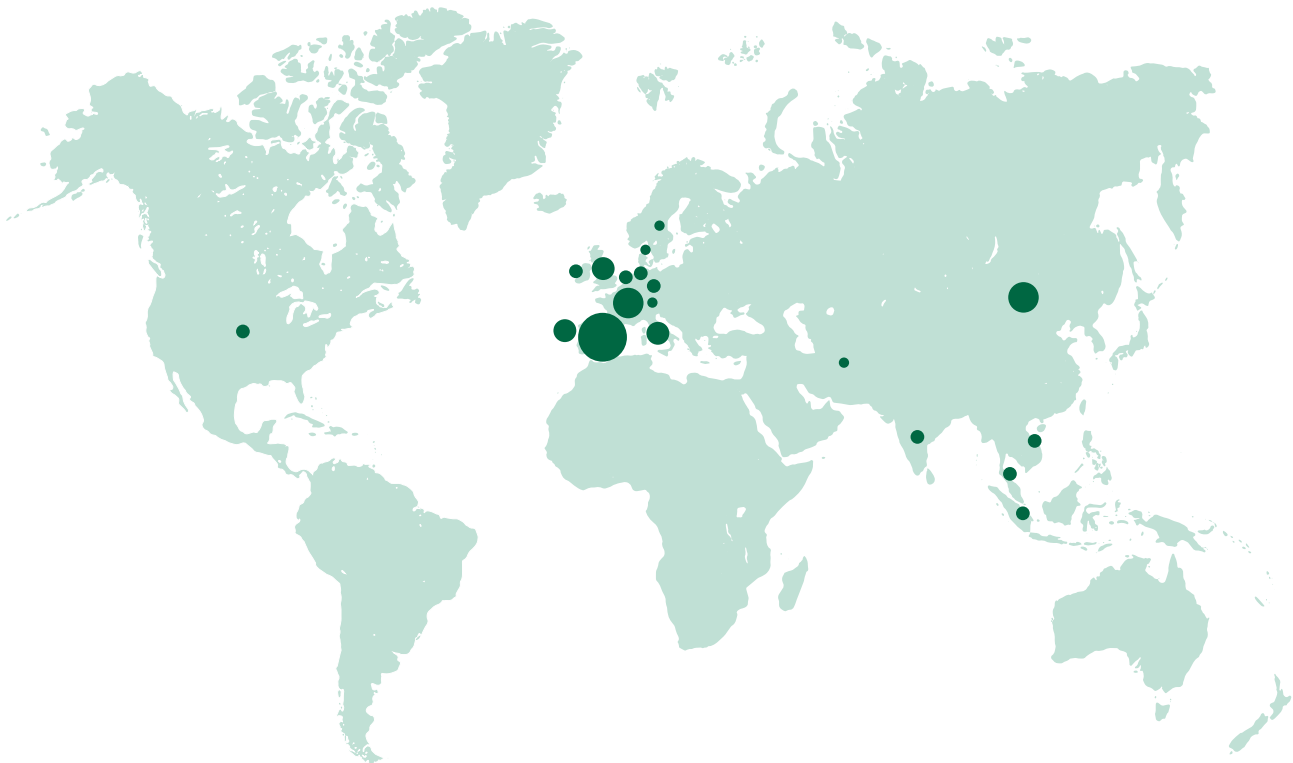
La nostra cadena de subministrament

En una activitat com la distribució comercial, on el preu i la rapidesa en la disponibilitat dels productes s’han convertit en un valor cada vegada més apreciat per les persones consumidores, la proximitat amb els proveïdors, tant geo-gràfica com a l’hora d’abordar iniciatives conjuntes, s’ha convertit en un element crític.

A EROSKI treballem amb més de 10.000 empreses proveïdores comercials i de serveis, amb les quals el 2017 vam portar a terme transaccions econòmiques per un import

superior als 4.100 milions d’euros. Això es tradueix en la comercialització de més de 110.000 articles diferents en l’últim exercici. El nostre compromís amb el teixit productiu nacional es materialitza en el fet que el **98 % de la despesa en proveïdors correspon a empreses situades en el territori espanyol**. A més, tractem d’impulsar el consum de proximitat col·laborant amb proveïdors locals i regionals, que suposen més del 50 % de la nostra cadena de subministrament comercial.

Nombre de proveïdors comercials i de serveis per país



País	Nº Empreses Proveïdores
Espanya	10.079
Xina	83
França	66
Portugal	42
Regne Unit	33
Holanda	17
Bèlgica	16
Alemanya	15
Itàlia	14
Bangladesh	13
Dinamarca	10

Les dades presentades no inclouen els proveïdors comercials de gasolineres i negocis diversificats, ni els proveïdors de serveis de CAPRABO i VEGALSA-EROSKI. Se n’inclouran les dades a la memòria de 2018.

País	Nº Empreses Proveïdores
EUA	7
Noruega	7
Pakistan	6
Andorra	5
Irlanda	5
Vietnam	5
Suïssa	4
Tailàndia	3
Grècia	2
Altres països*	9

* Hi ha una empresa proveïdora a cadascun dels següents països: Canadà, Corea del Sud, Eslovàquia, Índia, Indonèsia, Luxemburg, Polònia, Taiwan i Tunísia.

*En 2017 no s’han produït canvis significatius en la nostra cadena de subministrament.

Aliances comercials

En un entorn altament competitiu, en què els mercats de matèries primeres són globals i en què les grans marques líders tenen escala mundial, a EROSKI reforcem les nostres aliances en el mercat internacional. Són uns elements deter-

minants que sustenten el nostre posicionament competitiu i que permeten oferir noves possibilitats d’estalvi als consu-midors.

AGECORE, la central de negociació més gran d’Europa

La central AGECORE constitueix la major aliança europea de compres, formada per EROSKI al costat del grup ITM (França), EDEKA (Alemanya), Colruyt (Bèlgica), Conad (Itàlia) i COOP (Suïssa), que des del valor de constituir em-preses independents comparteixen una visió estratègica a llarg termini.

El seu objectiu és poder oferir a les consumidores i consu-midors europeus una gamma de productes més àmplia per oferir més llibertat d’elecció i millors preus, alhora que amplia les oportunitats de negoci per a les empreses proveïdores.

La facturació global d’AGECORE arriba a 140 mil milions d’euros i la seva activitat comercial abasta 8 països euro-peus (Alemanya, Bèlgica, Espanya, França, Itàlia, Suïssa, Polònia i Portugal).

L’aliança constitueix també un punt de trobada dels aliats per a la recerca de sinergies a través de l’intercanvi de coneixement en àmbits com el consum sostenible, la ges-tió de la qualitat, els formats de botiga i els programes de col·laboració amb petits productors locals.

Responsabilitat social i ambiental dels nostres proveïdors

La sostenibilitat, entesa com el balanç en els aspectes econò-mics, socials i mediambientals, també és clau en la selecció de les empreses que formen la nostra cadena de subminis-trament. Així, exigim als nostres proveïdors que mantinguin

una gestió responsable de les seves persones treballadores i potenciem aquells que implementen sistemes de gestió ambiental en les seves empreses.

Comerç just

A EROSKI vam ser la primera empresa de distribució a Espanya a incorporar productes de Comerç Just en la nostra oferta comercial i som reconeguts per **Fairtrade International** com a opera-dor legítimat per a la importació i la distribució d’aquests productes amb la seva pròpia marca comercial. La gamma de productes de Comerç Just que comercialitzem està composta per cafè, cacau, te i sucre, a més de diferents productes tèxtils certificats.

Els productes Fairtrade International compten amb la certificació de la seva cadena de subministrament, des del producte fins a la consumidora i el consumidor final, fet que garanteix el compliment dels criteris socials, econòmics i ambientals del Comerç Just: salaris per a una vida digna, no a l’explotació infantil, igualtat entre ho-mes i dones, drets laborals i respecte al medi ambient.

Responsabilitat social

Com es detalla en el capítol 3, dedicat a les persones treballadores, totes les nostres empreses proveïdores estan sotmeses als requisits internacionals de responsabilitat social en el treball. D’aquesta manera, a EROSKI condicio-nem la relació comercial amb elles al compliment per part seva dels drets humans i laborals. A més, disposem d’un reglament intern que promou mesures per prevenir qualsevol tipus d’activitat corrupta en la gestió d’empreses proveïdores i contractes.

Productes amb origen sostenible

Tenim en compte criteris mediam-bientals a l’hora de seleccionar les empreses proveïdores i potenciem aquells productes amb un origen sos-tenible garantit. Aquest posicionament es tradueix en el fet que augmentem l’oferta de productes amb segells que certifiquen la traçabilitat i la conser-vació dels recursos naturals en la seva cadena de subministrament. Per exemple disposem del certificat per a la venda en peixateria d’algunes espècies de peix amb segell MSC (Marine Stewardship Council).

A més, fomentem el consum de proxi-mitat i l’ecodisseny com a mesures per disminuir l’impacte ambiental negatiu dels productes que comercialitzem. El capítol 5, dedicat al medi ambient, conté més informació sobre les diverses mesures lligades a productes i proveïdors que portem a terme en aquest àmbit.

La nostra xarxa logística

Per tal de donar cobertura i servei als més de 1.600 establiments del grup EROSKI, disposem d'una xarxa logística composta per **19 plataformes, llançadores de trànsit** i 4 plataformes de consolidació. En total, suposen més de 341.000 m² de superfície, des dels quals distribuïm fins a un milió de caixes diàriament.

Amb l'objectiu de continuar optimitzant els processos en la cadena de subministrament, durant el 2017 hem fet una revisió completa de la cadena de valor identificant eficiències empresa proveïdora- EROSKI en tots els àmbits: compres, qualitat i logística. A més, hem continuat avançant en l'extensió de la graella de descàrrega en els processos de l'àrea de refrigeració i congelació i implantant-la a la resta de les plataformes pendents, per poder planificar i agilitzar

les descàrregues a les plataformes i evitar temps d'espera innecessaris.

Hem continuat també la implantació de la nova forma d'aprovisionament del Projecte Horitzó. L'objectiu és triple:

- obtenir visibilitat de la cadena de subministrament completa, per millorar la disponibilitat d'informació sobre les previsions d'oferta i continuïtat;
- maximitzar la venda i el nivell de servei, així com minimitzar els trencaments i l'estoc;
- automatitzar la gestió de l'aprovisionament basant el treball en la gestió per excepció, reduint el nombre i volum de tasques manuals.

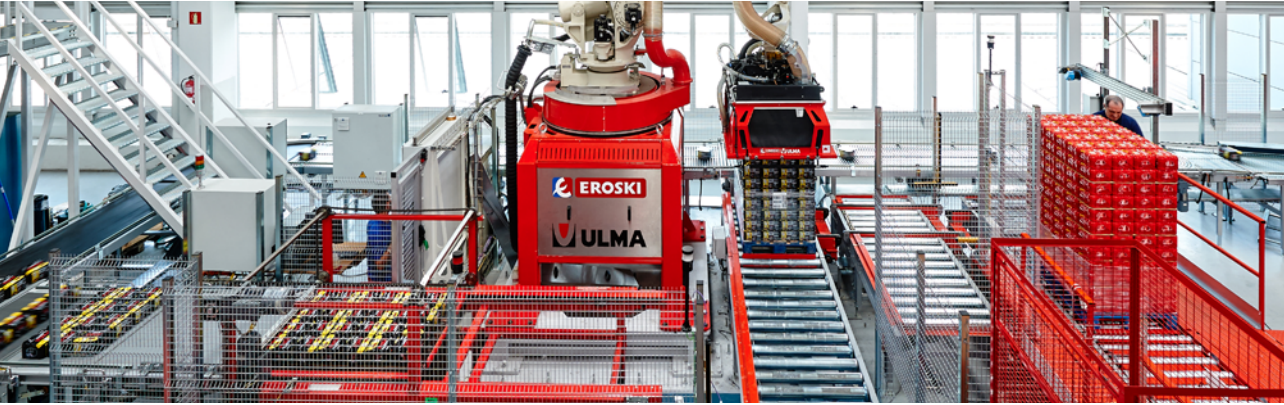
Mapa de plataformes logístiques del Grup EROSKI



Projecte de col·laboració amb proveïdors

La filosofia i base del projecte de col·laboració amb empreses proveïdores es manté, ja que estem convençuts de les fortaleces i beneficis demostrats des del seu inici, l'any 2014. Hem seguit treballant en els ítems que vam definir aleshores, focalitzant els esforços en aquells aspectes que més benefici mutu poden aportar a l'empresa proveïdora

i EROSKI. Per això, durant el Pla Estratègic 2017-2020, estem centrant els projectes en un d'aquests tres àmbits: eficiència, demanda col·laborativa i col·laboració. Alguns dels avenços de 2017 en el pla de col·laboració es detallen a continuació.



Comanda eficient per referència

Una de les observacions que ens arribaven per part de les empreses proveïdores era que, des de la seva perspectiva, les comandes que rebien no eren les òptimes i de vegades incorrien en costos logístics afegits innecessaris. Per això, hem desenvolupat un model que garanteix l'aprovisionament i persegueix la rendibilitat econòmica de tota la cadena de subministrament, tant de l'empresa proveïdora com d'EROSKI. Per donar solució a ineficiències en casos de referències de baixa rotació a l'àrea de Refrigerat i Congelat, hem desenvolupat una eina que té en compte les necessitats i objectius d'aprovisionament i el cost de moure cada unitat d'expedició-recepció, a més de mantenir l'estoc a plataforma. L'eina calcula la comanda mínima òptima per a cada referència i permet rendibilitzar-ne la preparació, ja que disminueix el picking i el cost en transport, per la reducció del nombre de lliuraments.

Implantem l'Electronic Data Interchange (EDI) en tota la cadena de subministrament

L'eina ja està implantada a Refrigerat i Congelat i el 2017 hem començat a treballar en l'adequació dels sistemes per implantar-la a Alimentació Seca durant el 2018.

EDI és un sistema que permet l'intercanvi de documents normalitzats entre els sistemes informàtics dels que participen en una relació comercial: empreses fabricants i distribuïdores. El caràcter normalitzat dels documents és el que diferencia EDI d'altres sistemes d'intercanvi d'informació. La implementació d'aquesta eina genera eficiències i beneficis tant per a empreses distribuïdores com fabricants.

Llancem l'informe automàtic d'incidències de recepció per a les nostres empreses proveïdores

El projecte neix de la necessitat de les nostres empreses proveïdores de disposar de la informació corresponent als rebutjos i incidències de recepció de forma ordenada, simple i diària. Amb l'enviament d'aquest informe, es pretén que puguin disposar d'aquesta informació de forma automàtica, ràpida, resumida i en un format que permet treballar conjuntament amb l'objectiu d'aconseguir millores en les recepcions.

Els desenvolupaments necessaris per a la construcció de l'informe i l'enviament automàtic ja han acabat, i estem en fase de comunicació i extensió a tots els nostres proveïdors. L'objectiu és estendre-ho a la resta de proveïdors en els propers mesos.

Trobades amb empreses proveïdores

Com una palanca més dins de l'eix de col·laboració, seguim mantenint trobades amb les nostres empreses proveïdores, on parlem de l'evolució dels indicadors clau principals, la situació dels projectes conjunts i els nous projectes a abordar, com s'ha fet amb Danone, Unilever, Procter & Gamble, Beiesdorf o Arias.

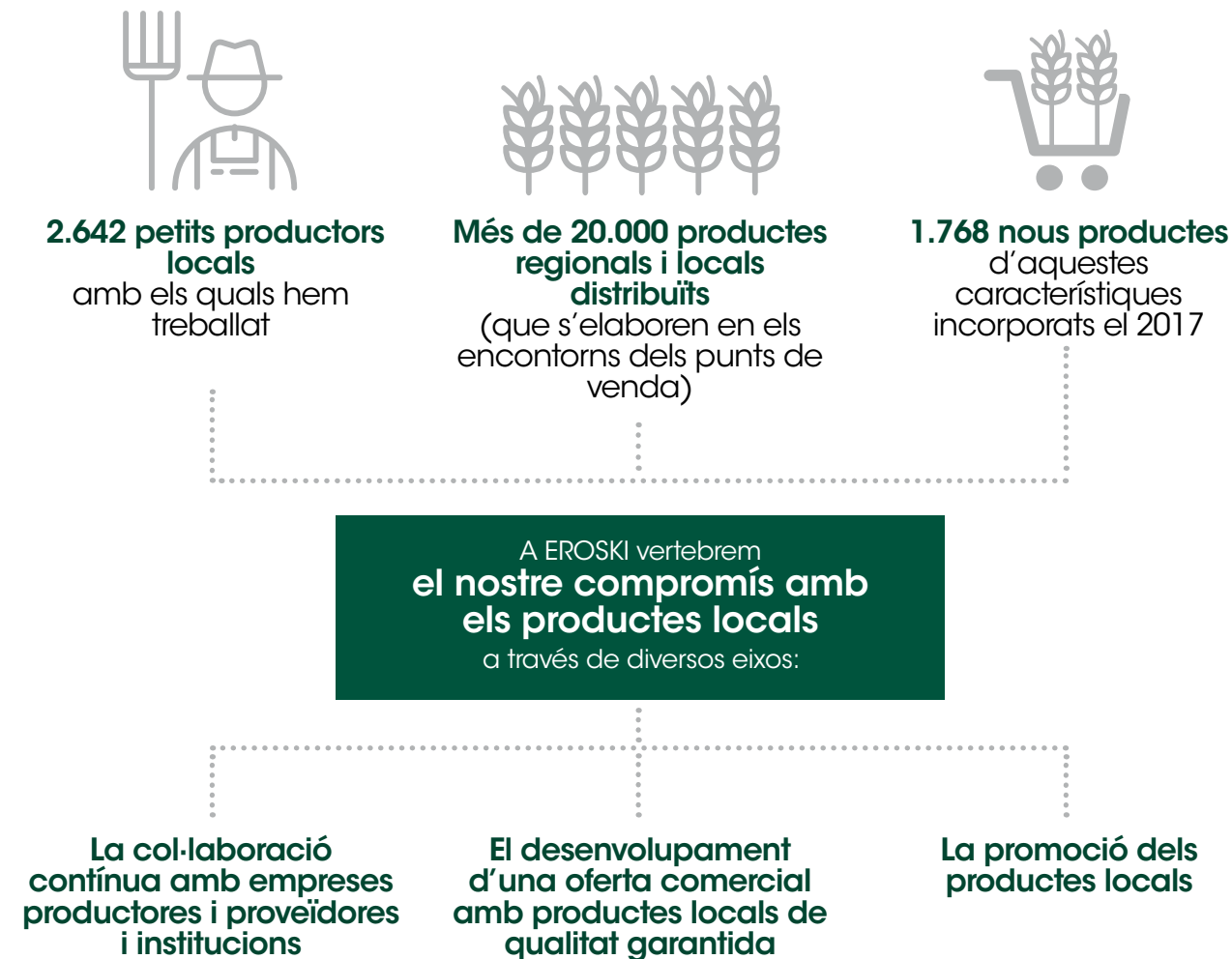
Compromís amb la sostenibilitat del sector agroalimentari local

Tenir la possibilitat de comptar amb un sector productiu divers i orientat al desenvolupament sostenible a través de les pimes del sector primari és l'element més rellevant en la nostra relació amb el món agroalimentari local: és en els nostres "gens cooperatius" comprometre'ns amb aquesta diversitat, crear entorns col·laboratius i treballar amb un gran nombre de proveïdors.

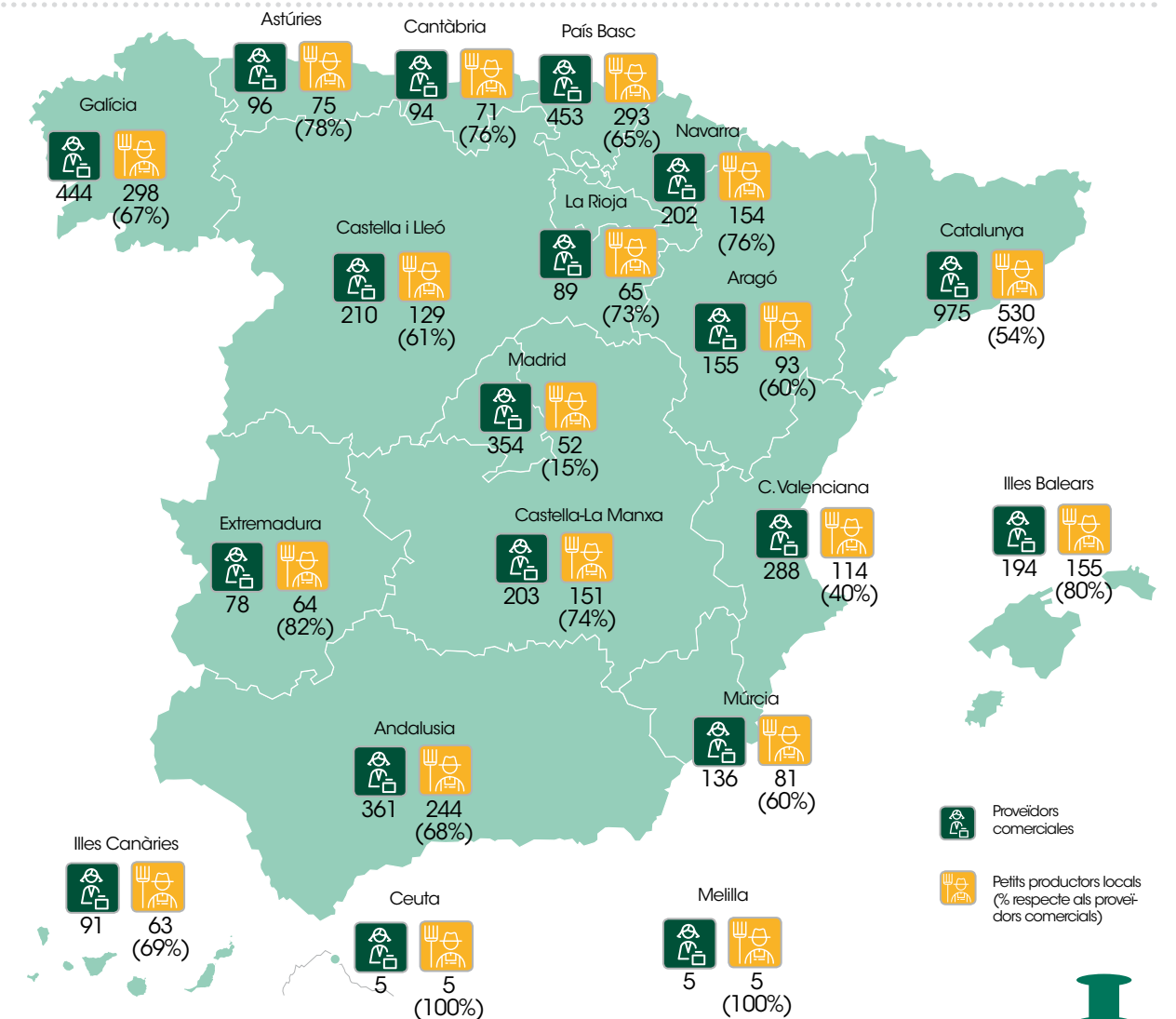
Els beneficis d'aquesta estratègia són diversos. D'una banda, els petits productors disposen del canal de comercialització d'EROSKI per distribuir les seves mercaderies, fet que té un alt impacte en termes d'ocupació, desenvolupament rural i manteniment dels paisatges naturals.

D'altra banda, les persones consumidores troben a EROSKI uns productes més frescos, més sostenibles, més sans i de més qualitat. De fet, l'origen dels aliments cada vegada té més importància per als nostres clients, ja que els productes locals també reflecteixen particularitats d'una regió, maneres de fer ancestrals, varietats autòctones preservades, receptes úniques, etc. I és per això que a EROSKI els atorguem un espai protagonista en la nostra proposta comercial i contribuïm activament a posar en valor la proposta local i evitar l'estandardització i la banalització del menjar.

Des del punt de vista quantitatiu, el resum de l'any 2017 del nostre compromís amb el sector agroalimentari local és:



Nombre de proveïdors comercials i productors locals per comunitat autònoma



Programa de proximitat per comarques de CAPRABO

Amb aquesta iniciativa, a CAPRABO reforcem el compromís amb la producció agroalimentària local, la implicació amb el territori i el suport als beneficis econòmics, socials i mediambientals que implica el consum de productes de proximitat.

Avui als supermercats CAPRABO es poden trobar fins a 2.400 productes de proximitat de les diferents comarques de Catalunya procedents d'unes 300 petites empreses productores i cooperatives agrícoles. Entre aquests productes, hi ha la totalitat de les denominacions d'origen protegides (DOP) i la major part de les indicacions geogràfiques protegides (IGP). En l'últim exercici han crescut de manera intensa productes frescos com xarcuteria, vedella, xai, elaborats carnis i verdura de proximitat.

El 2017 CAPRABO ha creat el primer mapa digital de productes de proximitat de Catalunya, sota el nom de «Pròxim a tu», i es converteix en la primera companyia de supermercats que desenvolupa un mapa en línia amb informació detallada sobre els productes agroalimentaris més representatius i propis de les 41 comarques catalanes.

En cadascuna de les comarques, s'ofereix informació sobre l'oferta agroalimentària més representativa de la zona i sobre els productes que es poden trobar als supermercats CAPRABO de cada comarca, així com la història i les singularitats dels productors.

A més, amb l'objectiu de donar a conèixer i fomentar el consum d'aquests productes a cada zona,

l'any 2014 CAPRABO va posar en marxa un programa de fires de productes de proximitat. El 2017 un total de 125 petites empreses productores i cooperatives agroalimentàries de 25 comarques catalanes han donat a conèixer els seus productes a prop de 10.000 persones durant les celebracions de 8 fires. Al llarg d'aquests últims quatre anys CAPRABO ha organitzat 23 fires a tot el territori català en què ha presentat prop de 160 petites empreses productores i cooperatives agroalimentàries de proximitat, i ha arribat a prop de 35.000 persones i presentat més de 1.700 productes de 29 comarques catalanes.

Col·laboració amb productors agroalimentaris locals

La política comercial d'EROSKI potencia al màxim les economies locals, fet que crea riquesa en l'entorn i contribueix al desenvolupament agroalimentari, econòmic i social. Més de la meitat dels 4.400 proveïdors que té EROSKI a Espanya són petits productors locals.

EROSKI articula aquesta col·laboració amb els seus subministradors entorn dels tres principals compromisos d'actuació amb les pimes agroalimentàries locals:

- 1 Apropiar els productes dels petits productors als consumidors.
- 2 Desenvolupar una gestió comercial adaptada a microempreses, pimes i cooperatives.
- 3 Col·laborar en plans per a la seva professionalització i creixement empresarial.

Un altre element distintiu en la nostra relació amb proveïdors i productors és l'establiment d'acords de cooperació a llarg termini: el 2017, vam materialitzar un total de **1.768 acords amb pimes i cooperatives**. A més, vam desenvolupar convenis de col·laboració amb organitzacions sectorials per a l'impuls dels aliments locals, denominacions d'origen (DO) i indicacions geogràfiques protegides (IGP). Per exemple, a VEGALSA-EROSKI hem signat un acord amb la indicació geogràfica protegida (IGP) Patata de Galícia, que reafirma el compromís de comercialització i promoció de les seves varietats a les nostres botigues, i hem renovat, per sisè any consecutiu, el conveni amb l'Associació Gallega de Cooperatives Agràries (Agaca) per a la comercialització de productes agraris gal·les de qualitat.

Un dels moments en què es fa visible la importància d'aquesta col·laboració és en les trobades periòdiques que mantenim amb els productors agroalimentaris locals, on actualitzem l'estratègia compartida de fomentar la diversitat del sector primari.

En va ser una bona mostra ser la trobada que vam mantenir al novembre de 2017 a Bilbao amb més de 200 empreses proveïdores de la indústria alimentària per presentar les nostres línies estratègiques per als propers anys.

Acord amb 20 apicultors bascos

El 2017 vam iniciar la comercialització d'una nova mel multifloral procedent de rusc del País Basc sota la nostra marca per a productes gourmet SeleQtia. El projecte és fruit d'un acord amb 20 apicultors del País Basc que s'agrupen en l'associació professional Eziko i l'envasadora Giez-Berri, l'única acreditada per envasar mel certificada amb Eusko Label.

Aquesta mel EROSKI SeleQtia-Eztiona ha estat produïda i envasada complint rigorosament tots els requisits de la certificació Eusko Label, des de la ubicació i identificació de les arnes fins a l'etiquetatge del producte final, a més de les bones pràctiques apícoles en l'extracció i l'envasament.

A més, la nova mel ha aconseguit una alta valoració en tast per experts professionals i té l'aval del Basque Culinary Center (BCC).

Vam reunir la flota tonyinaire espanyola amb ISSF i AZTI

A la nostra seu central va tenir lloc una trobada que va reunir representants de la flota tonyinaire espanyola, les associacions sectorials ANABAC i OPAGAC, la Fundació Internacional per a la Pesca Sostenible (ISSF) i el centre tecnològic expert en investigació marina i alimentària AZTI, a més d'importantes empreses pesqueres tonyinaires, per analitzar la situació dels caladors de tonyina a escala mundial i les mesures que s'estan prenent per a la seva sostenibilitat a mitjà i llarg termini.

Acord per comercialitzar carn de conill Euskal Untxia sota la marca EROSKI Natur

Hem signat un acord de col·laboració amb la Federació de Cunicultors d'Euskal Herria per impulsar la promoció i comercialització de la carn de conill Euskal Untxia, produïda al País Basc. A EROSKI som líders en la comercialització del conill que es produeix a la comunitat autònoma i amb aquest acord ens comprometem a potenciar i impulsar la comercialització d'aquest conill sota la nostra marca pròpia EROSKI Natur.

A través de l'acord, i com a part del compromís per l'estabilitat d'aquest sector, hem fixat per als 22 ramaders i ramaderes que formen part de la Federació de Cunicultors d'Euskal Herria un preu de compra per sobre del cost de producció actual.

Els productes amb orígens selectes com a element diferenciador

Buscant oferir als nostres clients productes locals i de la màxima qualitat, a EROSKI incorporem des de fa temps les indicacions geogràfiques protegides (IGP) i les denominacions d'origen protegides (DOP) en la nostra oferta comercial. Aquestes certificacions identifiquen aquells aliments la qualitat o les característiques especials dels quals es deuen, fonamentalment o exclusivament, al medi geogràfic del qual provenen, tant pels seus factors naturals com humans. A més, en el cas de les DOP es garanteix que la seva transformació i elaboració també es porten a terme en la zona geogràfica delimitada.

Actualment, disposem de més de 2.000 productes amb DOP o IGP: més de 1.400 vins amb DOP; més de 125

formatges amb DOP; més de 100 productes de conserves vegetals, olis, llegums i arròs amb DOP; més de 300 productes carnis amb IGP; i més de 100 fruites i hortalisses amb DOP i IGP.

La nostra aposta per aquest tipus de productes, també sota la marca EROSKI Natur, es posa de manifest amb la incorporació, el 2017, de 14 referències noves de formatges, 5 de conserves vegetals, 1 d'espècies i 57 de vins amb DOP o IGP, amb exemples com les peres conferència amb DOP Rincón de Soto o la patata d'Àlaba certificada per la fundació Hazi del govern basc, organisme que controla els camps de conreu i atorga la K d'Eusko Label.



Algunes de les denominacions d'origen protegides (DOP) i indicacions geogràfiques protegides (IGP) comercialitzades a EROSKI per comunitat autònoma.

Andalusia

D.O.P. Jabugo
D.O.P. Jamon de Seron
I.G.P. Jamón de Trevélez
D.O.P. Los Pedroches
D.O.P. Miel de Granada
D.O.P. Antequera
D.O.P. Baena
D.O.P. Estepa
D.O.P. Aceite de Lucena
D.O.P. Montes de Granada
D.O.P. Montoro-Adamuz
D.O.P. Poniente de Granada
D.O.P. Priego de Córdoba
D.O.P. Sierra de Cádiz
D.O.P. Sierra de Cazorla
D.O.P. Sierra de Segura
D.O.P. Sierra Mágina
D.O.P. Aceituna Aloreña de Málaga
I.G.P. Berenjena de Almagro
D.O.P. Chirimoya de la Costa Tropical de Granada-Málaga
I.G.P. Espárrago de Huétor-Tájar
I.G.P. Garbanzo de Escacena
D.O.P. Pasas de Málaga
I.G.P. Tomate La Cañada-Níjar
I.G.P. Caballa de Andalucía
I.G.P. Melva de Andalucía
I.G.P. Mojama de Barbate
I.G.P. Mojama de Isla Cristina
D.O.P. Vinagre de Jerez
D.O.P. Vinagre del Condado de Huelva
D.O.P. Vinagre de Montilla-Moriles
I.G.P. Alfajor de Medina Sidonia
I.G.P. Mantecados de Estepa
I.G.P. Pan de Alfacar
I.G.P. Polvorones de Estepa
D.O.P. Vino de Condado de Huelva
D.O.P. Vino de Calidad Granada
D.O.P. Jerez
D.O.P. Vino de Calidad Lebrija
D.O.P. Vino de Málaga
D.O.P. Manzanilla
D.O.P. Vino de Montilla – Moriles
D.O.P. Vino de Sierras de Málaga
Brandy de Jerez
I.G.P. Cordero Segureño

Aragó

I.G.P. Ternasco de Aragón
D.O.P. Jamón de Teruel/Paleta de Teruel
D.O.P. Aceite del Bajo Aragón
D.O.P. Aceite Sierra del Moncayo
D.O.P. Cebolla Fuentes de Ebro
D.O.P. Melocotón de Calanda
D.O.P. Vino de Pago de Aylés
D.O.P. Vino de Calatayud
D.O.P. Vino de Campo de Borja
D.O.P. Vino de Cariñena
D.O.P. Vino de Somontano

Astúries

I.G.P. Ternera Asturiana
I.G.P. Chosco de Tineo
D.O.P. Afuega'l Pitu
D.O.P. Cibrales
D.O.P. Queso Casín
D.O.P. Gamoneda
I.G.P. Faba Asturiana
D.O.P. Sidra de Asturias
D.O.P. Vino de Calidad Cangas
Aguardiente de Sidra de Asturias
I.G.P. Queso Los Beyos

Cantàbria

I.G.P. Carne de Cantabria
D.O.P. Quesucos de Liébana
D.O.P. Queso Nata de Cantabria
D.O.P. Picón Bejés-Tresviso
D.O.P. Miel de Campoo-Los Valles
D.O.P. Miel de Liébana
I.G.P. Sobao Pasiego
D.O.P. Vino de Pago Casa del Blanco

Castella i Lleó

I.G.P. Carne de Ávila
I.G.P. Carne de Morucha de Salamanca
I.G.P. Lechazo de Castilla y León
I.G.P. Ternera de Aliste
I.G.P. Botillo del Bierzo
I.G.P. Cecina de León
I.G.P. Chorizo de Cantimpalos
D.O.P. Guijuelo
I.G.P. Queso de Valdeón
D.O.P. Queso Zamorano
D.O.P. Mantecilla de Soria
I.G.P. Alubia de la Bañeza-León
I.G.P. Garbanzo de Fuentesauco
I.G.P. Judías de El Barco de Ávila
I.G.P. Lenteja de La Armuña
I.G.P. Lenteja de Tierra de Campos
D.O.P. Manzana Reineta del Bierzo
I.G.P. Pimiento Asado del Bierzo
I.G.P. Pimiento de Fresno-Benavente
I.G.P. Mantecadas de Astorga
D.O.P. Vino de Arlanza
D.O.P. Vino de Arribes
D.O.P. Vino de Bierzo
D.O.P. Vino de Cigales
D.O.P. Vino de Ribera del Duero
D.O.P. Vino Rueda
D.O.P. Vino de Calidad Sierra de Salamanca
D.O.P. Vino de Tierra de León
D.O.P. Vino de Tierra del vino de Zamora
D.O.P. Vino de Toro
D.O.P. Vino de Calidad Valles de Benavente
D.O.P. Vino de Calidad Valttiendas
I.G.P. Cordero Segureño
I.G.P. Queso Los Beyos

Extremadura

I.G.P. Cordero de Extremadura
I.G.P. Ternera de Extremadura
D.O.P. Dehesa de Extremadura
D.O.P. Queso Ibore
D.O.P. Queso de la Serena
D.O.P. Torta del Casar
D.O.P. Miel de Villuerca-Ibore
D.O.P. Gata-Hurdes
D.O.P. Aceite Monterrubio
D.O.P. Cereza del Jerte
D.O.P. Pimentón de La Vera
D.O.P. Vino de Ribera del Guadiana

Castella-La Manxa

I.G.P. Cordero Manchego
D.O.P. Queso Manchego
D.O.P. Miel de La Alcarria
D.O.P. Aceite de La Alcarria
D.O.P. Aceite Campo de Calatrava
D.O.P. Aceite Campo de Montiel
D.O.P. Montes de Toledo
I.G.P. Ajo Mora D.O.P. de Las Pedroñeras
I.G.P. Melón de la Mancha
D.O.P. Azafrán de La Mancha
I.G.P. Mazapán de Toledo
I.G.P. Pan de Cruz de Ciudad Real
D.O.P. Vino de Almansa
D.O.P. Vino de Pago Campo de La Guardia
D.O.P. Vino de Pago Dehesa del Carrizal
D.O.P. Vino de Pago Dominio de Valdepusa
D.O.P. Vino de Pago Finca Élez
D.O.P. Vino de Pago Guijoso
D.O.P. Vino de La Mancha
D.O.P. Vino de Manchuela
D.O.P. Vino de Méntrida
D.O.P. Vino de Mondéjar
D.O.P. Vino de Pago "Pago Calzadilla"
D.O.P. Vino de Pago "Pago Florentino"
D.O.P. Vino de Ribera del Júcar
D.O.P. Vino de Uclés
D.O.P. Vino de Valdepeñas
D.O.P. (Arroz) Calasparra

Illes Canàries

D.O.P. Queso Majorero
D.O.P. Queso Flor de Guía y Queso de Guía
D.O.P. Queso Palmero
D.O.P. Miel de Tenerife
I.G.P. Gofio Canario
D.O.P. Papas Antiguas de Canarias
I.G.P. Plátano de Canarias
D.O.P. Cochinilla de Canarias
D.O.P. Vino de Abona
D.O.P. Vino de El Hierro
D.O.P. Vino de Gran Canaria
D.O.P. Vino de Calidad Islas Canarias
D.O.P. Vino de La Gomera
D.O.P. Vino de La Palma
D.O.P. Vino de Lanzarote
D.O.P. Vino de Tacoronte-Acentejo
D.O.P. Vino de Valle de Güimar
D.O.P. Vino de Valle de la Orotava
D.O.P. Vino de Ycoden – Daute – Isora
Ronmiel de Canarias

Catalunya

I.G.P. Gall del Penedès
I.G.P. Pollastre i Capó del Prat
I.G.P. Vedella dels Pirineus Catalans
I.G.P. Llonganissa de Vic
D.O.P. Formatge de l'Alt Urgell i la Cerdanya
D.O.P. Oli del Baix Ebre-Montsià
D.O.P. Oli de l'Empordà
D.O.P. Les Garrigues
D.O.P. Siurana
D.O.P. Oli de Terra Alta
D.O.P. Mantega de l'Alt Urgell i la Cerdanya
D.O.P. Arròs del Delta de l'Ebre
D.O.P. Avellana de Reus
I.G.P. Calçot de Vallès
I.G.P. Clementines de les Terres de l'Ebre
D.O.P. Fesols de Santa Pau
I.G.P. Poma de Girona
D.O.P. Mongeta del Ganxet
I.G.P. Patata de Prades
D.O.P. Pera de Lleida
I.G.P. Pa de Pagès Català
I.G.P. Torró d'Agramunt
D.O.P. Vi d'Allella
D.O.P. Vi de Catalunya
D.O.P. Cava
D.O.P. Vi de la Conca de Barberà
D.O.P. Vi de Costers del Segre
D.O.P. Vi de l'Empordà
D.O.P. Vi del Montsant
D.O.P. Vi del Penedès
D.O.P. Vi del Pla de Bages
D.O.P. Vi del Priorat
D.O.P. Vi de Tarragona
D.O.P. Vi de la Terra Alta
I.G.P. Brandy del Penedès
I.G.P. Ratatlla Catalana

Comunitat Valenciana

D.O.P. Oli de la Comunitat Valenciana
D.O.P. Carxofa de Benicarló
D.O.P. Arròs de València
I.G.P. Cireres de la Muntanya d'Alacant
I.G.P. Cítrics Valencians
I.G.P. Granada Mollar d'Elx
D.O.P. Kaki Ribera del Xúquer
D.O.P. Nespres Callosa d'en Sarrià
D.O.P. Raim de Taula Embossat del Vinalopó
D.O.P. Xufa de València
I.G.P. Xixona
I.G.P. Torró d'Alacant
D.O.P. Vi d'Alacant
D.O.P. Pago El Terrerazo
D.O.P. Pago de Los Balagüenses
D.O.P. Vi d'Utiel-Requena
D.O.P. Vi de València
I.G.P. Anís Paloma Monforte del Cid
I.G.P. Cantueso Alacantí
I.G.P. Aperitiu Café d'Alcoi
I.G.P. Herber de la Serra de Mariola

Galícia

I.G.P. Ternera Gallega
I.G.P. Lacón Gallego
D.O.P. Arzúa-Ulloa
D.O.P. Cebreiro
D.O.P. San Simón da Costa
D.O.P. Queso Tetilla
I.G.P. Miel de Galicia
I.G.P. Castaña de Galicia
I.G.P. Faba de Lourenzá
I.G.P. Grelas de Galicia
I.G.P. Patata de Galicia
I.G.P. Pemento da Arnoia
D.O.P. Pemento de Herbón
I.G.P. Pemento de Oimbra
I.G.P. Pemento de Mougán
I.G.P. Pemento do Couto
D.O.P. Meixillón de Galicia
I.G.P. Pan de Cea
I.G.P. Tarta de Santiago
D.O.P. Vino de Monterrei
D.O.P. Vino de Rias Baixas
D.O.P. Vino de Ribeira Sacra
D.O.P. Vino Ribeiro
D.O.P. Vino de Valdeorras
Aguardiente de Hierbas de Galicia
Licor Café de Galicia
Licor de Hierbas de Galicia
Orujo de Galicia

Illes Balears

I.G.P. Sobrassada de Mallorca
D.O.P. Mahón-Menorca
D.O.P. Oli de Mallorca
D.O.P. Oliva de Mallorca
I.G.P. Ametlla de Mallorca
I.G.P. Ensaimada de Mallorca
D.O.P. Vi de Binissalem
D.O.P. Vi de Pla i Llevant
Gin de Mahón
Palo de Mallorca
Herbes de Mallorca
Hierbas Ibicencas

Madrid

I.G.P. Carne de la Sierra de Guadarrama
D.O.P. Vinos de Madrid
Chinchón

Múrcia

D.O.P. (Arroz) Calasparra
D.O.P. Queso de Murcia
D.O.P. Queso de Murcia al Vino
I.G.P. Melón de Torre Pacheco-Murcia
D.O.P. Pera de Jumilla
D.O.P. Pimentón de Murcia
D.O.P. Vino de Bullas
D.O.P. Vino de Jumilla
D.O.P. Vino de Yecla

Navarra

I.G.P. Cordero de Navarra
I.G.P. Ternera de Navarra
D.O.P. Roncal
D.O.P. Aceite de Navarra
I.G.P. Alcachofa de Tudela
I.G.P. Espárrago de Navarra
D.O.P. Pimiento del Piquillo de Lodosa
D.O.P. Vino de Navarra
I.G.P. Espárrago de Navarra
D.O.P. Vino de Pago "Pago de Arínzano"
D.O.P. Vino de Pago "Pago de Otazu"
D.O.P. Vino de Pago Prado de Irache
Pacharán Navarro

País Basc

I.G.P. Carne de Vacuno del País Vasco
D.O.P. Queso Idiazábal
I.G.P. Pimiento de Guernika
D.O.P. Arabako Txakolina
D.O.P. Bizkaiko Txakolina
D.O.P. Getariako Txakolina
D.O.P. Vino Rioja

La Rioja

I.G.P. Chorizo Riojano
D.O.P. Queso Camerano
D.O.P. Aceite de La Rioja
I.G.P. Coliflor de Calahorra
D.O.P. Peras de Rincón de Soto
I.G.P. Pimiento Riojano
D.O.P. Vino Rioja

Promoció dels productes locals

L'objectiu d'EROSKI de fomentar els productes locals s'estén també a la feina per divulgar i promoure els valors culturals, gastronòmics i culinaris que els són inherents. Alhora que la nostra oferta de productes de proximitat ha anat augmentant de manera constant els darrers anys, a EROSKI també estem implicats en la promoció del consum d'aquests aliments autòctons com a via per mantenir la nostra cultura gastronòmica, la nostra economia i els nostres paisatges.

El 2017 hem dut a terme més de **30 campanyes locals** per donar a conèixer i promocionar els aliments procedents de tota la nostra geografia, privilegiant les regions on s'ubiquen les nostres botigues. Aquesta dinamització comercial es focalitza en gran mesura en els productes frescos de temporada, especialment apreciats per les persones consumidores.



VI edició del "Premi BCC-EROSKI Saria"

El premi BCC EROSKI Saria, que organitzen el Basque Culinary Center i EROSKI, persegueix reconèixer les elaboracions culinàries que donin valor a la innovació gastronòmica amb aliments de tradició local. Concretament, premia els cuiners i cuineres que promocionen i utilitzen varietats i espècies que conformen la riquesa cultural i gastronòmica dels diferents territoris d'Espanya.

Aquesta edició ha fet un especial èmfasi en la salut, la sostenibilitat i la innovació culinària, demostrant un compromís social amb les empreses productores i amb la preservació de la biodiversitat d'espècies, varietats i sabors.

Paulo Airaud, del restaurant Amelia de Sant Sebastià, s'ha proclamat guanyador; Antonio Rodríguez, del restaurant Ispal de Sevilla, ha guanyat el segon premi, i Laura Muñoz, del restaurant Urgora de Treviño, el tercer premi.

Campanya "Aposta per les conserves gallegues" a VEGALSA-EROSKI

A VEGALSA-EROSKI hem fet el 2017 una campanya per reivindicar els productes del sector conserver gallec a la xarxa comercial. Les conserves són una de les categories més representatives pel que fa a compres a proveïdors locals d'alimentació, que se situa en 15,5 milions d'euros. La campanya, anomenada «Aposta per les conserves gallegues», va ser presentada juntament amb representants d'Anfaco i del sector conserver —Grupo Calvo, Palacio de Oriente, Pescamar, Friscos, Orbe i Conservas Varcárcel—, i va incloure un showcooking amb productes de conserva de peix i marisc.

VEGALSA-EROSKI i la Conselleria do Mar amb la dinamització del consum del bonítol fresc de la costa gallega

Fidels al compromís amb els productes frescos i les empreses proveïdores gallegues, a VEGALSA-EROSKI hem col·laborat el 2017 amb la Xunta de Galícia, a través de la Conselleria do Mar i el Fons Europeu Marítim i de Pesca, en la campanya «Faino Bonito», una iniciativa d'identificació i promoció del bonítol del nord que es descarrega als ports gal·les.

Campanya "Productes de Sa Nostra Terra" a les Balears

Com cada any, hem llançat la campanya «Productes de Sa Nostra Terra» per destacar els articles produïts, fabricats i envasats a les Balears. El 2017 la facturació d'aquests productes locals ha superat els 78.250.000 euros a les Balears, un resultat que incrementa un any més les xifres de venda d'anys precedents. A més, durant el 2017 també s'han dut a terme altres acords i campanyes dirigits a productes en concret, com la promoció del xai balear, les empanades i els rubiols per Setmana Santa, campanyes de promoció de les sobrassades IGP de Mallorca i llanguets, o de la vedella balear que ha començat a comercialitzar-se sota la marca EROSKI Natur.

VI fira de producte local a Sagarassa

El 2017 hem organitzat, al costat d'empreses proveïdores regionals d'Aragó, la VI Fira de Producte Local a Saragossa, amb l'objectiu de donar a conèixer i donar valor a les característiques del producte local i promoure'n el consum. A més de l'exposició i degustació de nombrosos productes locals, la fira va fer el lliurament del guardó «Premi EROSKI AMB TU al producte aragonès més innovador», que va recaure en unes migas aragoneses congelades a punt per consumir de Migas Casa Antonio.

IV Jornada Gastronòmica del Calçot de Valls

L'esdeveniment es va celebrar al novembre de 2017 a la capital de l'Alt Camp. El calçot s'ha convertit en un dels productes de la terra més populars a Catalunya. Són molt tradicionals les calçotades de Valls i del Camp de Tarragona, on s'ha consolidat una producció de calçots de gran qualitat, reconeguda per la indicació geogràfica protegida. Aquest any, la jornada ha gaudit de la presència de xefs de renom com Hideki Matsuhisa, amb una estrella Michelin al restaurant Koy Shunka de Barcelona, i els xefs del restaurant Disfrutar de Barcelona, també distingit amb una estrella Michelin. CAPRABO ha registrat un increment del 15% en la venda de calçots de Valls amb segell IGP durant el passat exercici.

EROSKI rep el premi Anuarial d'Or per una campanya publicitària inspirada en productes locals

La campanya, amb l'eslògan "Lo bueno, si nuestro, dos veces bueno", fa un joc de metàfores visuals on els aliments frescos de producció local es mostren com a part integrant de la cultura popular, de manera que el públic acaba de completar el missatge des de la complicitat. Són aliments de producció local com porros, enciams, bitxos o bolets que es mostren com a actors integrants de la riquesa cultural de l'entorn.

Campanya de promoció d'aliments locals navarresos

Al juny del 2017 a EROSKI hem dut a terme una campanya de suport als aliments locals navarresos per donar a conèixer i reivindicar 200 productes d'origen navarrès, en col·laboració amb 80 empreses proveïdores de la comunitat foral, 38 empreses productores d'aliments frescos i 49 d'aliments envasats. En total, EROSKI col·labora a Navarra amb més de 400 empreses proveïdores, amb compres pel valor de 1.000 milions al sector agroalimentari en els últims 5 anys.

Inauguració de la temporada de DO Euskal Sagardoa

Al gener de 2018 hem inaugurat la temporada de sidra a l'hipermercat del Centre Comercial Urbil d'Usurbil, capital de la sidra guipuscoana al costat d'Hernani i Astigarraga. L'obertura del txotx ha anat a càrrec del compositor i músic Kepa Junkera i de l'escriptor guipuscoà Patxi Zubizarreta. Es tracta del primer txotx amb la nova DO Euskal Sagardoa, que aborda la segona temporada i que hem introduït gradualment en gran part de la nostra xarxa comercial.

Campanya anual de productes catalans de CAPRABO

Durant el mes de setembre de 2017, a CAPRABO hem dut a terme la campanya anual de promoció de productes catalans, en la qual més de 350 productes de proximitat tenen descomptes de fins al 50% als supermercats de la companyia. L'objectiu de la campanya és fomentar el coneixement dels productes catalans i animar a consumir-los.

Medi
ambient

5

mprometidos con

PESCA
SOSTENIBLE
CERTIFICADA
MSC
www.msc.org/es



Compromís amb la sostenibilitat mediambiental

El compromís d'EROSKI amb el desenvolupament sostenible implica inevitablement millorar el disseny i l'execució de la nostra activitat per ser més respectuosos amb el medi ambient i fomentar accions per a la seva protecció. Aquest model de comportament en relació amb el nostre entorn és, al seu torn, un dels principis del codi de conducta de la nostra organització, també ratificat a través de la nostra adhesió al Pacte Mundial des de 2002.

A EROSKI treballem per garantir el compliment de la legislació aplicable en la matèria en tots els seus àmbits d'actuació. Però, a més, afegim un esforç continu per millorar en la

identificació, la caracterització i la minimització dels principals impactes negatius i l'optimització dels impactes positius que la nostra activitat té en el medi ambient. En aquest sentit, considerem totes les fases en què, en la nostra activitat com a distribuïdors, puguem afectar l'entorn. És a dir, des de la fabricació de productes amb les empreses proveïdores fins a la gestió del residu final generat a les llars i a les nostres instal·lacions. Aquesta visió global dels nostres efectes en el medi ambient busca actuar sense transferir els impactes d'una fase a una altra i també transmetre aquest compromís per la protecció de l'entorn a tots els nostres grups d'interès.



Política mediambiental

Aquest compromís s'integra de manera transversal en tota l'organització a través d'una política ambiental que alinea el respecte al medi ambient i el benestar social amb els nostres objectius estratègics. Aquesta política està adreçada a minimitzar el nostre impacte sobre el canvi climàtic, la

protecció i la utilització de manera sostenible dels recursos naturals, la gestió dels residus sota models d'economia circular i la preservació de la biodiversitat. Els principis bàsics de la nostra política són:

1. **Mantenir una actitud proactiva** que, a més de garantir el compliment de la normativa ambiental vigent, ens porti a adquirir compromisos progressivament exigents.
2. **Prevenir la contaminació** mitjançant la sistematització de la nostra gestió ambiental, de manera que ens permeti controlar, mesurar i evitar o reduir l'impacte ambiental associat a la nostra activitat.
3. **Basar el sistema de gestió ambiental** en la millora contínua dels aspectes més rellevants per a l'organització. En aquest sentit, fixem uns objectius quantificables i assignem els recursos necessaris per a la seva consecució.
4. **Incloure la variable ambiental** en la recerca i el desenvolupament dels productes i els serveis que oferim, buscar la rendibilitat de les accions mediambientals que posem en pràctica i identificar noves oportunitats de negociació.
5. **Fomentar actituds de col·laboració i participació** de tothom per aconseguir el desenvolupament sostenible. En aquest sentit, la formació i la informació de les persones són imprescindibles en tots els nivells de l'organització.
6. **Establir canals de comunicació fluida** amb les autoritats, la comunitat local, les organitzacions sectorials, els proveïdors i els consumidors que garanteixin una difusió permanent i de manera transparent dels impactes de la nostra activitat, així com dels recursos i les tecnologies que destinem a minimitzar-los.

Col·laboració amb institucions i organitzacions mediambientals

Per a la materialització d'aquesta política ambiental comptem amb el suport d'organitzacions expertes en medi ambient i amb convenis de col·laboració amb altres empreses que, igual que EROSKI, busquen portar a terme la seva activitat d'una manera sostenible.

Així, des de 2007 comptem amb la col·laboració de **WWF** (World Wildlife Fund for Nature) com a expert mundial en conservació mediambiental. Entre les nostres accions conjuntes destaquen l'actualització de la nostra política de sostenibilitat en productes pesquers o la promoció d'un consum més responsable a través de la nostra Escola d'Alimentació.

A més, formem part de l'**European Retail Forum**, una plataforma voluntària per a l'intercanvi de més bones pràctiques en sostenibilitat entre empreses i organitzacions del sector de la distribució a Europa. Compartir les nostres experiències i aprendre de les d'altres entitats afavoreix

la definició de noves accions de millora que permetin reduir l'empremta ambiental del nostre sector i millorar la informació en aquesta matèria dels consumidors.

En aquesta mateixa línia, formem part d'**Izate**, l'Associació d'Empreses Basques per la Sostenibilitat. Aquesta organització sense ànim de lucre promou la formació i la difusió en matèria de desenvolupament sostenible i afavoreix la creació d'aliances entre administracions, centres formatius i empreses amb un compromís compartit per la sostenibilitat i la responsabilitat social.

Una aliança d'aquest tipus és la que portem a terme com a membres del **Basque Ecodesign Center**, en què empreses privades i la Societat Pública Basca de Gestió Ambiental Iñobe col·laborem per a la conceptualització i l'execució de projectes innovadors d'ecodisseny, també juntament amb la Universitat del País Basc (UPB-EHU) i els centres de coneixement líders a escala internacional.

Indicadors ambientals principals

Materials

Materials utilitzats en els productes i els envasos de marca pròpia declarats als Sistemes Col·lectius de Responsabilitat Ampliada del Productor



Envasos i embalatges

2.868 tones

Tipus de material	Tones
No Renovable	1.209
Acer	239
Alumini	45
Altres	26
Plàstic	900
Renovable	1.659
Ceràmica	5
Paper/cartó/fusta/suro	1.570
Vidre	83



Piles

68,9 tones



Làmpades fluorescentes compactes

0,00048 tones



Oli

0,5 tones



Aparells elèctrics i electrònics

1.341,1 tones

Paper consumit en publicitat i la seu social d'EROSKI

4.707 tones de paper
per a fullets de publicitat

Tot el paper compta amb la certificació PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification schemes), que garanteix que prové de boscos gestionats de manera sostenible.

290 tones de paper
per a les revistes
EROSKI CONSUMER i EROSKI Club

Tot el paper compta amb la certificació FSC® (Forest Stewardship Council®), que garanteix una gestió forestal responsable.

11 tones de paper
consumit en la seu social d'EROSKI

Utilitzem un paper ecoeficient amb un gramatge menor que ha permès reduir un 9 % les tones de paper consumides el 2016.

Envasos logístics reutilitzats

5.490.795
Palets reutilitzats

El percentatge de trencament varia entre el 0,2% i el 30%, depenent del tipus d'envàs logístic. Totes les ruptures, en conjunt, suposen només un 2% dels envasos logístics.

Bosses comercialitzades en línia de caixes

89.444.934
Bosses de plàstics reutilitzables certificades per AENOR

106.850
Bossa solidària reutilitzable

41.823.759
Caixes plàstiques reutilitzades

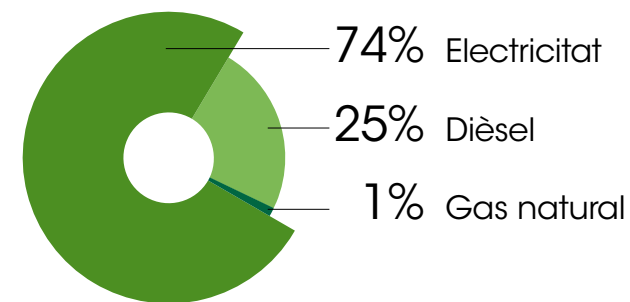
1.191.612
Bosses de ràfia reutilitzables

66.107.753
Bosses de plàstic d'un sol ús

Indicadors ambientals principals

Energia

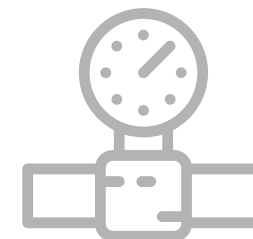
780.268.186 kWh consumits el 2017 (2.808.965 GJ)



Ràtio d'intensitat energètica a EROSKI:

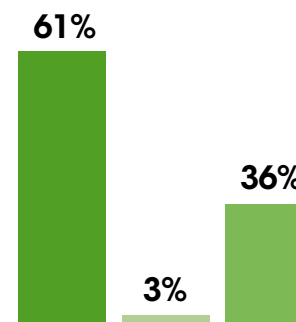
575 kWh/m²
superfície comercial*
0,16 kWh/€
vendes netes

* El càlcul es fa segons els m² al final de l'exercici



Gas natural

8.707.115 kWh
31.346 GJ



■ Hipermercats
■ Supermercats
■ Plataformes

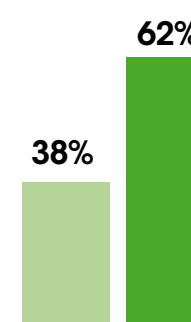
El consum de gas natural correspon a ús per a calefacció.

Reducció del
35,35%
respecte el 2016



Dièsel

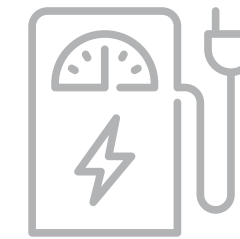
193.964.627 kWh
698.273 GJ



■ Compra en origen
■ Distribució en botiga

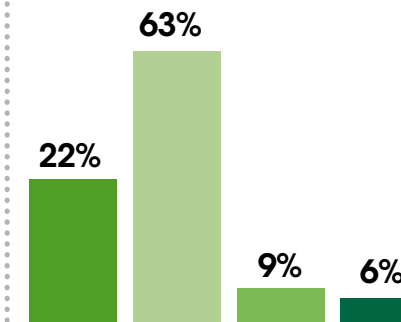
+ 9.668.183 kWh (34.805 GJ) estimats de consum de dièsel en desplaçaments per carretera en viatges de feina (consum d'energia fora de l'organització).

Reducció del
3,11%
respecte el 2016



Electricitat

577.596.444 kWh
2.079.347 GJ



■ Hipermercats
■ Supermercats
■ Plataformes
■ Altres negocis

Reducció del
13,01%
respecte el 2016

Indicadors ambientals principals

Residus

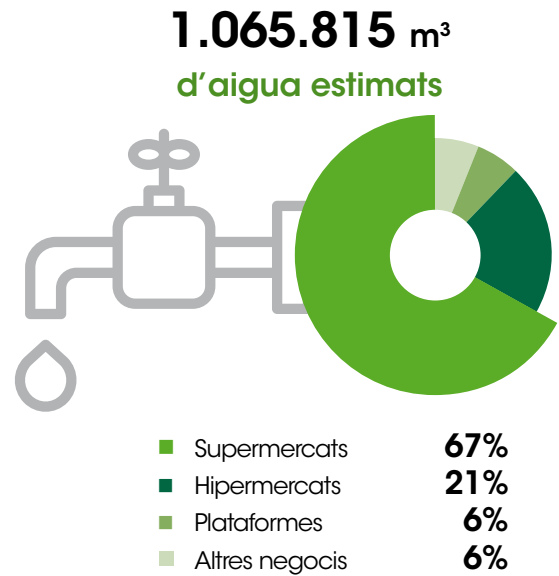
40.807 tones de residus tractades



Indicadors ambientals principals

Refrigerants consumits per compensar fuites

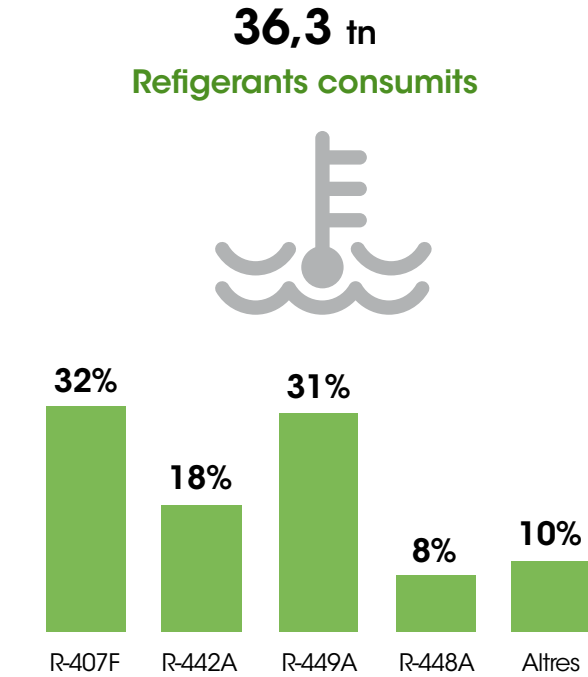
L'aigua que consumeixen les nostres botigues, plataformes i seus és servida per xarxes municipals de proveïment d'aigua potable, les quals gestionen directament la captació i la potabilització de l'aigua distribuïda.



Abocaments i vessaments

L'aigua residual que generem és tractada a les estacions de depuració d'aigua residual dels municipis on es desenvolupa la nostra activitat. S'estima que el volum d'aigua residual generat el 2017 va ser de 1.055.157 m³. EROSKI compleix la legalitat vigent en matèria de prevenció i control de vessaments i abocaments incontrolats, i no s'ha detectat res de significatiu en aquest punt el 2017.

Tots els refrigerants consumits per EROSKI el 2017 per compensar fuites tenen un potencial d'exhauriment de l'ozó nul (substàncies no incloses en els annexos A, B, C i E del Protocol de Montreal).



Productes amb certificacions ambientals

Incorporem l'objectiu de preservació de la biodiversitat terrestre i marina en la construcció de la nostra oferta comercial.

- 
- 1.140 productes **ecològics**
 - 348 mostradors i 6 plataformes logístiques de pesca certificats per **MSC**
 - 100% de la nostra tonyina en conserva compleix els principis de la **ISSF**
 - 369 productes **EROSKI NATUR**
 - 45 productes amb segell **FSC®**
 - 9 tipus de fruites i verdures amb segell **Reserva de la Biosfera de Terres de l'Ebre**

Indicadors ambientals principals

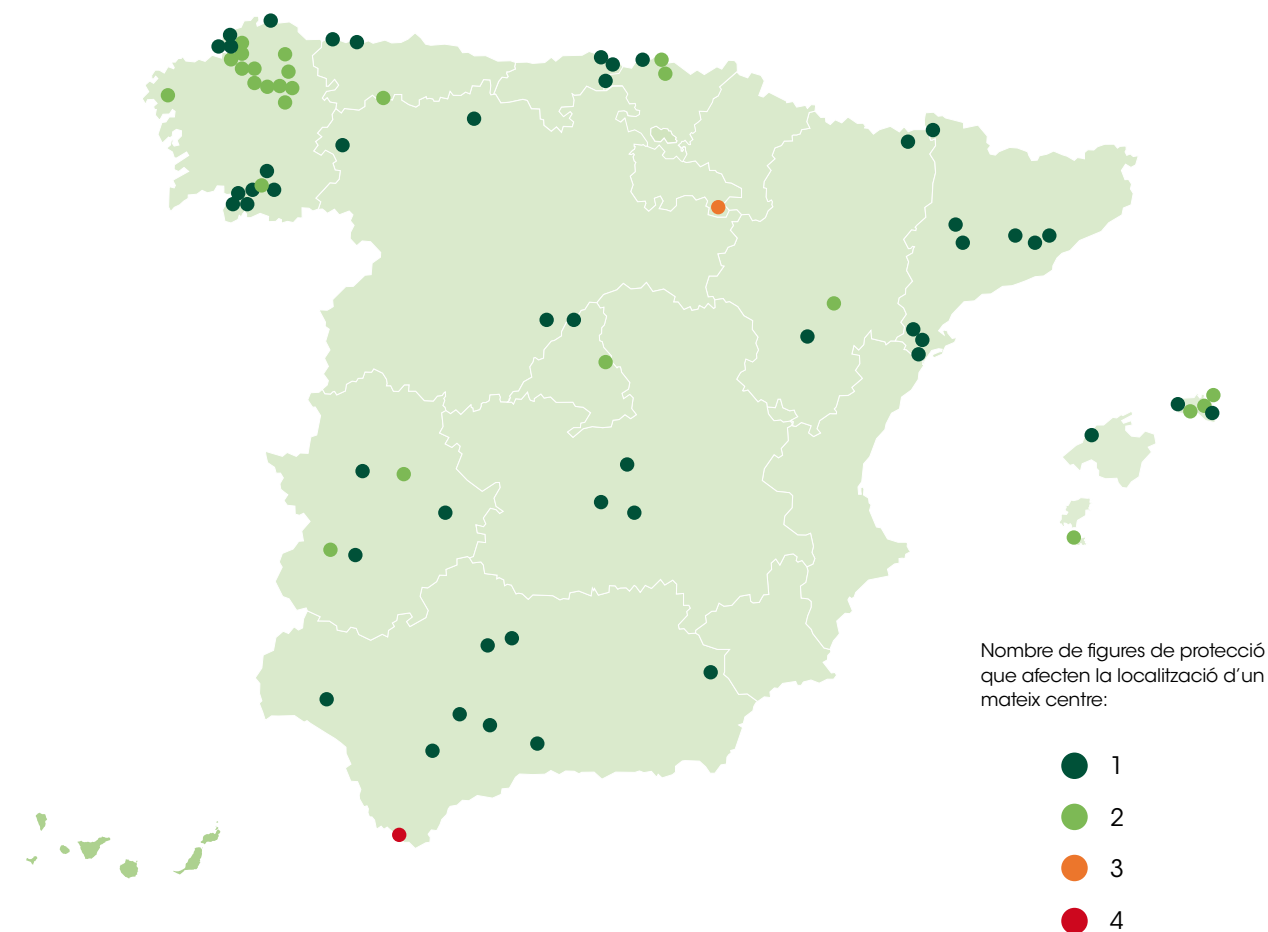
Ubicació dels nostres centres en zones de gran valor per a la biodiversitat

Del total de més de 1.600 establiments a Espanya, 123 estan situats dins de zones afectades per les següents figures de protecció:

- ENP (espais naturals protegits)
- IBA (àrees importants per a la conservació de les aus i la biodiversitat a Espanya)
- Xarxa Natura 2000 (LIC, ZEC i ZEPA)
- Reserva de la Biosfera
- IEZH (Inventari Espanyol de Zones Humides)

Cal destacar que hi ha províncies o comunitats autònomes en què gran part del seu territori es considera espai de gran valor per a la biodiversitat, com Galícia o les Balears.

EROSKI compleix sempre la legislació en matèria ambiental i de biodiversitat a l'hora d'ubicar i construir els seus centres. A més, treballa per minimitzar-ne l'impacte ambiental i impulsar mesures que preservin la biodiversitat a través d'accions com la pesca sostenible.



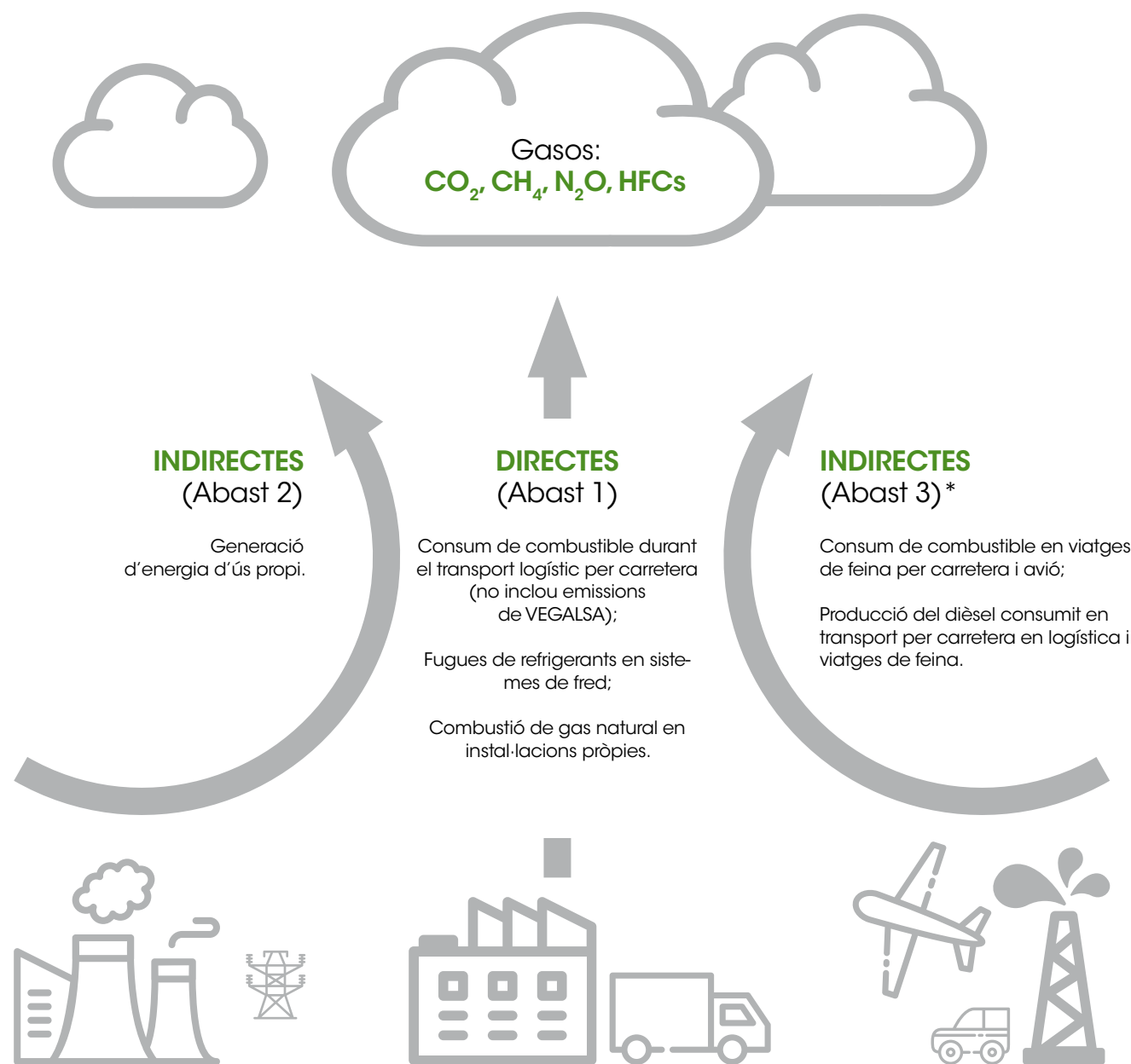
* Espais com tota la superfície de les illes Balears o zones extenses de Galícia es consideren espais de gran valor per a la biodiversitat, de manera que en aquests territoris totes les construccions es veuen afectades per aquestes figures de protecció, encara que estiguin en nuclis urbans.



Indicadors ambientals principals

Emissions de gasos d'efecte hivernacle (GEH) - empremta de carboni d'EROSKI

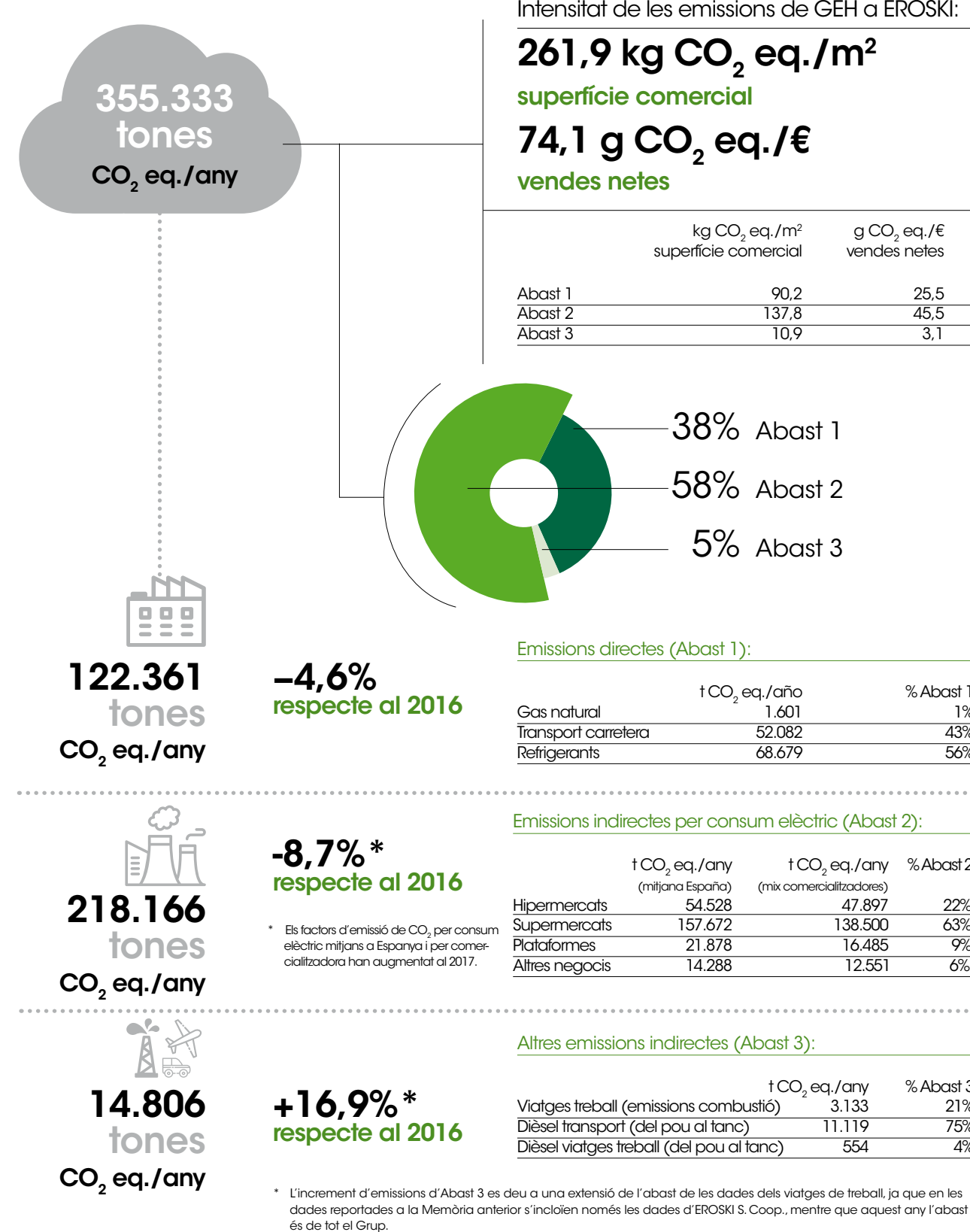
Tipus d'emissions de GEH i fonts d'origen incloses en aquesta memòria



* Les emissions indirectes de l'abast 3 són conseqüència de les activitats d'EROSKI, però procedents de fonts que no són de la seva propietat i sobre les quals no té control. En total, hi ha 15 categories (articles i serveis comprats, residus generats, ús de productes venuts, etc.), però en aquesta memòria només se n'inclou una petita part a causa de la disponibilitat de dades. Es preveu ampliar les activitats incloses en l'abast 3 de l'empremta de carboni d'EROSKI en els exercicis pròxims.

Indicadors ambientals principals

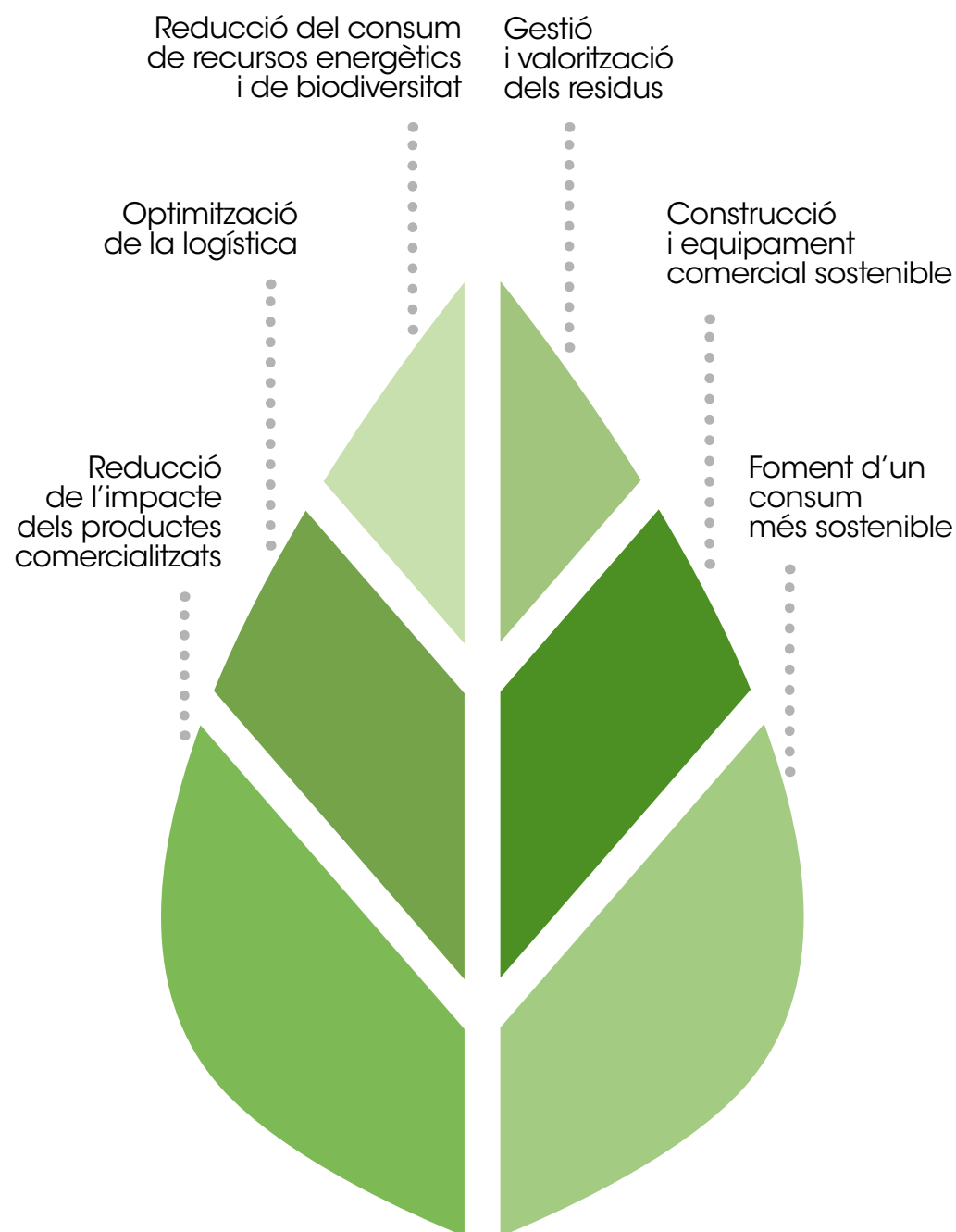
Emissions de gasos d'efecte hivernacle (GEH) - empremta de carboni d'EROSKI



Accions de millora mediambiental

D'acord amb la nostra política ambiental i els aspectes ambientals més rellevants associats a la nostra activitat, a EROSKI comptem amb unes línies de treball que es basen en la millora contínua i s'alineen amb els nostres objectius estratègics. Aquestes es poden agrupar en sis eixos d'acció bàsics.

Aquestes accions de millora afecten diferents etapes del nostre itinerari productiu, per la qual cosa també hi involucrem els actors externs a la nostra organització en la mesura en què puguin contribuir a la reducció de la nostra empremta ambiental.



Productes

A EROSKI creiem indispensable col·laborar amb empreses proveïdores responsables que comparteixin el compromís amb el desenvolupament sostenible per a la incorporació del factor mediambiental en la nostra oferta. Com a part del nostre compromís número 5 dins dels deu compromisos per a la salut i la sostenibilitat, vetllem perquè tots els processos, des de l'origen de la producció fins a les operacions a la botiga, passant per tota la transformació i manipulació, redueixin el seu impacte ambiental. Això inclou l'erradicació de tractaments fitosanitaris postcollita, la certificació de les

nostres peixateries amb segells de sostenibilitat, el control de l'ús d'antibiòtics, la incorporació de pràctiques que garanteixin el benestar animal o el foment de gammes ecològiques.

Per tal d'aconseguir que la nostra clientela gaudeixi de productes amb un més bon comportament ambiental, actuem en tres línies de treball fonamentals: la garantia de l'origen sostenible dels productes, el foment dels productes locals i el consum de proximitat i l'ecodisseny dels envasos i els productes de les nostres marques pròpies.

Origen sostenible

Fa dècades que treballem per oferir alternatives més saludables i sostenibles a les persones consumidores. Algunes fites en aquesta trajectòria van ser l'eliminació, el 1989, dels aerosols CFC, perjudicials per a la capa d'ozó, i la garantia, des de 2004, que cap producte de marca pròpia conté

transgènics. En la mateixa línia, des de fa anys comptem amb diverses certificacions, etiquetes i marques que asseguren l'origen sostenible dels nostres productes. Algunes de significatives d'entre totes aquestes són les següents:



EROSKI Natur

El 2017 hem ofert 369 productes amb la nostra marca EROSKI Natur. Aquests aliments frescos compleixen diversos criteris de sostenibilitat homologats, com ara: l'absència d'additius i conservants, la regulació de les quantitats de nitrats, la limitació de l'ús de fitosanitaris, la certificació de qualitat o la prohibició de l'ús de pinsos medicamentats per a productes carnis. A més, controlem que es porten a terme altres bones pràctiques ambientals, com ara, entre d'altres, el reciclatge de plàstics d'hivernacle i d'envasos de tractament, la gestió de l'aigua o les condicions de treball per a la seva producció.



Productes ecològics

Ens esforcem a oferir aliments procedents de l'agricultura i la ramaderia ecològica, ja que suposa un model productiu garant de les millors pràctiques mediambientals. Aquest model evita l'ús de substàncies químiques d'origen sintètic i additius artificials, a més de fomentar la preservació de la biodiversitat i els recursos naturals i el respecte del benestar animal. El 2017 la nostra oferta va incloure 1.140 productes ecològics acreditats amb diferents etiquetatges de certificació, entre els quals destaca el logo europeu.



La marca de la gestión forestal responsable
FSC® N002186

Forest Stewardship Council® (Consell d'Administració Forestal o FSC®)

Suposa la garantia que les fustes utilitzades per a la producció dels nostres articles de papereria o mobiliari de jardí provenen de tals legals i sostenibles. En l'exercici 2017 vam comercialitzar 45 articles de papereria, mobiliari de jardí i articles de neteja i higiene amb el segell FSC. També vam utilitzar paper amb aquesta certificació a les etiquetes de productes de carnisseria de marca pròpia.



Segell Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre

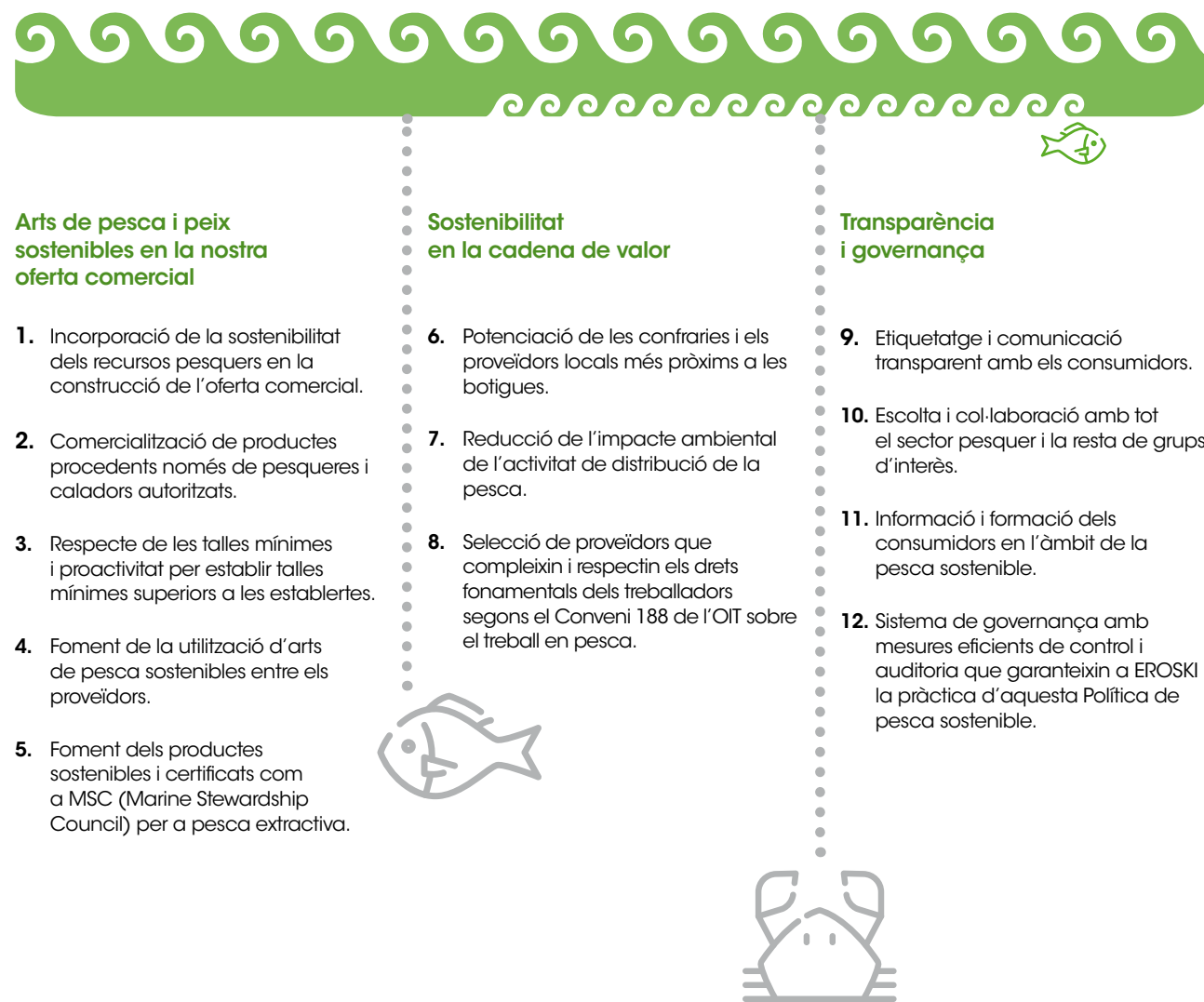
Aquesta certificació acredita el conreu sostenible en una zona reconeguda per la UNESCO com a reserva de la biosfera, definida com un entorn natural que allotja una gran varietat d'ecosistemes amb un valor únic. El segell avala que les empreses productores són responsables en la seva actuació respecte al medi ambient, els consumidors i els treballadors. El 2017 s'han comercialitzat a les botigues CAPRABO nou tipus de fruites i verdures amb segell Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre.

Pesca sostenible a EROSKI

Amb l'objectiu de seguir treballant per la conservació de la biodiversitat als mars i oceans a través d'un aprofitament racional dels recursos marins, l'any 2016 vam consensuar la Política de Pesca Sostenible d'EROSKI. Com a resposta als compromisos adquirits en aquesta matèria, el 2017 hem continuat treballant per una pesca sostenible de la mà d'organitzacions internacionals de referència.

La Política de Pesca Sostenible s'articula en onze principis que engloben tant les bones pràctiques ja realitzades com els reptes que ens marquem per al futur.

Principis i compromisos de la Política de Pesca Sostenible d'EROSKI



Assoliments en matèria de pesca sostenible, 2017



El 2017 ens vam convertir en la primera cadena de distribució minorista a Espanya a superar l'auditoria de l'organització Marine Stewardship Council (MSC) per a la comercialització de peix fresc de caladors sostenibles, de les espècies bacallà skrei, anxova del Cantàbric i bonítol del nord.

MSC és una organització internacional sense ànim de lucre creada per ajudar a transformar el mercat de productes del mar cap a la sostenibilitat. Opera l'únic programa d'ecoetiquetatge per a pesques de captura salvatge segons el Codi de Bones Pràctiques d'ISEAL per a l'Establiment d'Estàndards Socials i Mediambientals d'ISEAL, basat en el Codi de Conducta de FAO per a la Pesca Responsable. L'acreditació de MSC garanteix la traçabilitat i les bones pràctiques en tota

la cadena de custòdia del peix, gràcies a l'auditoria de les pràctiques dutes a terme al calador i de les empreses encarregades de manipular-lo.

En els primers dotze mesos des que vam obtenir la certificació, hem comercialitzat al voltant de 1.000 tones de peix amb segell blau MSC de pesca sostenible, totes sota la nostra marca EROSKI Natur. A més, disposem de 348 taulells i 6 plataformes logístiques de pesca certificats per MSC.

La nostra previsió és que la comercialització de peix fresc amb aquesta ecoetiqueta abasti els dos milions de quilos anuals el 2020. Entre altres accions per assolir aquest objectiu, el 2018 s'espera ampliar els productes que es comercialitzen sota aquest segell al llamàntol i les safates de bacallà dessalat i surimi.



Garantim que el 100% de les llaunes de tonyina que posem al mercat compleixen els principis de la ISSF (Fundació Internacional per a la Pesca Sostenible).

Totes les llaunes incorporen indicacions sobre l'espècie de peix, la zona de captura i el mètode de pesca emprat. Incloem també l'enllaç directe al web de la fundació ISSF, on s'explica més detalladament el que implica el compliment dels principis de sostenibilitat d'aquesta organització.

Així mateix, per tal de garantir la sostenibilitat de tota la tonyina en conserva comercialitzada als nostres establiments, hem

posat en marxa un programa d'auditories externes realitzades per AZTI y MRAG Amèriques.

Ens hem compromès també que la tonyina utilitzada per a l'elaboració en conserva de qualsevol marca comercialitzada a la nostra xarxa de botigues procedeixi exclusivament de països i vaixells amb bandera de països membres de les organitzacions regionals de pesca (ORP). Aquesta iniciativa pretén assegurar la no comercialització de tonyina procedent de països que puguin no establir controls contra la pesca il·legal, no declarada i no regulada.



El bonítol del nord de les nostres conserves ha estat pescat amb canya, un a un, i seleccionat tenint en compte la mida mínima que marca el reglament.

Hem triat aquest mètode de pesca ancestral per ser considerat el més respectuós, selectiu i sostenible. D'aquesta manera, s'eviten les captures accidentals d'altres

espècies i no es deteriora el fons marí, com passa amb altres tipus de pesca més massiva. A més, el bonítol del nord en conserva EROSKI està elaborat pels millors especialistes d'àmbit local i té una qualitat altament reconeguda. El procés productiu està adaptat a les exigències mediambientals i el caràcter tradicional es manté en tot moment, des de la pesca fins a l'envasament.

"FRUITES I HORTALISSES LLETGES" contra el malbaratament alimentari

Segons l'Organització de les Nacions Unides per a l'Alimentació i l'Agricultura (FAO), un terç dels aliments produïts al món es perd o es malbarata. A EROSKI, com a part del compromís amb la sostenibilitat del sector agrícola i contra el malbaratament alimentari, hem apostat per la comercialització de varietats de fruites i hortalisses considerades «lletges» pel seu aspecte o mida.

Al març i al novembre de 2017 es van dur a terme dues noves campanyes de «Fruites i hortalisses lletges» dirigides

als consumidors per conscienciar contra el malbaratament alimentari, amb productes que presenten la mateixa qualitat i propietats nutricionals que els comercialitzats habitualment als supermercats. En total, es van comercialitzar 18 varietats de fruites i hortalisses i se'n van vendre 1.064 tones, xifra que suposa un increment respecte a les campanyes de l'any anterior, en què se'n van vendre 800 tones.



Ecodisseny d'envasos i productes

Des de la creació de la marca pròpia, a EROSKI treballem per millorar els envasos dels nostres productes. El 2008 vam començar a incloure, a més, criteris mediambientals en el seu disseny, com ara la selecció de materials amb un origen sostenible i que afavoreixin la seva reciclabilitat o la reducció de la quantitat de les matèries primeres utilitzades per a la seva fabricació i embalatge.

Aquestes accions propicien la reducció de l'impacte ambiental global dels envasos i els embalatges, fet que, en alguns casos, comporta estalvis econòmics derivats de l'optimització de les fases de producció i logística.

Algunes de les accions en ecodisseny dutes a terme el 2017 han estat:

- L'ecodisseny de l'envàs de la tonyina en conserva, que elimina l'etiqueta de paper tipus sleeve que envolta la llauna per imprimir directament sobre la llauna de tonyina. Això contribueix a la sostenibilitat del producte final gràcies a la reducció del consum de paper.
- L'ecodisseny de les ampolles de detergents, gràcies a concentrar encara més la fórmula fins als 65ml/rentada, per aconseguir uns millors resultats utilitzant encara menys producte. Les ampolles dels detergents líquids EROSKI són molt compactes i més petites que les de la resta de les marques. Amb la nova ampolla més petita, l'envàs és més manejable, ocupa menys a casa, pesa menys en fer la compra, s'optimitza la logística i es redueix l'impacte en el medi ambient perquè no fabriquem més envàs del necessari.

D'altra banda, vam participar a la taula rodona de l'esdeveniment inaugural del Basque Ecodesign Meeting (BEM2017), com a soci del Basque Ecodesign Center, a més de presentar algunes de les nostres bones pràctiques en ecodisseny i declaracions ambientals de producte a les sessions sectorials d'envasos i embalatges i alimentació, respectivament. Es tracta d'una de les trobades d'ecodisseny més importants d'Europa, que congrega més de mig miler de professionals amb interès a introduir l'ecodisseny i la innovació ambiental de producte en les polítiques de les organitzacions.

Adhesió a la comunitat #POR EL CLIMA

El 2017 vam decidir impulsar i participar en la iniciativa de la comunitat #PorElClima per crear un aparador de productes que afavoreixin un consum responsable.

Des de 2017 formem part de la comunitat #PorElClima. És un espai de trobada de tots els actors #PorElClima: empreses, administracions públiques, ONG, mitjans de comunicació i particulars que ja estan actuant #PorElClima amb l'objectiu de garantir el compliment de l'Acord de París contra el canvi climàtic que correspon al país. A més, mitjançant la nostra pertinença a aquesta comunitat ens comprometem a dur a terme un pla per a la reducció de les emissions de gasos d'efecte d'hivernacle.

A principis de 2018 es va inaugurar l'aparador, una plataforma que vol convertir-se en la principal oferta de productes i serveis responsables. A porelclima.com es poden trobar tant béns i serveis responsables de grans o mitjanes empreses, com els diferents productes i serveis verds que estan creixent de forma exponencial a casa nostra. Els béns i serveis que s'hi inclouen són els de gran consum que poden suposar un canvi substancial en el nostre impacte sobre el planeta: productes d'alimentació ecològica, cotxe elèctric, energies renovables, dispositius que ajuden a l'eficiència energètica, l'estalvi d'aigua, etc.

Tenint en compte els diferents tipus de productes i serveis recollits a l'aparador, i la «maduresa» de cada sector econòmic, s'han establert diferents requisits per a la seva inclusió a l'eina.



Logística

El canvi climàtic és el major desafiament mediambiental a què ens enfrontem i a EROSKI som molt conscients de l'efecte nociu que tot això té en la salut, l'economia i el medi ambient. Com a empresa de distribució, la nostra xarxa logística ocupa un paper fonamental en el desenvolupament de la nostra activitat i per això també té efectes significatius sobre el medi ambient.

Dins el nou Pla Estratègic 2017-2020, tenim l'objectiu de ser el distribuïdor líder en salut i benestar i que se'ns reconegui per facilitar a la clientela portar una vida més sana, equilibrada i sostenible. Per això, reduir l'impacte ambiental de les nostres botigues, instal·lacions i processos segueix sent un dels nostres compromisos clau. El Programa d'Economia Circular

i la incorporació a la plataforma Lean & Green són dos exemples de les nostres accions de 2017 per lluitar contra el canvi climàtic des de l'Àrea de Logística.

Els esforços en la millora del sistema logístic d'EROSKI han suposat reduccions notables de les emissions de gasos d'efecte d'hivernacle. En els últims cinc anys s'han reduït un 14% les emissions associades al transport, fet que suposa evitar l'emissió de més de 8.000 tones de CO₂ eq. a l'atmosfera. Només en l'últim exercici s'han evitat 1.670 tones de CO₂ eq. i més de 625.000 litres de combustible.

14% reducció en el consum de combustible en transport des de 2013



Lean & Green: cap a una logística sostenible

Ens hem incorporat a la plataforma Lean & Green, especialment dirigida a reduir les emissions associades a la cadena de subministrament. És una iniciativa internacional i interprofessional que té com a objectiu ajudar les empreses a complir el compromís de reduir les seves emissions de CO₂. Com a empresa participant a la comissió Lean & Green Espanya que acull AE-COC, ens hem compromès a reduir un 20% les emissions de CO₂ en els processos logístics en un termini màxim de cinc anys. Per això, estem elaborant un pla d'acció realista i plausible que inclourà tant un càlcul detallat de la nostra petjada de carboni, com una sèrie de mesures de millora planificades per aconseguir aquesta reducció. Una empresa independent avaluarà i auditarà el pla d'acció l'any 2018 com a pas previ i necessari a la consecució del Premi Lean & Green. El nostre objectiu és ser reconeguts amb l'Estrella Lean & Green un cop assolit l'objectiu de reducció establert.



Reciclatge per logística inversa: una iniciativa de premi

La gestió de residus, la seva minimització en origen i la seva revalorització són objectius fonamentals del Pla Estratègic de Medi Ambient. Treballem tant amb residus orgànics com inorgànics i el Programa d'Economia Circular estableix circuits de reciclatge per a diferents matèries primeres. Per això, es desenvolupen processos de logística inversa, des de les botigues fins a les plataformes i les empreses proveïdores, amb l'objectiu d'assegurar una reutilització i un reciclatge correctes.

Gràcies a aquestes iniciatives, l'Àrea de Logística del Grup EROSKI va ser un dels guanyadors de la III Edició dels Premis Krea. El projecte «EROSKI Recicla» es va alçar amb el primer premi de la categoria.

En tres anys consecutius s'han recollit més de 12.000 tones de cartró i a l'any es recullen prop de 800 tones de plàstic per logística inversa, xifra que equival a:

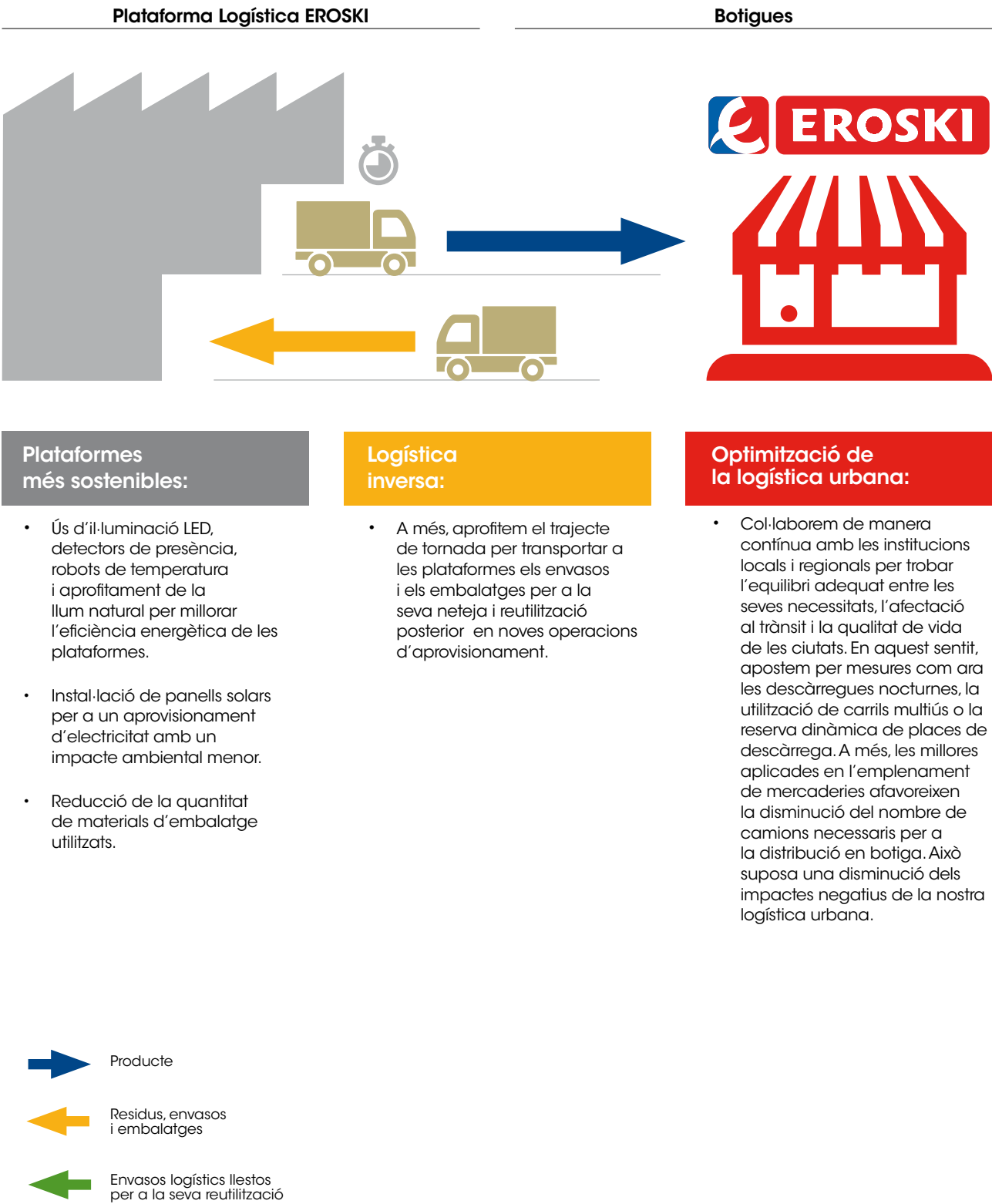
- Més de 3.000.000 de m³ d'aigua no consumits.
- Més de 120.000 m³ d'ocupació d'abocador o 297 piscines olímpiques.
- Aproximadament 18.000 anys estalviats en consum d'energia en una llar mitjana.
- 45.600 tones de CO₂ no generat o 308 hectàrees d'arbres no talats.

En 3 anys s'han reciclat prop de 200 tones de POREX per any per logística inversa, equivalent a:

- 1.800 m³ d'abocador no ocupats
- 253 anys estalviats de consum d'energia d'una llar mitjana
- 500 tones de CO₂ no generat



Eficiència i sostenibilitat com a eixos del nostre nou model de transport



Botigues ecoeficients

La renovació i ampliació de la xarxa comercial d'EROSKI per adaptar-la al model «Amb tu» inclou també l'adopció de millores en construcció i gestió d'acord amb criteris ambientals.

L'ecoinnovació ha caracteritzat les botigues EROSKI des dels seus inicis. Prova d'això va ser la implementació fa més de 20 anys del primer sistema de gestió mediambiental nacional certificat amb la ISO 14001 en el nostre hipermercat d'Arteaga a Leioa (Bizkaia). La nostra aspiració és disposar de supermercats autoabastables d'energia renovable i que assoleixin un balanç de CO₂ neutre. En aquest sentit, desenvolupem projectes de R+D+i en les nostres botigues, dels quals en són exemples significatius la Botiga Zero Emissions d'Oñati (Gipuzkoa) o la LifeZeroStore de Vitòria-Gasteiz. Les bones pràctiques apreses en aquestes botigues estan sent implementades en la resta d'establiments de la nostra xarxa comercial.

El model renovat millora l'eficiència energètica a través de nous sistemes i equipaments eficients de fred, climatització i il·luminació. L'eficiència energètica s'uneix a la gestió de residus zero, que converteixen la botiga EROSKI «Amb tu» en un establiment punter en política de sostenibilitat i medi ambient. Estenem aquest nou model energètic a totes les obertures i reformes de supermercats i hipermercats.

8,7% reducció de l'energia consumida respecte a l'exercici anterior, fet que ha suposat evitar les emissions de més de 20.000 tones de CO₂ eq.

Construcció i equipament sostenible

Apostem per dissenys i equips que consumeixin menys energia i amb un impacte ambiental menor.

Il·luminació LED

Totes les lluminàries són LED d'última generació i se'n controla l'encesa des d'un autòmat que n'optimitza l'ús. Aquest tipus de lluminàries poden ser reciclades i no contenen materials contaminants com mercuri, plom o tungstè. A aquesta mesura se suma la instal·lació de solera flotant i l'aïllament tant tèrmic com acústic al local.

Instal·lacions de fred

Les mesures mediambientals aplicades a les instal·lacions frigorífiques es concreten principalment en la instal·lació d'una central frigorífica negativa de CO₂ i la positiva de R134, que aporten un estalvi important d'energia i treballen amb gasos respectuosos amb el canvi climàtic. Aquesta instal·lació incorpora també un sistema de condensació flotant que en redueix el consum elèctric.

El mobiliari frigorífic es compon de mobles d'última generació proveïts de portes envidrades que eviten que els passadissos de la botiga es refredin i garanteixen una millor conservació dels productes mantenint de forma estricta la temperatura a la qual s'han de conservar, a més de millorar el confort de la clientela.

Ús de refrigerants amb baix impacte d'efecte d'hivernacle

Utilitzem gasos refrigerants que combinen un potencial nul d'esgotament de la capa d'ozó, un baix potencial d'escalfament atmosfèric i una alta eficiència energètica.

Climatització

Per a una climatització òptima, el model energètic incorpora la instal·lació del sistema roof top amb aïllament acústic específic per a habitatges i un sistema de recuperació de calor per a la sala de vendes, que se sumen a les pantalles acústiques de la central de fred. La climatització està integrada en el sistema de gestió, que controla la temperatura, humitat i qualitat de l'aire, amb un sistema remot de vigilància davant d'esdeveniments que incrementin el consum elèctric. La instal·lació disposa d'analitzadors de xarxes per al control del consum integrats en un programari d'anàlisi propi, desenvolupat per l'equip d'Energia d'EROSKI, que genera alarmes de funcionament quan els consums elèctrics es desvien del previst.

Economia circular

Afrontem la gestió i la valorització dels residus des de la prevenció i la integració d'un model d'economia circular. Com un dels nostres eixos bàsics d'actuació per a la reducció del nostre impacte ambiental, centrem una gran part dels nostres esforços a prevenir, gestionar i valoritzar els residus que generem.

Minimització dels residus

Treballem per minimitzar els residus derivats de la nostra activitat mitjançant l'aplicació de l'ecodisseny als productes de marca pròpia, la promoció d'articles frescos pròxims a la seva data de caducitat i la donació d'aliments aptes per al consum que s'han descartat per a la venda a persones en risc d'exclusió social a través del **programa "Malbaratament Zero"**.

A més, fomentem entre la nostra clientela mesures com l'ús de bosses reutilitzables per reduir el nombre de bosses de plàstic que es consumeixen i es llencen cada dia. Així, oferim als nostres clients i clientes: Bosses certificades per AENOR que es poden utilitzar fins a 15 vegades i amb un 40 % més de capacitat que una bossa tradicional d'un sol ús. Bosses de ràfia fabricada amb material 100 % reciclable que es poden utilitzar unes 50 vegades. La bossa solidària, fabricada amb tela i que engloba els conceptes.

El 2017 s'han evitat més de 1.380 milions de bosses d'un sol ús gràcies a les bosses reutilitzables d'EROSKI.

1.380 milions de bosses de plàstic d'un sol ús evitades el 2017 gràcies a les bosses reutilitzables d'EROSKI

Vam rebre el premi Open Awards per aconseguir una empresa "paper zero"

La divisió d'Empreses d'EROSKI Viatges, Travel Air, ha dut a terme la digitalització integral dels seus processos interns i s'ha convertit en la primera empresa del sector a eliminar del tot el paper; ha augmentat la productivitat dels seus serveis comercials gràcies a la veu IP i a una nova estratègia CRM, i ha millorat així la qualitat del servei al client. Aquest innovador projecte de transformació digital sense precedents en el sector de les agències de viatges, portat juntament amb la companyia d'enginyeria informàtica de programari lliure Irontec, ha estat guardonat amb el premi Open Awards 2017 en la categoria de millor transformació digital de gran empresa en el marc d'OpenExpo, la fira de referència del sector del programari lliure i les tecnologies obertes.

Gestió i valorització dels residus

A EROSKI ens responsabilitzem que els residus generats en les nostres instal·lacions i botigues siguin gestionats i valoritzats correctament, amb el foment del reciclatge i la reutilització com a tractaments prioritaris. Des d'una perspectiva d'economia circular, potenciem processos de logística inversa, des de les botigues fins a les plataformes i empreses proveïdores, que permeten una correcta reutilització i reciclatge dels residus orgànics i inorgànics generats. Això implica no només reduir la quantitat de deixalles, sinó també evitar el consum de matèries primeres verges en altres processos productius.

Residus orgànics

Mitjançant logística inversa o gestors autoritzats, recollim els residus orgànics generats en les nostres botigues per a la seva valorització per a la utilització com a matèria primera en la fabricació de farines i olis animals i de pinsos per a alimentació animal.

Residus inorgànics

Com a productors de marca pròpia, declarem anualment els envasos, els aparells elèctrics, les piles, els olis i les lluminàries dels nostres productes als **Sistemes Col·lectius de Responsabilitat Ampliada del Productor**, com ECOEMBES o ECOVIDRE. Aquestes entitats garanteixen la correcta recuperació i gestió dels residus derivats de l'ús dels nostres productes.

Gràcies al reciclatge dels envasos que declarem a ECO-EMBES, s'ha evitat l'emissió de més de 1.178 tones de CO₂ equivalent en un any.

- Reciclem el 100 % del cartó, el plàstic, el paper i la fusta generats en les nostres instal·lacions. En aquest sentit, recollim els diversos materials rebutjats en les nostres botigues i col·laborem amb diferents sistemes integrats de gestió (SIG) autoritzats per al seu tractament.
- Reutilitzem els envasos logístics en les nostres operacions de distribució.
- Facilitem a les persones consumidores el reciclatge dels seus residus. Així, posem a la seva disposició punts nets en les nostres botigues per a la recollida de piles, aparells elèctrics, llums, roba, oli domèstic i tòners, entre altres productes usats.

CAPRABO guanya el Premi Europeu de Prevenció de Residus

CAPRABO ha guanyat la vuitena edició del Premi Europeu de Prevenció de Residus en reconeixement al seu treball en la prevenció de la generació de residus a través d'accions innovadores, originals i adaptables a altres regions d'Europa. El guardó distingeix iniciatives tenint en compte aspectes comunicatius i de visibilitat, bones pràctiques, originalitat i exemplaritat, qualitat dels continguts, la possibilitat de reproduir la iniciativa en altres països d'Europa i la durada de l'impacte, significatiu i a llarg termini.

Persones consumidoras

A EROSKI som conscients que cada persona, en triar un model de consum sostenible i responsable, pot contribuir a la protecció mediambiental. Dirigim els esforços cap a la formació i conscienciació de les persones consumidoras mitjançant el desenvolupament de campanyes de sensibilització i la publicació de continguts pedagògics a

Sensibilitzar

“L’hora del planeta”

EROSKI se suma anualment a la iniciativa global «L’hora del planeta», organitzada per WWF i amb el suport de Nacions Unides. Aquest apagada elèctrica mundial d’una hora suposa un símbol internacional de la lluita contra el canvi climàtic. Com a part del nostre suport a aquest moviment, no només fem l’apagada a la seu social i part de les nostres botigues i plataformes, sinó que també atenuem la llum de les pàgines web (www.eroski.es i www.consumer.es) i ens preocupem d’informar sobre l’acció a la clientela.

Informar

Canal de Medi Ambient EROSKI CONSUMER

Disposem d’un canal especialitzat en medi ambient a www.consumer.es per formar les persones en hàbits de consum sostenibles. Per això, facilitem continguts sobre natura, medi ambient urbà, parcs naturals, energia i ciència, entre d’altres. Aquest canal rep més de 250.000 visites mensuals.

Escola d’Alimentació EROSKI

Disposem d’un mòdul específic sobre sostenibilitat en el Programa Educatiu en Alimentació i Hàbits Saludables de l’Escola d’Alimentació EROSKI, en què WWF també participa aportant continguts. Gràcies a aquest mòdul educatiu hem format en sostenibilitat, producció sostenible d’aliments i dieta sostenible 374.322 estudiants entre els cursos 2015-2016 i 2016-2017. A més, el web www.escueladealimentacion.es inclou continguts formatius sobre com evitar el malbaratament alimentari.

“Retorna el color a la natura”

Incentivem els més petits a tenir cura del medi ambient a través del nostre concurs de dibuix «Retorna el color a la natura» a les botigues VEGALSA-EROSKI. L’únic requisit per als participants és estar disposats a donar via lliure a la imaginació i dibuixar un mitjà de transport ecològic per a l’ecopatrulla de VEGALSA-EROSKI. Entre els premis lliurats hi havia una bicicleta i 10 visites al parc zoològic Marcelle Natureza.

les nostres plataformes web i en altres suports informatius. En línia amb aquest objectiu, també fomentem i desenvolupem iniciatives en col·laboració amb la clientela, persones treballadores i institucions

Programa mediambiental “Camiño a Camiño”

VEGALSA-EROSKI ha participat un any més a «Camiño a camiño», programa mediambiental del Concello de Vigo que promou activitats de cura i millora de l’entorn. En aquesta última edició, la nostra donació de fons s’ha destinat a pal·liar les conseqüències dels incendis que van assolar el Concello de Vigo.

“Uneix-te al consum responsable: redueix, reutilitza, recicla”

El 2017 hem col·laborat amb la campanya d’HISPACCOOP que, sota el lema «Uneix-te al consum responsable: redueix, reutilitza, recicla», persegueix informar, formar i conscienciar els consumidors i les consumidoras sobre la importància del consum responsable per reduir el malbaratament alimentari, reutilitzar els recursos i reciclar correctament els residus generats en l’àmbit domèstic.

Aquesta campanya forma part del projecte «Gestió de deixalles, malbaratament alimentari i consum responsable» finançat per l’Agència Espanyola de Consum, Seguretat Alimentària i Nutrició del Ministeri de Sanitat, Serveis Socials i Igualtat. La iniciativa s’ha desenvolupat en diferents botigues d’EROSKI de Cantàbria, La Rioja, Navarra i el País Basc, de forma simultània.

“Móllate, por un San Xoán Sustentable”

A VEGALSA-EROSKI ens hem sumat a la campanya promoguda pel Concello da Coruña, a través de la regidoria de Medi Ambient, «Móllate por un San Xoán Sustentable», amb l’objectiu de reduir la generació de residus durant la celebració d’aquesta festivitat. Hem contribuït a aquest projecte fent un tiratge especial de bosses de paper amb un disseny d’homenatge a Sant Joan, que vam lliurar als clients de manera gratuïta al seu pas per caixa. Un total de 27 establiments de la zona metropolitana de la Corunya van participar en aquesta acció en què es van repartir un total de 61.000 bosses de paper biodegradable.

Actuar

Programa “Activa’t +”

Vam participar en la iniciativa «Activa’t +» de la Diputació Foral de Biscaia, basada en el programa internacional Global Action Plan (GAP), que busca fomentar la participació ciutadana a favor de la sostenibilitat ambiental mitjançant el desenvolupament d’hàbits de consum adequats. Així, col·laborem juntament amb 6 entitats biscaïnes i basques en el programa, que ha aconseguit implicar 2.302 llars, 80 centres i 43.204 escolars des de 2012. El mesurament dels efectes aconseguits després de posar en pràctica la formació rebuda ha constatat un estalvi anual mitjà del 16% del consum energètic en els centres escolars participants.

Envasos reutilitzables a les festes de Vitòria-Gasteiz

Juntament amb l’associació Vitoria-Gasteiz Wine City, hem presentat «Ez bota la bota!», una proposta d’una bota de plàstic, reciclable i reutilitzable, com a alternativa al vidre per a les festes de La Blanca de Vitòria-Gasteiz. Amb un preu simbòlic de 0,50 euros s’han comercialitzat 12.000 unitats d’aquest envàs alternatiu a tota la xarxa de supermercats i hipermercats EROSKI de la capital alabesa. Tota la recaptació s’ha destinat íntegramenta l’Institut Alabès de la Naturalesa.





Acció
social

Compromís social

A EROSKI considerem la solidaritat un principi fonamental sota el qual portar a terme la nostra activitat i, en conseqüència, treballem de manera permanent per contribuir a la millora de la comunitat on actuem. Així, des del nostre origen, desenvolupem una acció social diversa per contribuir d'una manera efectiva a l'objectiu d'aconseguir una societat més justa i més solidària. En aquest sentit, la integració d'una mirada solidària en la botiga "amb tu" ha suposat un nou pas que permet promoure la implicació de la clientela en la proposta, l'establiment i el desenvolupament de campanyes i iniciatives socials d'àmbit nacional i local.

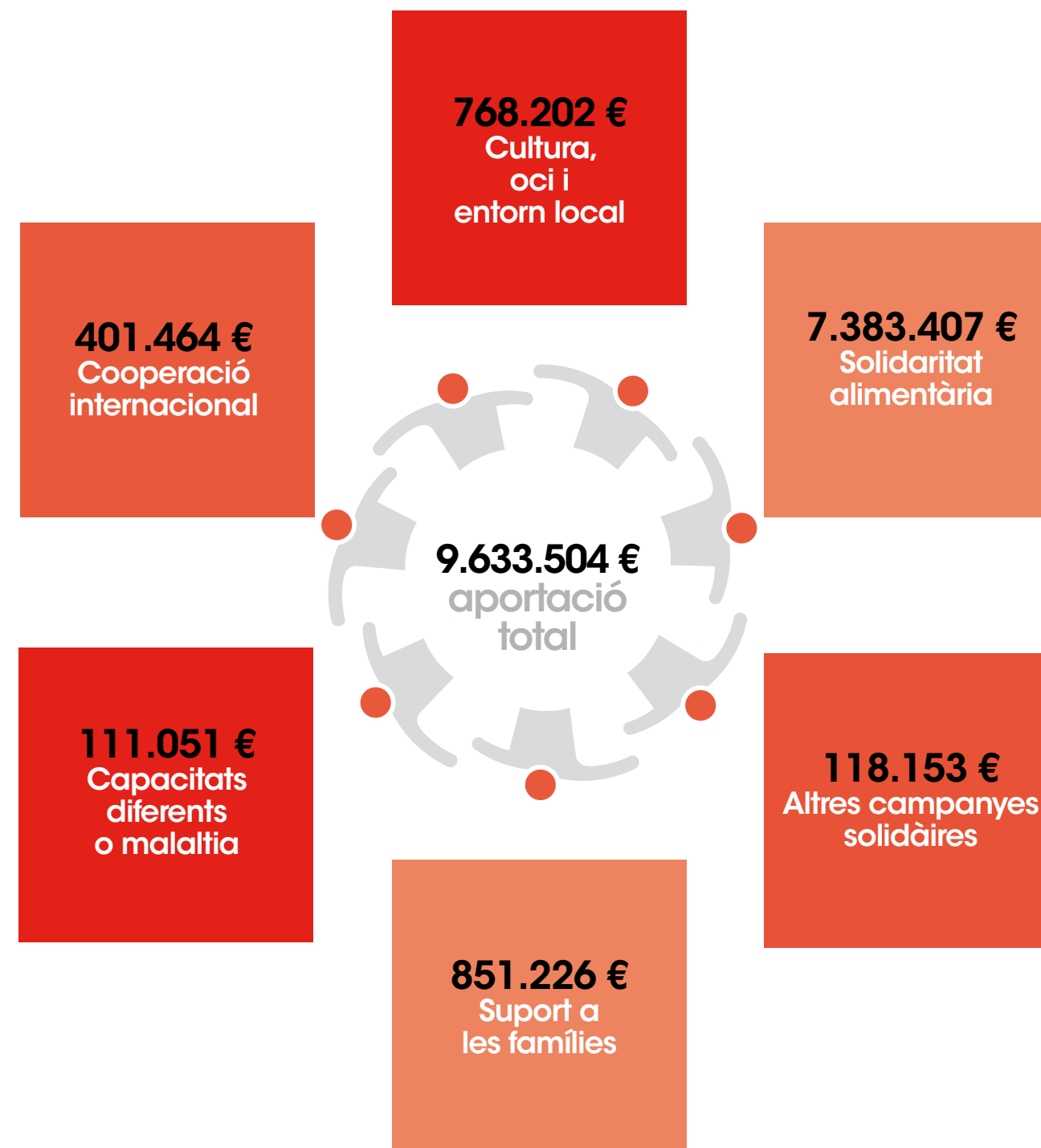
La nostra vocació és orientar responsablement l'acció social cap a les molt diferents necessitats, sensibilitats i demandes dels nostres grups d'interès, reflex de la societat plural en què operem.

Per això, dediquem anualment el 10% dels beneficis de la **FUNDACIÓ EROSKI** a activitats socials. D'aquesta manera, donem suport a accions, d'iniciativa pròpia o mitjançant l'establiment de convenis de col·laboració amb tercers, per al desenvolupament social i cultural de l'entorn. A més, des d'EROSKI hem fet contribucions econòmiques a fins socials que el 2017 han sumat al voltant de 10 milions d'euros. Per a les persones que formem EROSKI suposa un orgull que faci **vint anys que col·laborem amb bancs d'aliments** i haver sumat, només el 2017, més de **100 acords i convenis de col·laboració amb associacions**, ONG i entitats significatives en la seva acció social.

També hem dut a terme més d'una quinzena de campanyes en què impulsem el protagonisme i la implicació de les persones consumidores.



Aportacions econòmiques en el camp de l'acció social el 2017



Iniciatives solidàries

Solidaritat alimentària

A EROSKI, fidels al nostre compromís amb aquells col·lectius més afectats per la crisi econòmica, mantenim i ampliem les activitats desenvolupades fins ara per pal·liar els problemes de necessitats bàsiques en l'entorn, hem organitzat campanyes que permeten la implicació de la nostra clientela en accions de solidaritat alimentària.



Campanyes solidàries amb implicació de les persones consumidores

El 2017 hem arribat als 21 anys de col·laboració amb la Federació Espanyola de Bancs d'Aliments (FESBAL), a la qual donem els aliments recollits en dues grans campanyes solidàries organitzades anualment a les nostres botigues: l'“**Operació Quilo**” al juny i el “**Gran Recapte**” al desembre. A més, també es van recollir aliments durant la campanya del “Zampakilos solidario” organitzat per VEGALSA-EROSKI l'abril de 2017 a prop de 90 botigues de Galícia, Astúries i Castella i Lleó.

Aquests aliments es destinen a les persones de cada comunitat amb dificultats econòmiques i en risc d'exclusió social. Aquest any hem donat continuïtat a les dues modalitats existents: el lliurament físic tradicional de productes i la recollida via vals, amb què s'afavoreix que els bancs d'aliments puguin aconseguir els productes que ells considerin més necessaris en cada moment.

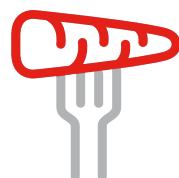
2.437 tones
d'aliments donades en
l'“**Operació Quilo**”
i **Gran Recapte**

EROSKI hi va afegir una donació
addicional equivalent al 7% del total
recollit



280 beques
de menjar a la campanya
“**Cap nen sense un àpat!**”
de CAPRABO juntament
amb Creu Roja

gràcies a les aportacions dels clients
del supermercat des de 2012



**Vals
d'alimentació**

Des de 2009 EROSKI, juntament amb Càritas Biscaia i LABORAL Kutxa, ha lliurat vals d'alimentació a les persones ateses per les acollides de Càritas Biscaia perquè puguin bescanviar-los als nostres establiments. A més d'aportar la infraestructura necessària per al funcionament d'aquesta iniciativa solidària, FUNDACIÓ EROSKI i LABORAL Kutxa van fer una aportació monetària addicional a Càritas Biscaia per a aquest projecte. A VEGALSA-EROSKI també lliurem vals d'alimentació al programa d'emergència social de la Xunta de Galícia.

Amb l'objectiu de normalitzar l'accés a les necessitats bàsiques des de claus no merament assistencials, sinó integradores i emmarcades en processos més amplis d'incorporació social de les persones en situació o risc d'exclusió, el 2017 hem continuat la implementació de la **targeta solidària** recarregable, que anirà substituint progressivament els vals de paper. Aquest sistema, que hem estès amb diverses associacions i ajuntaments, a més de ser més modern i senzill, permet dignificar encara més aquesta eina per a aquestes famílies.

Així mateix, a CAPRABO vam crear el 2015 el programa CAPRABO Ajuda per donar resposta a les sol·licituds d'ajuda d'ajuntaments i entitats socials dirigides a persones en risc d'exclusió social. Aquest programa, que el 2017 va tenir una aportació total de més de 22.000 euros, consisteix a oferir una sèrie d'avantatges per fer les compres a les botigues CAPRABO.

44.000 €
donats en vals solidaris

22.000 €
aportats en el marc del
programa CAPRABO Ajuda



Programa “MALBARATAMENT ZERO”

A EROSKI la nostra lluita contra el malbaratament alimentari es fonamenta des de 2009 en el programa “Malbaratament zero”, el qual integra, unifica i fa eficients les nostres actuacions destinades a evitar el malbaratament d'aliments aptes per al consum humà.

En aquest sentit, donem tots els productes frescos i d'alimentació que, tot i estar en perfectes condicions de consum, retirem dels nostres lineals per complir amb el nostre compromís amb els clients de frescor màxima i aspecte de l'envàs. A EROSKI disposem d'un protocol d'actuació que vetlla escrupolosament per la seguretat alimentària dels productes donats, de manera que es garanteix el manteniment adequat de la cadena de fred també en l'entitat receptora de la donació i s'asseguren les mateixes garanties en el seu transport i instal·lacions fins que l'aliment és consumit. El criteri d'assignació i l'entrega final d'aquests productes al destinatari es fa a través de més d'un centenar d'entitats socials de tot el territori nacional amb les quals hem signat convenis de col·laboració.

Així, el 2016 hem col·laborat amb la Federació Espanyola de Bancs d'Aliments (FESBAL), la CREU ROJA, CÀRITAS, l'Associació RETO a l'Esperança i la Germanat del Refugi, entre altres organitzacions, parròquies i governs regionals.

L'any 2013 EROSKI va estendre aquesta iniciativa a tota la seva xarxa comercial, de manera que es va convertir en la primera cadena de distribució a Espanya que assoleix el malbaratament zero en tots els seus hipermercats i supermercats. D'altra banda, també hi ha iniciatives com el conveni APROFITA a les Balears o el programa de microdonacions de CAPRABO a Catalunya que persegueixen el mateix objectiu conjunt de malbaratament zero i solidaritat alimentària. El 2017 hem donat en tota la xarxa producte valorat en 4.755.727 euros.

El programa també persegueix promoure el consum responsable, per la qual cosa desenvolupem, en paral·lel a les donacions d'aliments, diverses campanyes de conscienciació als consumidors per informar-los i formar-los. En aquest sentit, EROSKI posa a la seva disposició a través d'EROSKI CONSUMER coneixements, recursos i eines pràctiques per racionalitzar la seva compra, aprofitar-la al màxim i minimitzar el malbaratament alimentari a la llar, amb els estalvis consegüents que això comporta a la societat i a l'economia de les famílies.

+ 4.755 tones
d'aliments donats a
través del programa
malbaratament
zero

=

7.184
dietes
personals
donades



Altres campanyes solidàries

El nostre suport a col·lectius vulnerables també s'estén a altres àmbits més enllà de la solidaritat alimentària a través de campanyes solidàries amb implicació de les persones consumidores. Aquestes iniciatives combinen, en molts casos, no només el compromís d'EROSKI i els nostres clients amb les persones en risc d'exclusió social, sinó també amb

el medi ambient, ja que promouen uns hàbits de consum que afavoreixen la preservació dels recursos naturals del nostre planeta. Algunes de les accions destacades de 2017 han tingut com a base la sostenibilitat mediambiental, la protecció a la infància i la salut.



10.000 Famílies ajudades

Recollida de productes no alimentaris

El 2017 hem portat a terme diverses campanyes que conviden les persones consumidores a dipositar productes no peribles de neteja o higiene personal per donar-los als més necessitats. Per exemple, a CAPRABO hem col·laborat amb el Banc d'Acció Social, entitat que dona productes no alimentaris a 30 entitats socials per ajudar les persones més vulnerables de l'entorn. Per això, vam organitzar una recollida de productes d'higiene personal i neteja a 33 botigues CAPRABO de Barcelona i Cerdanyola del Vallès, i vam arribar a recollir 10.000 productes, com ara bolquers, xampú, gel de bany, pasta de dents i detergent de rentadora.



106.850 bosses venudes

Bossa Solidària Reutilitzable

La Bossa Solidària Reutilitzable és un clar exemple d'iniciativa que combina de manera innovadora la solidaritat ciutadana i la sostenibilitat. Consisteix a oferir a les persones consumidores una senzilla bossa d'anar a comprar de tela i destinar-ne els beneficis íntegres a projectes promoguts per conegudes organitzacions solidàries. Aquest any hem col·laborat, entre d'altres organitzacions, amb l'associació El Futuro es la Memoria, adreçada als malalts d'Alzheimer, que ha canalitzat la nostra aportació per donar suport al projecte que estan gestionant amb la Confederació Espanyola d'Associacions de Familiars de persones amb Alzheimer i altres demències (CEAFA). Per donar visibilitat al projecte, es va organitzar una cursa des de Cadis fins a Bilbao amb diverses etapes que passaven per botigues EROSKI, en què es van instal·lar estands informatius.

La bossa solidària és, a més, reutilitzable, la qual cosa ajuda a reduir el consum de matèries primeres i els problemes de gestió de residus derivats de l'ús de milers de bosses de plàstic d'un sol ús.



625 tones roba recollida

Reciclatge i reutilització tèxtil

En aquest sentit, oferim a les persones consumidores espais per dipositar roba, calçat, complements i tèxtil de llar que ja no utilitzin en els contenidors disponibles a les nostres botigues. Les peces donades són entregades a persones en situació d'exclusió social o bé se'n procedeix a la venda, cas en què els ingressos obtinguts són destinats íntegrament a programes socials, solidaris i relacionats amb el medi ambient. Gràcies a aquesta iniciativa, el 2017 VEGALSA-EROSKI ha donat més de 22.130 euros per les 625 tones de roba recollides. A CAPRABO les donacions de roba dels clients ens van permetre donar 4.653 euros a l'Assemblea Local de Creu Roja de l'Hospitalet de Llobregat. Aquesta quantitat es destina al finançament del projecte d'hortos socials que Creu Roja va iniciar el 2014, adreçat a les persones amb risc d'exclusió social. El projecte vol donar resposta a les necessitats alimentàries i de consum familiar, oferint una possibilitat d'autogestió econòmica bàsica, a més d'afavorir la integració de les persones desocupades o jubilades i de col·lectius amb discapacitats. Van rebre un dels Premis Humana de Reutilització del Tèxtil.



Campanya "Amb tu, la vida agafa color" amb Projecte Home

Des de fa 7 anys, durant l'estiu oferim als clients i clientes de les Balears un objecte a canvi del donatiu d'1 euro. L'objecte d'aquest any ha estat un quadernet per pintar amb il·lustracions de l'artista Pere Joan, que ha col·laborat en aquesta campanya de manera altruista, i la frase «Amb tu, la vida agafa color» a la portada. L'import total dels donatius recaptats per les 40.000 unitats d'aquest quadern solidari distribuït a tots els supermercats EROSKI de les illes Balears va ser donat a aquesta ONG, que ofereix tractaments perquè les persones drogodependents puguin viure una vida lliure d'addiccions.



Polseres solidàries per a Càritas

Amb el lema «Compromís per la dignitat», s'ha dut a terme juntament amb el Rotary Club de Mallorca una iniciativa solidària consistent a oferir als clients dels supermercats EROSKI de Mallorca 30.000 polseres de tela vermella serigrafades amb aquest lema, a canvi del preu simbòlic d'1 euro. La solidaritat de la clientela i l'esforç de la nostra plantilla ha fet possible l'èxit d'aquesta campanya, que ha aconseguit distribuir totes les polseres. Els 30.000 euros s'han destinat, a través de Càritas Mallorca, a ajudar persones sense recursos perquè puguin fer front a necessitats tan essencials com l'habitatge, els aliments i els articles de primera necessitat.

Suport a les famílies

EROSKI manté convenis de col·laboració per al suport a les famílies nombroses amb entitats com HIRUKIDE, Fanoc i Família XL, entre altres.

A més, des de 2012, a CAPRABO, conscients de les necessitats particulars d'aquest tipus de famílies, oferim avantatges especials a través de la condició de client or (i la Targeta Or El Meu Club CAPRABO), amb tots els seus beneficis addicionals.

Així mateix, gaudeixen de l'avantatge de rebre un 5 % del valor de les seves compres transformat en euros, quantitat que s'afegeix al saldo de la seva targeta. Durant l'any 2017, un total de 12.988 famílies nombroses s'han beneficiat d'un estalvi de 826.704 euros.

Aquesta iniciativa se suma al programa ja existent d'ajuda a les famílies conegut amb el nom de "Benvingut Nadó". Gràcies a aquest programa, en l'exercici passat vam entregar 22.000 bolcades de néixer, així com descomptes i promocions en productes pensats per al primer any de vida del nadó. El programa es complementa amb l'eina en línia "Benvinguda Llevadora", on els progenitors poden disposar de les respostes a totes les qüestions que els preocupen més durant l'embaràs, el part i al llarg dels primers anys de vida del nadó. Aquesta és una iniciativa que compta amb el suport d'organitzacions com FAME (Federació d'Associacions de Llevadores d'Espanya), AEM (Associació Espanyola de Llevadores) i el pediatra Dr. J. Mateu Sancho. El 2017, 86.879 persones van visitar la pàgina web, amb un total de 277.437 pàgines vistes, fet que mostra l'interès suscitat.

A VEGALSA-EROSKI també hem fet un pas més en l'ajuda a les famílies després de la seva adhesió el 2016 al programa "Tarjeta Benvida" de la Xunta de Galicia. Gràcies a això, les persones que presenten la targeta en fer la compra en la nostra xarxa d'establiments EROSKI Center, Família i Hipermercats EROSKI de Galícia es beneficien d'un descompte directe del 2,5 %. Des del mes de setembre de 2016, aquesta acció ha suposat una aportació total de 22.215 euros i s'ha ajudat a 1.500 famílies.

851.226 € totals aportats a les famílies



14.488 famílies ajudades



22.000 canastretes repartides amb el programa "Benvingut nadó"



Col·laboració amb persones amb capacitats diferents o malaltia

A EROSKI, conscients dels reptes diaris que han d'afrontar les persones amb capacitats diferents o amb necessitats especials derivades d'una malaltia, mantenim una col·laboració estreta amb les organitzacions que les representen i treballen per millorar-ne el benestar i la qualitat de vida. Com a part del nostre compromís amb aquesta realitat, afavorim la visibilitat d'aquests col·lectius en la societat amb la posada a disposició dels seus objectius de recursos diversos com els productes informatius www.consumer.es, la revista EROSKI CONSUMER i la xarxa de botigues. Així, integrem una perspectiva lligada a la discapacitat física (visual, auditiva, motriu) o intel·lectual com un dels eixos de treball de les anàlisis i els continguts d'EROSKI CONSUMER.

El patrocini de projectes i iniciatives en aquest àmbit també és fonamental en la nostra acció social i es desenvolupa mitjançant la signatura de nombrosos acords de col·laboració amb entitats socials del món de la discapacitat i de diverses malalties. L'any 2017 les aportacions econòmiques que

vam destinar a aquest tipus d'actuacions van superar els 111.000 euros, que es van distribuir tant entre associacions de referència a escala estatal com entre d'altres de centrades en col·lectius locals.

+111.000 €
aportats a
associacions de
persones amb
capacitats diferents
o malaltia

Campanya "Mide sonrisas" a les Balears

"Mide sonrisas" és el lema de la campanya d'ajuda a la infància d'EROSKI portada a terme per sisena vegada consecutiva a les Balears, en què els nostres clients han col·laborat amb l'adquisició a les nostres botigues d'una original regla-calendari a canvi d'un donatiu d'1 euro. Els 45.500 euros recaptats es van repartir equitativament entre 13 organitzacions de les illes que ajuden nens i nenes amb dificultats.

Taps solidaris a CAPRABO

Des del 2011 a CAPRABO recollim taps amb la col·laboració de les empleades i els empleats. El 2017 s'han recollit 3.800 quilos de taps, que han permès acumular-ne més de 60 tones i que han suposat gairebé 15.000€ des de l'inici de la iniciativa. Aquest any l'import recaptat ha servit per ajudar a finançar la investigació mèdica de la hipomagnesèmia familiar que duu a terme l'Institut de Recerca de la Vall d'Hebron (VHIR).

FORUM SPORT amb l'Esclerosi Múltiple

Un any més hem col·laborat amb la campanya "Busti zaitetz - Mulla't" de l'Associació d'Esclerosi Múltiple de Bizkaia a través de la FUNDACIÓ EROSKI i de les botigues de FORUM SPORT, on la nostra clientela ha adquirit els materials de marxandatge de l'associació. A més a més, des de FORUM SPORT també hem donat suport a la campanya nadalenca de l'"Embolcall Solidari" de l'Associació Espanyola d'Esclerosi Múltiple. Entre les dues campanyes, s'han recaptat en l'últim exercici al voltant de 18.000 euros.

La Kosta Trail amb la diabetis i les malalties renals

Gràcies a la participació de més de 4.500 persones en la dotzena edició de la Kosta Trail, FORUM SPORT, Salomon i LABORAL Kutxa han donat 7.600 euros a l'Associació Biscaina de Diabetis (ASVIDIA) i la Federació Nacional d'Associacions per a la Lluita contra les Malalties del Ronyó (ALCER). Els diners es faran servir per finançar seminaris sobre l'esport per a persones amb diabetis i les colònies de nens i adolescents amb diabetis, i per organitzar una trobada d'àmbit estatal per a joves amb malaltia renal.

VEGALSA-EROSKI amb les malalties minoritàries i cròniques

Ens hem sumat a la campanya «Pot ser màgic gràcies a tu», impulsada per la Federació Gallega de Malalties Rares i Cròniques (FEGEREC) per contribuir a donar suport a les necessitats assistencials del col·lectiu de persones (i familiars) que pateixen aquest tipus de malalties a Galícia. La nostra clientela ha pogut adquirir a 15 de les nostres botigues un bastó de caramel solidari al preu simbòlic d'1 euro. Al total recaptat, VEGALSA-EROSKI hi ha aportat un 6% més, i s'ha arribat a un total de 2.717 euros.



Algunes associacions amb les què col·laborem:



ACAMBI

Associació de Càncer de Mama de Bilbao



ADEMBI

Associació d'Esclerosi Múltiple de Biscaia



AECC

Associació Espanyola Contra el Càncer. Hem col·laborat en campanyes de prevenció del càncer de pell a Biscaia i donat suport a les curses de la dona a la Corunya i Gijón



ALCER

Associacions per a la Lluita contra les Malalties del Ronyó



ANADI

Asociació Diabetes Navarra



ASPANAFOHA

Associació de Pares de Nens amb Càncer d'Àlaba



ASPANOGL

Associació de Pares de Nens Oncològics de Guipúscoa



ASVIDIA

Associació Biscaina de Diabetis



BENE

Associació de familiars i afectats per malalties neuromusculars de Biscaia



COCEMFE

Confederació Espanyola de Persones amb Discapacitat Física i Orgànica



DOWN Navarra

Asociació Síndrome de Down de Navarra



EM Euskadi

Fundació Basca Esclerosi Múltiple Eugenia Epalza



EUSKAL GORRAK

Federació Basca d'Associacions de Persones Sordes



FEDE

Federació Espanyola de Diabetis



FEKOOR

Federació Coordinadora de Persones amb Discapacitat Física i Orgànica de Biscaia



FEGEREC

Federació Gallega de Malalties Rares i Cròniques



FEM

Fundació Esclerosi Múltiple



HIPOFAM

Associació per a la informació i la investigació de la hipomagnesèmia familiar



JAED

Associació Junta d'Ajuda a Malalts de Durango



La Cuadrilla del Hospi

Associació de pares per a la humanització, socialització i investigació del càncer infantil i la divulgació de la donació de medul·la òssia



ONCE EUSKADI

Corporació sense ànim de lucre amb la missió de millorar la qualitat de vida de les persones cegues i amb discapacitat visual



SMAP

Associació de Celíacs de Catalunya

Cooperació Internacional

A EROSKI, com a organització socialment responsable, estem sensibilitzats amb les desigualtats i les necessitats existents en el planeta i per això promovem la cooperació al desenvolupament internacional a través de diverses iniciatives, especialment d'ajuda a la infància i d'urgència humanitària.



Estel solidari

EROSKI ha repetit un any més la seva campanya de l'estel solidari de Nadal. Gràcies als clients i clientes de les botigues d'EROSKI i VEGALSA-EROSKI, el 2017 s'han aconseguit 72.000 euros de recaptació pels beneficis de la venda de l'estel, que s'han destinat principalment a l'ajuda a la infància i a la protecció i assistència dels refugiats. Una part més petita de la recaptació ha anat dirigida a la Fundació EROSKI per llançar un projecte de millora de la qualitat de vida de la gent gran. CAPRABO va destinar els beneficis aconseguits per la venda de l'estel a les seves botigues al programa «Cap nen sense menjar!» de Creu Roja.



Una joguina, una il·lusió

Cada any participem en la campanya «Una joguina, una il·lusió» de la **Fundació Creixer Jugant** i Ràdio Nacional d'Espanya (RNE). El 2017, a més del bolígraf solidari, també es van posar a la venda quaderns solidaris. Aquesta campanya té lloc per Nadal i, al preu simbòlic de 5 euros per a cada un dels productes, ens permet aportar fons per enviar joguines a països amb escassos recursos i a organitzacions no governamentals que treballen en projectes de cooperació i d'atenció a la infància. Aquest any hem recaptat 9.345 euros.

Així, donem suport cada any al fons d'emergències de Metges sense Fronteres (MSF) perquè disposi de recursos de manera immediata davant de qualsevol necessitat. La nostra aportació de 2017 a aquest fons va ser de 15.000 euros.



Campanya #CierraUNICEF

El 2017, a VEGALSA-EROSKI hem convidat els usuaris i usuàries de xarxes socials a col·laborar perquè **UNICEF** pugui donar tractament complet contra la desnutrició a nens i nenes o proporcionar aigua a la infància més vulnerable. Així, hem donat 1 euro cada vegada que algú ha compartit, clicat a «M'agrada» o fet un comentari al nostre perfil de Facebook a una de les publicacions relatives a la campanya #CierraUNICEF. Amb aquesta acció hem aconseguit una quantitat total de 6.019 euros.



Col·laboració amb Aldees Infantils

A CAPRABO fa 20 anys que col·laborem amb l'associació Aldees Infantils SOS en programes educatius per a nens i nenes, i cedint a l'entitat espai en els nostres supermercats perquè informi les persones consumidores sobre els seus programes d'ajuda. L'any 2017 s'han dut a terme diverses xerrades informatives.



Lliurament de productes

Donem articles de consum no alimentari (joguines, calçat, roba, material escolar i productes òptics, entre d'altres) a nens i nenes de Llatinoamèrica a través de la **Federació Nens del Món**, organització que treballa per al desenvolupament humà sostenible i la cooperació internacional. El 2017 les donacions van arribar a un valor de 275.100 euros.

Voluntariat corporatiu

Com a part dels principis de cooperació i solidaritat propis d'EROSKI, des de fa més d'una dècada col·laborem amb MUNDUKIDE, una organització centrada en el desenvolupament dels pobles desafavorits del Tercer Món. El nostre suport als seus projectes i programes de cooperació no es limita únicament a una aportació econòmica anual, sinó que també ajudem a difondre informació sobre els seus projectes a través de la nostra revista EROSKI CONSUMER i el web www.consumer.es. A més, el 2017 es va organitzar una acció de sensibilització i informació entre les persones treballadores de la seu social d'EROSKI perquè coneguessin amb més detall la tasca que aquesta organització duu a terme.

Tanmateix, l'aspecte més destacat i singular de la nostra col·laboració amb MUNDUKIDE és la nostra participació en programes d'intercanvi d'experiències comunitàries. Cada

any es convoquen places internes de voluntariat corporatiu per tal que les nostres sòcies i socis treballadors participin en el Programa de voluntariat cooperatiu per a la transformació social que MUNDUKIDE desenvolupa juntament amb el centre de recerca Lanki de Mondragón Unibertsitatea i el Moviment de Treballadors Rurals sense Terra (MST) del Brasil. Les persones voluntàries aporten els seus coneixements sobre distribució i comercialització per impulsar el desenvolupament socioeconòmic i cooperatiu de la regió centre de l'estat de Paraná. En aquesta zona, el 37 % de la població viu en condicions de pobresa i el nivell d'escolarització és escàs. Per això, MUNDUKIDE pretén, a través de l'enfortiment de les capacitats i els processos locals, promoure avanços en l'accés a la terra, la producció, l'educació i el medi ambient.



4 sòcies/socis d'EROSKI han estat voluntàries/voluntaris al Brasil



més de
10 ANYS
col·laborant

Julio Martínez, soci d'EROSKI i voluntari a Paraná (2016 i 2017)

El 2017, Julio Martínez Arijia ha continuat sent el soci treballador d'EROSKI que s'ha desplaçat al Brasil. La seva col·laboració s'ha centrat en els processos de comercialització d'associacions i cooperatives de l'MST, acompanyant la consolidació del punt de venda obert a São Paulo el 2016, conegut com Armazém do Campo.

Es tracta d'un espai de venda de centenars de productes que venen

d'assentaments de la reforma agrària, de petits col·lectius productors i de la producció agroecològica. A més, pretén ser també un canal de comunicació amb la societat, acostar aliments ecològics i saludables al seu entorn i ser un espai cultural i de trobada de diferents moviments socials. Julio Martínez també s'ha centrat en el suport a la creació d'eines d'anàlisi per als concursos de compra pública d'aliments als quals accedeixen les cooperatives.



Gràcies a tota aquesta feina, el 2017 s'han comercialitzat productes de 6.000 famílies assentades.

Foment de la cultura, oci i entorn local

A EROSKI actuem com a part activa de les comunitats en què portem a terme la nostra activitat comercial també a través del foment de les iniciatives d'oci i cultura en el nostre entorn més pròxim. Mitjançant aquestes accions busquem afavorir el desenvolupament personal i el benestar de totes les persones consumidores pròximes a la nostra

xarxa comercial. En l'exercici passat, la nostra aposta per la diversitat cultural, l'art, la llengua, l'esport i les tradicions locals ha suposat la signatura de nombrosos acords de col·laboració amb entitats locals i una aportació econòmica de més de 768.000 euros.



768.202 €
aportats en
cultura, oci i
entorn local



Promoció i difusió de llengües locals

A EROSKI considerem les llengües locals una part essencial del patrimoni cultural de les comunitats del nostre entorn i per això treballem de manera contínua per a la seva promoció i difusió.

En el cas de l'eusquera, destaca la iniciativa que hem dut a terme juntament amb **Elhuyar Fundazioa** per desenvolupar un motor de cerca en aquest idioma. Aquest projecte d'R+D, en el qual també col·labora la Universitat del País Basc (UPV-EHU), donarà com a resultat un cercador en basc molt més avançat que els existents avui dia. Mitjançant la seva integració en la nostra plataforma en línia, hem aconseguit simplificar i millorar la navegació pels documents de la revista EROSKI CONSUMER. Entorn del basc, també cal assenyalar la participació anual en els grans esdeveniments de la nostra llengua, amb patrocinis a la Fira del Llibre i Disc Basc de Durango (Durangoko Azoka), la més assenyalada del calendari en aquest àmbit. Al mateix temps, a través de la nostra Escola d'Alimentació, som participants de les principals festes de l'eusquera, com Herri Urrats, Ibilaldia, Araba Euskaraz, Kilometroak, Nafarroa Oinez i la Festa de l'Escola Pública Basca.

També a Galícia posem en valor la cultura i la llengua de la regió i ens sumem a totes aquelles iniciatives que estiguin estretament lligades a la societat gallega. Per exemple, com en exercicis anteriors, el 2017 continuem donant suport a la celebració del Día das Letras Galegas, homenatjant la figura de Carlos Casares en cartells i bosses de la compra. A més, col·laborem en activitats com la caminada Correlingua a favor de la llengua gallega, sota el lema "En galego, sen cancelas".

Aquestes accions s'uneixen a l'esforç continuat que fem per tal que la revista EROSKI CONSUMER pugui ser llegida en castellà, eusquera, gallec i català.



Oci i cultura

Així mateix, intentem apropar la cultura a les persones consumidores a través de diversos patrocinis com, per exemple, el del festival cultural Musikaire, que té lloc anualment a Elorrio, on s'ubica la nostra seu social. També cal destacar el patrocini per segon any consecutiu al **Premi EROSKI de la Joventut del Festival de Cinema de Sant Sebastià**, amb l'objectiu que les noves generacions s'aproximin a formes renovadores del llenguatge cinematogràfic i acudeixin a gaudir d'aquest art. També volem que les persones amb diversitat funcional puguin desenvolupar i utilitzar el seu potencial creatiu, artístic i intel·lectual participant a través de VEGALSA-EROSKI en el programa «Cultura Accessible i Inclusiva» de la Fundació Emalcsa.

Com a entitat patrocinadora del programa, VEGALSA-EROSKI tindrà presència en tots els actes de difusió pública, així com en suports publicitaris i de comunicació, referits al programa "Cultura Accessible i Inclusiva".

En un altre ordre, conscients de la importància de l'esport en la societat actual i per desenvolupar una vida saludable, també donem suport a activitats esportives organitzades en el nostre entorn més pròxim. Així, el 2017, des de CAPRABO vam col·laborar amb les curses populars més representatives que van tenir lloc a Catalunya, en què van participar en el seu conjunt al voltant de 60.000 persones de totes les edats. Cal destacar també la nostra participació a la Fira Gran 2017, amb una caminada adreçada a gent de més de 60 anys. A més, el 2017 vam contribuir, mitjançant el programa CAPRABOSport, amb 600.000 euros repartits entre 135 clubs amateurs amb l'objectiu de fomentar hàbits saludables com el de la pràctica esportiva.

Al País Basc es va col·laborar en curses populars com la Herri Krosa, la Pujada a Artxanda o la cursa de muntanya a Santikurutze Kanpezu i la regata de Santurtzi. A més, amb FORUM SPORT, com fem anualment, vam organitzar la Kosta Trail a Biscaia, una cursa de muntanya amb un rerefons solidari que inclou recorreguts per a tota la família i els amants de les travesses.

135 clubs
amateurs
beneficiats amb
el programa
CAPRABOSport





Transparència

7

Principis d'elaboració de la memòria

A EROSKI treballem per millorar i ampliar cada any la informació d'acompliment que presentem als nostres grups d'interès com a part del nostre compromís amb la transparència dins i fora de l'organització. Per això, hem elaborat aquesta memòria d'acord amb els nous estàndards de Global Reporting Initiative (GRI), una institució independent fundada el 1997 que és el marc de referència més utilitzat mundialment en informes de sostenibilitat i a la qual donem suport des de fa més d'una dècada com a membres de la seva comunitat GOLD. En aplicar els criteris i principis recollits als estàndards de Global Reporting Initiative, volem assegurar que la qualitat de la memòria i el seu contingut estiguin alineats amb les expectatives dels nostres grups d'interès, a més de permetre la comparació dels diferents indicadors reportats amb els resultats en anys successius i amb els informes presentats per altres organitzacions.



Anàlisi de materialitat

Per avançar en el compromís amb la transparència, hem dut a terme un procés d'identificació dels grups d'interès i una nova anàlisi de materialitat.

Aquesta anàlisi de materialitat s'emprèn amb l'objectiu de determinar quins temes són rellevants a l'hora de reflectir els impactes econòmics, ambientals i socials de l'organització; d'influir en les decisions dels grups d'interès, o de generar un impacte sobre l'economia, el medi ambient o la societat. Els temes que després de l'anàlisi es consideren rellevants són els que finalment s'inclouen en l'informe de sostenibilitat i els que apareixen reflectits en la matriu de materialitat.

Així, per identificar aquells temes potencialment materials, s'han tingut en compte:

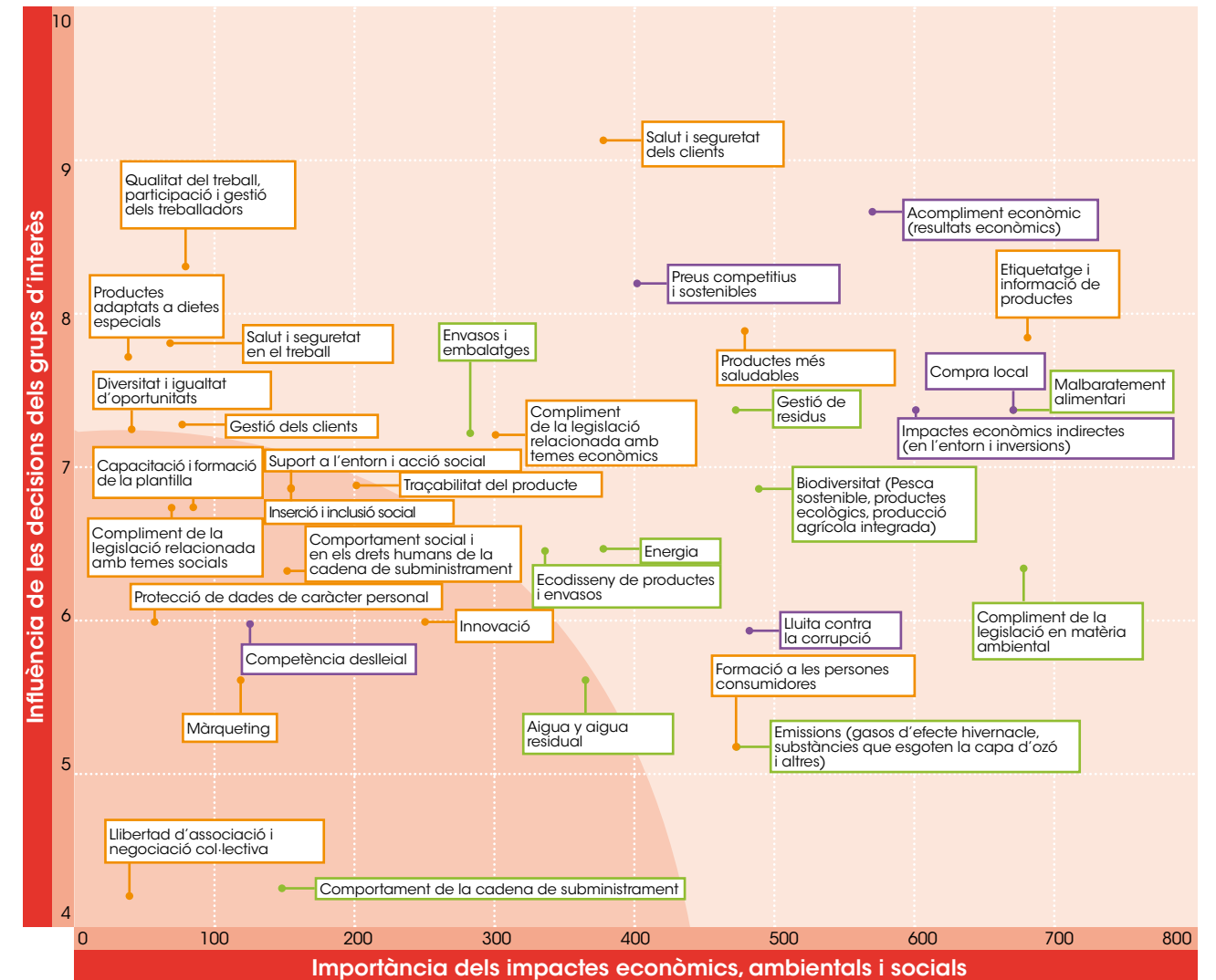
- **Fonts bibliogràfiques**, entre les quals destaquen les guies publicades per GRI, suplements sectorials d'interès, informes, estudis o altres publicacions relacionades amb la sostenibilitat o el sector d'activitat d'EROSKI.
- **Informació provinent del mercat**, principalment publicacions elaborades per empreses del sector o la cadena de subministrament d'EROSKI.
- **Informació interna de l'organització** i els seus grups d'interès, com resultats de grups focals realitzats amb consumidors i comitès de consumeristes, socis, etc., així com enquestes de clima o de qualsevol altre tipus, i altres informacions provinents d'altres grups d'interès.

El següent pas ha estat l'**avaluació dels impactes**. Per això, s'han identificat aquelles àrees de l'organització capaces d'avaluar els impactes de cada un dels temes en els resultats econòmics, ambientals i socials de l'organització, i s'han seleccionat una o diverses persones per donar resposta a aquests impactes. En concret, s'ha demanat que es valorin les conseqüències d'un canvi en la gestió o en les polítiques per a cada tema, i la probabilitat d'ocurrència d'un incident o eventualitat amb impacte en els resultats d'EROSKI en relació amb cada tema avaluat.

D'altra banda, per conèixer la **influència dels temes en els grups d'interès**, s'ha fet amb col·laboració del personal d'EROSKI que, pel seu lloc de treball, té un tracte directe i habitual amb aquest grup d'interès.

Finalment, s'ha obtingut la **matriu de materialitat**, en què s'han identificat els temes materials de l'organització:

Matriu de materialitat



Així, els temes materials són:

Temes econòmics

- Acompliment econòmic
- Preus competitius i sostenibles
- Impactes econòmics indirectes
- Compra local
- Lluita contra la corrupció

Temes ambientals

- Envasos i embalatges
- Ecodisseny de productes i envasos
- Energia
- Biodiversitat
- Emissions
- Rebuig alimentari
- Gestió de residus
- Compliment de la legislació en matèria ambiental

Temes socials

- Qualitat de l'ocupació, participació i gestió de les persones treballadores
- Salut i seguretat a la feina
- Diversitat i igualtat d'oportunitats
- Salut i seguretat de la clientela
- Productes més saludables
- Etiquetatge i informació de productes
- Formació a les persones consumidores
- Productes adaptats a dietes especials
- Gestió de clients

Liista d’aspectes materials i la seva cobertura

Aspecte material	On es produeix l’impacte	Implicació d’EROSKI	Motiu de la seva materialitat
Acompliment econòmic (GRI 201)	Fora i dins de l’organització	Directa i indirecta	La gestió econòmica de l’organització, que també depèn de la situació econòmica general del sector i del país, té un gran impacte en els diferents grups d’interès, especialment socis/sòcies cooperativistes, persones treballadores, empreses proveïdores, franquiciats, inversors i entitats financeres. Afecta el nombre de llocs de treball generats, les compres de productes i serveis, la xarxa comercial, l’estratègia empresarial, la gestió del deute i el repartiment de beneficis, entre altres aspectes.
Preus competitius i sostenibles (GRI 201, 204)	Fora i dins de l’organització	Directa	Els preus dels productes afecten directament la nostra clientela, que basa en gran mesura en els preus les decisions de compra, així com l’acompliment econòmic de la nostra organització. A més, la nostra cadena de subministrament depèn també del fet que els nostres preus assegurin la sostenibilitat del sector agroalimentari.
Impactes econòmics indirectes (203)	Fora de l’organització	Directa i indirecta	La nostra activitat comercial i el nostre compromís amb les comunitats locals i regionals on aquesta es localitza tenen un efecte econòmic important en els diferents grups d’interès de la cadena de valor. Les aportacions a la comunitat a través de la FUNDACIÓ EROSKI i les diferents societats del Grup EROSKI generen un impacte positiu en la societat.
Compra local (GRI 204, E-5)	Fora i dins de l’organització	Directa	La selecció de proveïdors i productes és clau tant per als nostres subministradors, i tots els actors en les seves cadenes de valor, com per a les nostres clientes i clients. L’origen dels productes cada vegada és més important en les decisions de compra dels consumidors i és un atribut del nostre model comercial “amb tu”.
Lluita contra la corrupció (GRI 205)	Dins de l’organització	Directa	Garantir un comportament ètic i responsable dins de l’organització és un aspecte integral d’EROSKI des de la seva fundació. El desenvolupament i implementació de nous mecanismes que controlin i evitin pràctiques relacionades amb la corrupció és un dels nostres interessos prioritaris.
Materials (Envasos i embalatges i el seu ecodisseny) (GRI 301)	Fora i dins de l’organització	Directa i indirecta	La fabricació, l’ús i la disposició d’envasos i embalatges poden tenir un impacte important en el medi ambient. L’ús de materials no renovables, no reciclables o la seva mala gestió en l’etapa de fi de vida poden causar l’exhauriment de recursos naturals, la contaminació de mars i oceans o l’ocupació de sòl indirecta si el residu és portat a l’abocador. Per això, el consum de paper i, especialment, de plàstic són dos dels aspectes ambientals més importants per als nostres clients i la societat en general.
Energia (GRI 302)	Fora de l’organització	Directa i indirecta	El consum directe de combustibles fòssils i el consum indirecte de recursos naturals per a la generació d’energia són dos dels impactes ambientals més importants derivats de la nostra activitat. La seva minimització té un efecte directe en els nostres processos logístics i el disseny i el manteniment de les botigues.
Biodiversitat (GRI 304)	Fora de l’organització	Directa i indirecta	La conservació de la biodiversitat terrestre i marina a través d’un aprofitament racional dels recursos naturals és un aspecte essencial per assolir un desenvolupament sostenible. Comercialitzar productes d’origen sostenible garantit té un efecte directe en la selecció dels nostres proveïdors i en el nostre impacte ambiental total.
Emissions (GRI 305)	Fora de l’organització	Directa i indirecta	L’impacte en la salut humana i en el clima que les emissions de gasos amb efecte d’hivernacle produeixen és un dels grans problemes ambientals actuals i de més rellevància per als diferents grups d’interès.
Residus (GRI 306)	Fora i dins de l’organització	Directa i indirecta	La reducció de disponibilitat de territori per ocupació en abocador, l’exhauriment de recursos naturals si no s’apliquen estratègies d’economia circular o la contaminació de mars i oceans són alguns dels impactes associats a la gestió de residus. La importància que els governs donen a aquest aspecte és una mostra de la seva rellevància.

Liista d’aspectes materials i la seva cobertura

Aspecte material	On es produeix l’impacte	Implicació d’EROSKI	Motiu de la seva materialitat
Malbaratament alimentari (GRI 306, E-6, E-7)	Fora i dins de l’organització	Directa i indirecta	El malbaratament alimentari té, d’una banda, un impacte ambiental important derivat de la reducció de recursos naturals en la producció ineficient o innecessària d’aliments. A més, la gestió dels residus alimentaris també pot afectar l’entorn natural si no se’n porta a terme el reciclatge o la valorització en nous productes. I, d’altra banda, hi ha l’impacte social positiu generat en distribuir aquests aliments entre persones en risc d’exclusió social.
Qualitat de l’ocupació, participació i gestió dels treballadors (GRI 401)	Fora i dins de l’organització	Directa	L’estabilitat i la qualitat de l’ocupació són clau en una organització com EROSKI, en què moltes persones treballadores també són propietàries de la cooperativa i en què hi ha més de 33.000 empleats directes.
Salut i seguretat a la feina (GRI 403)	Dins de l’organització	Directa	Les persones treballadores són un dels nostres grups d’interès prioritari i estan afectades directament a diari per les polítiques en matèria de salut i seguretat que hi hagi en l’organització.
Diversitat i igualtat d’oportunitats (GRI 405)	Fora i dins de l’organització	Directa	Les desigualtats existents en la societat i el món laboral actual entre les dones i els homes fan que sigui clau potenciar l’apoderament de la dona, garantir la igualtat de sous i drets i fomentar la conciliació laboral també des de la nostra organització.
Salut i seguretat de les persones consumidores (GRI 416, E-1, E-2)	Fora i dins de l’organització	Directa i indirecta	Com a empresa de distribució alimentària, podem causar un gran impacte en la salut de les nostres i els nostres clients. Garantir la qualitat i la seguretat de tots els productes, juntament amb els nostres proveïdors, és crític per a l’organització. A més, les altes taxes d’obesitat i sobrepès a Espanya fan que disposar de productes més saludables i equilibrats sigui prioritari per a la societat. Així mateix, l’augment d’al·lèrgies alimentàries i les necessitats de col·lectius com els celiàcs exigeixen que a les nostres botigues hi hagi aliments aptes per a ells que cobreixin les seves necessitats diàries d’alimentació.
Informació i formació de les persones consumidores (GRI 416, E-3, E-4, E-5)	Fora i dins de l’organització	Directa i indirecta	Com a cooperativa de consumidors, la formació i la informació en matèria de consum responsable i hàbits de vida saludables són inherents a la nostra organització. A més, l’impacte que un canvi en els hàbits de consum de la nostra societat podria tenir en la sostenibilitat global del planeta és inqüestionable.
Etiquetatge i informació dels productes (GRI 417)	Fora i dins de l’organització	Directa i indirecta	Un etiquetatge correcte i complet dels productes és clau per a la salut dels nostres clients, el medi ambient, ja que facilita la correcta gestió dels residus, i el compromís de transparència que té EROSKI. L’atenció diferencial i el màrqueting individualitzat tenen un alt impacte en les vendes i els índexs de satisfacció de les persones consumidores.
Gestió de clients (GRI 418)	Fora i dins de l’organització	Directa	El nou model «Amb tu» situa els clients al centre de la nostra estratègia. Oferir una atenció personalitzada i eficient és essencial per rebre una bona valoració dels clients i, per tant, per al nostre compliment. Amb la important transformació digital de l’organització, garantir la protecció de dades dels clients és també clau per a nosaltres.
Compliment legal mediambiental i socioeconòmic (GRI 307, 419)	Fora i dins de l’organització	Directa	El compliment legal en matèria socioeconòmica i ambiental és necessari per garantir l’absència d’impactes negatius en relació amb la sostenibilitat. A més, pot suposar sancions econòmiques i administratives, així com un risc reputacional.

E: Contingut propi d’EROSKI. Més informació a la pàgina 159.

Informació addicional sobre el càlcul dels indicadors presentats a la memòria

Indicador	Abast	Metodologia de càlcul/Comentaris
Informació sobre empleats directes (GRI 102-8, 405-1)	Grup EROSKI	El total d’empleats directes i socis/sòcies treballadores és una mitjana de les dades registrades durant l’últim mes de l’exercici 2017 (gener 2018). Els percentatges per tipus de contracte, jornada, edat, gènere i categoria professional corresponen a les dades a 31 de gener de 2018 (data fi de l’exercici). Aquests percentatges s’han aplicat al nombre total de persones treballadores reportat (30.501).
Índex de compensació total anual i el seu increment (GRI 102-38)	EROSKI S. Coop.	L’índex s’ha calculat tenint en compte únicament la bestreta laboral de les persones més ben pagades i la mitjana de la de la resta de socis i sòcies de la cooperativa. El 2018 s’ampliarà l’abast perquè l’índex correspongui a tot el Grup EROSKI.
Informació sobre acci- dentabilitat i formació en PRL (GRI 403-2, 404-1)	Grup EROSKI	Dades corresponents a l’any natural 2017.
Número de proveïdors i imports de compra (GRI 204)	Proveïdors de serveis: Grup EROSKI sense CAPRABO ni VEGALSA. Proveïdors comercials: Grup EROSKI (àmbit alimentari)	L’abast de les dades és igual al de la memòria 2016. A la memòria de 2018, en la informació de proveïdors comercials, s’incorporaran també les dades de VEGALSA i CAPRABO en la informació de proveïdors de serveis i dels negocis diversificats.
Envasos logístics reutilitzats (GRI 301-3)	Grup EROSKI (domini alimentari)	Dades de palets i caixes plàstiques utilitzades durant l’exercici 2017 en les plataformes gestionades per EROSKI, que es detallen en el capítol 5..
Consum energètic dins de l’organització (GRI 302-1)	Grup EROSKI*	*Les dades de consum de gas natural per a calefacció i electricitat corresponen al grup EROSKI. Les dades de consum de dièsel en operacions de transport tenen abast el grup EROSKI (domini alimentari), llevat del transport gestionat per la societat VEGALSA, que no està inclòs en aquesta memòria. No es disposa de dades de consum d’electricitat desglossat per usos. Factors de conversió utilitzats en el càlcul: • Conversió de quilowatt hora a megajoule: 1 kWh = 3,6 MJ • Consum de combustible en operacions de transport (font: estimacions pròpies d’EROSKI en funció de la seva flota): - Recorregut mitjà en transport PCO: 400 km - Consum mitjà dièsel en transport PCO: 0,37 l/km - Consums mitjans per tipus de vehicle en distribució: furgó: 0,16 l/km; 9-13 palets: 0,22 l/km; 14-16 palets: 0,28 l/km; 17-19 palets: 0,28 l/km; 20-24 palets: 0,30 l/km; tràiler: 0,36 l/km; tren de carretera: 0,39 l/km. • Conversió de litres de dièsel a gigajoules (font: "Factors d’emissió. Registre d’empremta de carboni, compensació i projectes d’absorció de diòxid de carboni". MAPAMA, 2018): - Densitat del dièsel: 832,5 kg/m - Poder calorífic del dièsel: 343 GJ/t
Consum energètic fora de l’organització (GRI 302-2)	EROSKI S. Coop.	Factor de conversió utilitzat en el càlcul: • Consum mitjà de dièsel en viatges de feina per carretera: 5,12 l/km (font: mitjana del consum als 100 km de vehicles tipus M1 disponibles en la base de dades d’IDAE).
Intensitat energètica (GRI 302-3)	Grup EROSKI	Indicadors utilitzats per calcular el consum relatiu d’energia en l’organització: • Superfície comercial: 1.356.524 m². • Vendes netes: 4.792 milions d’euros.
Reducció del consum energètic (GRI 302-4)	Grup EROSKI	S’ha seleccionat 2016 com a any base per presentar les reduccions de consum de combustible en transport i energia, per correspondre a l’exercici de la primera memòria de sostenibilitat que hem elaborat d’acord amb GRI.
Extracció d’aigua por font (GRI 303-1)	Grup EROSKI	El consum per a l’exercici 2017 s’ha calculat a partir de la despesa registrada en aigua potable. El preu mitjà de l’aigua aplicat com a factor de conversió és de 2,68€/m3, que ha estat calculat en funció dels preus d’un mostreig de factures a les diferents societats o negocis amb consum d’aigua. No es disposa d’un registre de totes les fonts de les quals extreuen l’aigua els diferents municipis que subministren a EROSKI.

Informació addicional sobre el càlcul dels indicadors presentats a la memòria

Indicador	Abast	Metodologia de càlcul/Comentaris
Abocament d’aigües	Grup EROSKI	S’ha estimat que l’aigua abocada correspon a un 99 % de l’aigua potable consumida: 1.055.157 m³.
Emissions directes de GEH (Abast 1) (GRI 305-1)	Gas natural: Grup EROSKI Refrigerants: Grup EROSKI (sense VEGALSA) Dièsel: Grup EROSKI (domini alimentari, sense VEGALSA)	• Factors de caracterització del potencial d’escalfament global utilitzats (kg CO₂,eq./kg CO₂, kg CO₂,eq/ kg CH₄, kg CO₂,eq/ kg N₂O, HFC emesos): - GWP100 de l’IPCC 2013 (font: CML, agost 2016). - Per a les mescles de refrigerants, el factor de caracterització corresponent s’ha calculat considerant la seva composició (% de cada HFC) i els factors d’emissió de GWP100-IPCC 2013 de CML (agost 2016). • Factors d’emissió de CO₂ per al gas natural (font: "Factors d’emissió. Registre d’empremta de carboni, compensació i projectes d’absorció de diòxid de carboni 2018". MAPAMA): - 0,203 kg CO₂/kWh poder calorífic net. - 0,901 kWh PC net/kWh poder calorífic superior • Els factors d’emissió de CH₄ i N₂O per al gas natural corresponen a les directrius de l’IPCC de 2006 per als inventaris nacionals de gasos amb efecte d’hivernacle (Stationary combustion. Taula 2.4). • Factor d’emissió de CO₂ per al dièsel en transport (font: Norma EN 16258 segons es recull en la Guia de càlcul de l’empremta de carboni del transport de mercaderies per carretera-2017 d’AECOC): - 2,67 kg CO₂/litre dièsel (emissió directa). • Enfocament de consolidació per a les emissions: control operacional.
Emissions indirectes de GEH en generar energia (Abast 2) (GRI 305-2)	Grup EROSKI	• Factor d’emissió de CO₂ segons el mix nacional (font: "Acord sobre els resultats del sistema de garantia d’origen i etiquetatge de l’electricitat relatiu a l’energia produïda en l’any 2016". CNMC. Abril 2018): - 0,43 kg CO₂ eq./kWh • Factor d’emissió de CO₂ segons el mix de les comercialitzadores (font: calculat en funció del % consumit per EROSKI de cada comercialitzadora i els factors d’impacte mediambiental de la CNMC de 2016 per a cada comercialitzadora): - 0,378 kg CO₂/kWh • Enfocament de consolidació per a les emissions: control operacional.
Altres emissions indirectes de GEH (abast 3) (GRI 305-3)	Producció del dièsel consumit en les operacions de transport: grup EROSKI (domini alimentari, sense VEGALSA) Viatges de feina: grup EROSKI	• Factor d’emissió de CO₂ per al dièsel en transport (font: Norma EN 16258 segons es recull en la Guia de càlcul de l’empremta de carboni del transport de mercaderies per carretera-2017 d’AECOC): - 3,24 kg CO₂,eq./litre dièsel (bressol-tomba). Per al factor "del pou al tanc" es resten els 2,67 kg CO₂/litre dièsel d’emissió directa. • Factor d’emissió de CO₂ dels viatges amb avió: calculat per Travel Air utilitzant la calculadora d’ICAO.
Intensitat de les emissions de GEH (GRI 305-4)	Veure abasts de les emissions directes i indirectes de GEH (abasts 1, 2 i 3)	Indicadors utilitzats per calcular les emissions de GEH relatives en l’organització: • Superfície comercial: 1.356.524 m². • Vendes netes: 4.792 milions d’euros.
Residus (GRI 306-1, 306-2)	Grup EROSKI (domini alimentari)	Els residus generats per EROSKI que es presenten en aquesta memòria són aquells tractats per gestors especialitzats, seleccionats amb el criteri que el reciclatge i la valorització siguin els tractaments aplicats en la majoria dels casos (només el 6 % dels residus són portats a l’abocador). No es disposa de la informació sobre els residus sòlids urbans recollits pels serveis municipals. CAPRABO gestiona en general els seus residus orgànics a través dels serveis municipals de residus, excepte a les seves botigues de Navarra, en què es disposa del servei de logística inversa. Les dades corresponents a aquesta comunitat autònoma també estan incloses en les dades proporcionades en aquesta memòria.
Aliments donats a través del programa «Rebuig zero» (E-6)	Grup EROSKI	Les dades corresponen a l’any natural 2017. S’ha utilitzat una conversió d’1 euro = 1 kg per al càlcul en tones.
Lectors revista EROSKI CONSUMER (E-6)	Tiratge complet de la revista	S’ha estimat una mitjana de 2,5 lectors per revista, amb un tiratge mensual de 111.680 exemplars.

E: Contingut propi d’EROSKI. Més informació a la pàgina 159.

Mecanismes formals de queixa i reclamació

Hi ha diferents canals a través dels quals es poden remetre queixes o reclamacions a EROSKI en relació amb les tres dimensions de la sostenibilitat. En concret:

Reclamacions, queixes i suggeriments de client:

Es poden adreçar al telèfon d'Atenció al Client d'EROSKI 944 943 444, de dilluns a dissabte, de 9.00 a 22.00 h, o emplenar el formulari disponible a www.eroski.es/contacto. En cas de voler contactar amb CAPRABO, ho poden fer a través del telèfon 93 261 60 60 en el mateix horari, o entrar a la pàgina web: www.miclubcaprabo.com/atencion-cliente. FORUM SPORT disposa del telèfon 944 286 618, també amb el mateix horari, o de l'adreça de correu electrònic: forumsport@forumsport.es.

En qualsevol d'aquests canals procedirem a registrar la seva queixa/reclamació i la gestionarem amb els responsables corresponents dins de l'organització per oferir una solució/compensació al més aviat possible.

Reclamacions relacionades amb compliment contractual o legal:

Les notificacions o els requeriments relacionats amb algun incompliment regulatori o contractual són remeses al centre o l'àrea corresponent o directament al Departament Jurídic d'EROSKI. En aquest últim cas, en funció de la matèria de la qual es tracti, el Departament Jurídic deriva a l'àrea de gestió corresponent l'escrit per obtenir una resposta. Sobre la base d'aquesta, el Departament Jurídic realitza l'escrit de contestació seguint la Llei de procediment administratiu. A més, si escau, es posarien en marxa aquelles accions adreçades a esmenar l'incompliment origen de la reclamació.

Reclamacions o queixes de persones treballadores

Per a queixes o reclamacions relacionades amb gestions administratives o pròpies del lloc, es poden adreçar al Departament Social a través del seu cap o regional de Persones o contactant amb el responsable d'Administració de Persones.

Per a denúncies relacionades amb l'incompliment del Codi de conducta corporatiu o del Pla de riscos penals, disposem d'un telèfon de contacte [94 621 12 34], una bústia electrònica [canaldenuncia@eroski.es] i un formulari per a la seva entrega física. El responsable de l'Oficina de Compliment reporta al Comitè d'Auditoria i Compliment del Consell Rector les denúncies rebudes a través del canal de

denúncia i de l'Àrea Social. El Comitè d'Auditoria supervisa el funcionament dels procediments establerts en la recepció de les consultes i les notificacions i valida la resposta que s'hi dona.

A més, comptem amb un protocol específic per al tractament dels casos d'assetjament sexual i per raó de sexe en el lloc de treball. Aquest s'inicia per la sol·licitud d'intervenció de la presumpta víctima a través del seu cap o regional de Persones, o d'algun dels membres del Consell Social. Es constitueix una comissió instructora que obre l'expedient d'investigació confidencial corresponent. Un cop finalitzat, emet un informe de conclusions, que es remet a la Direcció de Persones per adoptar les mesures proposades que consideri oportunes.

Servei d'atenció a proveïdors (SIP)

El servei d'atenció a empreses proveïdores els informa en matèria comptable i financera. És a dir, la situació de les seves factures, els venciments, els pagaments o els càrrecs emesos per part d'EROSKI. En el cas que les empreses proveïdores utilitzin aquest canal per traslladar dubtes o problemes en relació amb altres temes, se les redirigeix a les persones o els departaments corresponents.

Aquest servei també resol dubtes de gestors comercials que puguin tenir alguna incidència amb algun proveïdor o que puguin requerir alguna informació sobre l'estat dels comptes.

Les empreses proveïdores contacten amb el SIP bé per telèfon (de 8:30 a 13:30 h i de 15:00 a 16:00 h), bé per correu electrònic, el qual es va revisant i gestionant, amb una demora de no més de 2 dies, en funció de les èpoques (dies previs a pagaments, etc.). A més, les empreses proveïdores es poden registrar de forma gratuïta a la pàgina web que tenen a la seva disposició, a través de la qual poden accedir a la situació de les factures, els càrrecs, etc.

Per valorar l'eficàcia del servei, es duen a terme estadístiques de nombre de trucades rebudes per període i franja, trucades ateses, no ateses i rebudes en franges horàries fora de les establertes. A més, es controla el nombre de mails rebuts i les dates en què els han enviat les empreses proveïdores per no incórrer en demores.

Tema material

Índex de continguts GRI

Estàndards universals

GRI 102: Continguts Generals, versió 2016

Estàndard GRI	Contingut	Pàgina	Resposta Directa/Omissions	Verificació
1. Perfil de l'organització				
102-1	Nom de l'organització	10		✓
102-2	Activitats, marques, productes i serveis	11, 28, 44, 46, 111		✓
102-3	Ubicació de la seu		Barrio San Agustín, s/n. 48230. Elorrio, Vizcaya	✓
102-4	Ubicació de les operacions	11, 12	Dades de 2016 per comparar	✓

Nombre de botigues del Grup EROSKI i les seves franquícies per negoci i ensenya 2016

	Propis	Franquiciats	Total
Hipermercats			79
Supermercats			1.269
Cash&Carry			19
Gasolineres			60
Òptiques			20
Agències de viatges			160
Botigues de material esportiu FORUM SPORT			52
Perfumeries iF			169
Botigues <i>online</i>			9
TOTAL	1.369	468	1.837

Ensenya

	Propis	Franquiciats	Total
EROSKI/city			479
CAPRABO			322
EROSKI/center			159
ALIPROX			151
FAMILIA			79
ONDA			74
RAPID			5
TOTAL	790	489	1.279

Distribució per comunitat autònoma i negoci dels establiments 2016

	Propis							Franquiciats						
	Cash & Carry	Gasolineres	Hipermercats	FORUM SPORT	Supermercats	Agències de viatges	Òptiques	Total	Hipermercats	Supermercats	Agències de viatges	FORUM SPORT	Total	Total
Andalusia	7	10			1	3		21	51	1			52	73
Andorra								0	8				8	8
Aragó		2		2	36	5		45	21				21	66
Astúries	1	2	1	5	10	5		24	1				1	25
Cantàbria		1	1	4	8	5		19	8	3			11	30
Castella i Lleó		1	1	12	21	9		44	5	2	1		8	52
Castella La Manxa		4	5			2	2	13	4				4	17
Catalunya	1	2	1	247	3			254	1	56			57	311
Ceuta								0	1				1	1
Com. Valenciana	3	4	2		1			10	1				1	11
Extremadura		1			1			2	2				2	4
Galícia	18	3	5	1	149	5		181	128	1			129	310
Gibraltar								0	2				2	2
Illes Balears	2				109			111	74				74	185
Illes Canàries			1					1					0	1
La Rioja	1	1	3	10	7			22	4				4	26
Madrid						4		4	8				8	12
Melilla								0	1				1	1
Múrcia	3	3	1					7		1			1	8
Navarra	3	2	6	54	14	1		80	27	2			29	109
País Basc	17	21	21	146	78	10		293	89	9			98	391
Total general	19	50	58	58	790	140	16	1.131*	3	489	19	1	512	1.643*

* En aquesta taula no es comptabilitzen les botigues *online*.

A l'efecte d'oferir una imatge més actualitzada, les dades de xarxa comercial incloses en aquest mapa i taula no tenen en compte els establiments pendents de ser traspassats durant el primer semestre de 2017.

102-5	Propietat i forma jurídica	10		✓
102-6	Mercats servits	11-14		✓

Estàndard GRI	Contingut	Pàgina	Resposta Directa/Omissions	Verificació																																																																																																																						
102-7	Mida de l'organització	11, 18, 66	Dades de 2016 per comparar Nombre total de persones ocupades 2016 <table><tr><td></td><td>TOTAL</td><td>%</td></tr><tr><td>Dones</td><td>26.005</td><td>78,4%</td></tr><tr><td>Homes</td><td>7.157</td><td>21,6%</td></tr><tr><td>Total</td><td>33.162</td><td></td></tr></table> <table><tr><td></td><td>TOTAL</td><td>%</td></tr><tr><td>Socis/es</td><td>11.352</td><td>34,2%</td></tr></table> Llocs de treball en franquícies estimats 3.044 Tot el personal directe d'EROSKI opera a Espanya.		TOTAL	%	Dones	26.005	78,4%	Homes	7.157	21,6%	Total	33.162			TOTAL	%	Socis/es	11.352	34,2%	✓																																																																																																				
	TOTAL	%																																																																																																																								
Dones	26.005	78,4%																																																																																																																								
Homes	7.157	21,6%																																																																																																																								
Total	33.162																																																																																																																									
	TOTAL	%																																																																																																																								
Socis/es	11.352	34,2%																																																																																																																								
102-8	Informació sobre empleats i altres treballadors	66, 144	Dades de 2016 per comparar Nombre total de persones ocupades per tipus de contracte 2016 <table><tr><td></td><td colspan="3">Nombre de personal</td><td>% Total</td></tr><tr><td></td><td>Dones</td><td>Homes</td><td>Total</td><td>Total</td></tr><tr><td>Nº treballadors amb contracte permanent</td><td>20.568</td><td>5.260</td><td>25.818</td><td>77,9%</td></tr><tr><td>Nº treballadors amb contracte temporal</td><td>5.437</td><td>1.907</td><td>7.344</td><td>22,1%</td></tr></table> Per substitucions temporals, la plantilla temporal és del 29% a l'estiu i del 25% per Nadal. Nombre total de persones ocupades per tipus de jornada 2016 <table><tr><td></td><td colspan="3">Nombre de personal</td><td>% Total</td></tr><tr><td></td><td>Dones</td><td>Homes</td><td>Total</td><td>Total</td></tr><tr><td>Nº treballadors a jornada completa</td><td>13.486</td><td>5.795</td><td>19.281</td><td>58,1%</td></tr><tr><td>Nº personal a jornada reduïda</td><td>12.519</td><td>1.362</td><td>13.881</td><td>41,9%</td></tr></table>		Nombre de personal			% Total		Dones	Homes	Total	Total	Nº treballadors amb contracte permanent	20.568	5.260	25.818	77,9%	Nº treballadors amb contracte temporal	5.437	1.907	7.344	22,1%		Nombre de personal			% Total		Dones	Homes	Total	Total	Nº treballadors a jornada completa	13.486	5.795	19.281	58,1%	Nº personal a jornada reduïda	12.519	1.362	13.881	41,9%	✓																																																																														
	Nombre de personal			% Total																																																																																																																						
	Dones	Homes	Total	Total																																																																																																																						
Nº treballadors amb contracte permanent	20.568	5.260	25.818	77,9%																																																																																																																						
Nº treballadors amb contracte temporal	5.437	1.907	7.344	22,1%																																																																																																																						
	Nombre de personal			% Total																																																																																																																						
	Dones	Homes	Total	Total																																																																																																																						
Nº treballadors a jornada completa	13.486	5.795	19.281	58,1%																																																																																																																						
Nº personal a jornada reduïda	12.519	1.362	13.881	41,9%																																																																																																																						
102-9	Cadena de subministrament	84, 86-93	Dades de 2016 per comparar Nombre de proveïdors comercials y de serveis per país 2016 <table><tr><td>País</td><td>Nombre d'empreses proveïdores</td></tr><tr><td>Espanya</td><td>9.050</td></tr><tr><td>Xina</td><td>93</td></tr><tr><td>França</td><td>67</td></tr><tr><td>Portugal</td><td>33</td></tr><tr><td>Regne Unit</td><td>21</td></tr><tr><td>Holanda</td><td>11</td></tr><tr><td>Bèlgica</td><td>16</td></tr><tr><td>Alemanya</td><td>10</td></tr><tr><td>Itàlia</td><td>16</td></tr><tr><td>Bangladesh</td><td>9</td></tr><tr><td>Dinamarca</td><td>7</td></tr><tr><td>EUA</td><td>5</td></tr><tr><td>Noruega</td><td>7</td></tr><tr><td>Pakistan</td><td>5</td></tr><tr><td>Andorra</td><td>43</td></tr><tr><td>Irlanda</td><td>7</td></tr><tr><td>Vietnam</td><td>4</td></tr><tr><td>Suïssa</td><td>6</td></tr><tr><td>Taiilàndia</td><td>2</td></tr><tr><td>Altres països*</td><td>8</td></tr></table> * Hi ha una empresa proveïdora a cadascun dels següents països: Grècia, Corea del Sud, Polònia, Eslovàquia, Tunísia, Canadà, Luxemburg i Israel. Nombre de proveïdors comercials i productors locals per comunitat autònoma 2016 <table><tr><td>Comunitat Autònoma</td><td>Nombre de proveïdors comercials</td><td>Nombre de petits productors locals</td><td>% proveïdors regionals respecte el total de proveïdors comercials</td></tr><tr><td>Andalusia</td><td>405</td><td>281</td><td>69%</td></tr><tr><td>Aragó</td><td>148</td><td>88</td><td>59%</td></tr><tr><td>Astúries</td><td>103</td><td>80</td><td>78%</td></tr><tr><td>Balears</td><td>194</td><td>154</td><td>79%</td></tr><tr><td>Canàries</td><td>99</td><td>60</td><td>61%</td></tr><tr><td>Castàlia</td><td>102</td><td>77</td><td>77%</td></tr><tr><td>Castella i Lleó</td><td>285</td><td>197</td><td>69%</td></tr><tr><td>Castella-La Manxa</td><td>223</td><td>169</td><td>76%</td></tr><tr><td>Catalunya</td><td>983</td><td>539</td><td>55%</td></tr><tr><td>Ceuta</td><td>5</td><td>5</td><td>100%</td></tr><tr><td>Comunitat Valenciana</td><td>309</td><td>120</td><td>39%</td></tr><tr><td>Extremadura</td><td>74</td><td>59</td><td>80%</td></tr><tr><td>Galícia</td><td>542</td><td>299</td><td>66%</td></tr><tr><td>La Rioja</td><td>94</td><td>67</td><td>71%</td></tr><tr><td>Madrid</td><td>352</td><td>56</td><td>16%</td></tr><tr><td>Múrcia</td><td>148</td><td>94</td><td>64%</td></tr><tr><td>Navarra</td><td>196</td><td>149</td><td>76%</td></tr><tr><td>País Basc</td><td>457</td><td>284</td><td>62%</td></tr></table>	País	Nombre d'empreses proveïdores	Espanya	9.050	Xina	93	França	67	Portugal	33	Regne Unit	21	Holanda	11	Bèlgica	16	Alemanya	10	Itàlia	16	Bangladesh	9	Dinamarca	7	EUA	5	Noruega	7	Pakistan	5	Andorra	43	Irlanda	7	Vietnam	4	Suïssa	6	Taiilàndia	2	Altres països*	8	Comunitat Autònoma	Nombre de proveïdors comercials	Nombre de petits productors locals	% proveïdors regionals respecte el total de proveïdors comercials	Andalusia	405	281	69%	Aragó	148	88	59%	Astúries	103	80	78%	Balears	194	154	79%	Canàries	99	60	61%	Castàlia	102	77	77%	Castella i Lleó	285	197	69%	Castella-La Manxa	223	169	76%	Catalunya	983	539	55%	Ceuta	5	5	100%	Comunitat Valenciana	309	120	39%	Extremadura	74	59	80%	Galícia	542	299	66%	La Rioja	94	67	71%	Madrid	352	56	16%	Múrcia	148	94	64%	Navarra	196	149	76%	País Basc	457	284	62%	✓
País	Nombre d'empreses proveïdores																																																																																																																									
Espanya	9.050																																																																																																																									
Xina	93																																																																																																																									
França	67																																																																																																																									
Portugal	33																																																																																																																									
Regne Unit	21																																																																																																																									
Holanda	11																																																																																																																									
Bèlgica	16																																																																																																																									
Alemanya	10																																																																																																																									
Itàlia	16																																																																																																																									
Bangladesh	9																																																																																																																									
Dinamarca	7																																																																																																																									
EUA	5																																																																																																																									
Noruega	7																																																																																																																									
Pakistan	5																																																																																																																									
Andorra	43																																																																																																																									
Irlanda	7																																																																																																																									
Vietnam	4																																																																																																																									
Suïssa	6																																																																																																																									
Taiilàndia	2																																																																																																																									
Altres països*	8																																																																																																																									
Comunitat Autònoma	Nombre de proveïdors comercials	Nombre de petits productors locals	% proveïdors regionals respecte el total de proveïdors comercials																																																																																																																							
Andalusia	405	281	69%																																																																																																																							
Aragó	148	88	59%																																																																																																																							
Astúries	103	80	78%																																																																																																																							
Balears	194	154	79%																																																																																																																							
Canàries	99	60	61%																																																																																																																							
Castàlia	102	77	77%																																																																																																																							
Castella i Lleó	285	197	69%																																																																																																																							
Castella-La Manxa	223	169	76%																																																																																																																							
Catalunya	983	539	55%																																																																																																																							
Ceuta	5	5	100%																																																																																																																							
Comunitat Valenciana	309	120	39%																																																																																																																							
Extremadura	74	59	80%																																																																																																																							
Galícia	542	299	66%																																																																																																																							
La Rioja	94	67	71%																																																																																																																							
Madrid	352	56	16%																																																																																																																							
Múrcia	148	94	64%																																																																																																																							
Navarra	196	149	76%																																																																																																																							
País Basc	457	284	62%																																																																																																																							

Estàndard GRI	Contingut	Pàgina	Resposta Directa/Omissions	Verificació										
102-10	Canvis significatius en l'organització i la seva cadena de subministrament	13, 18, 86, 87	Dades de 2016 per comparar Noves obertures 2016 <table><tr><td>Supermercats</td><td>44</td></tr><tr><td>Gasolineres</td><td>3</td></tr><tr><td>Agències de viatges</td><td>2</td></tr><tr><td>FORUM SPORT</td><td>7</td></tr><tr><td>Perfumeria</td><td>1</td></tr></table>	Supermercats	44	Gasolineres	3	Agències de viatges	2	FORUM SPORT	7	Perfumeria	1	✓
Supermercats	44													
Gasolineres	3													
Agències de viatges	2													
FORUM SPORT	7													
Perfumeria	1													
102-11	Principi o enfocament de precaució	42, 101, 110		✓										
102-12	Iniciatives externes	30,31,63, 109,111, 115,117		✓										
102-13	Afiliació a associacions	26, 27, 101		✓										
2. Estratègia														
102-14	Declaració d'alts executius responsables de la presa de decisions	4-5		✓										
102-15	Principals impactes, riscos i oportunitats	Informació confidencial. El mapa de riscos i impactes s'ha revisat al llarg de 2017.		✓										
3. Ètica														
102-16	Valors, principis, estàndards i normes de conducta	15,24,25, 62-65, 70-71		✓										
4. Governança														
102-18	Estructura de Governança	20-24	La informació detallada sobre l'estructura de governança està disponible a l'informe anual de govern corporatiu als apartats A (estructura de la propietat), B (Assemblea General) i C (estructura de l'Administració).	✓										
102-19	Delegació d'autoritat	20-21		✓										
102-20	Responsabilitat a nivell executiu de temes econòmics, ambientals i socials	20-24		✓										
102-21	Consulta de grups d'interès sobre temes econòmics, ambientals i socials	20-23		✓										
102-22	Composició del màxim òrgan de govern i els seus comitès	20-23, 72		✓										
102-23	President del màxim òrgan de govern	20-21		✓										
102-24	Nominació i selecció del màxim òrgan de govern	20-23		✓										
102-25	Conflicte d'interès	25	La informació detallada és a l'apartat D.4 de l'informe anual de govern corporatiu.	✓										
102-26	Funció del màxim òrgan de govern en la selecció d'objectius, valors i estratègia	20-23		✓										
102-27	Coneixements col·lectius del màxim òrgan de govern	20-22		✓										
102-28	Avaluació de l'acompliment del màxim òrgan de govern	20-22		✓										
102-29	Identificació i gestió dels impactes econòmics, ambientals i socials	25		✓										
102-30	Eficàcia dels processos de gestió del risc	25		✓										
102-31	Avaluació de temes econòmics, ambientals i socials	20-23, 25		✓										
102-32	Funció del màxim òrgan de govern en l'elaboració d'informes de sostenibilitat		El responsable de l'aprovació de continguts d'aquesta memòria és el director de Salut i Sostenibilitat d'EROSKI. El 2017, la informació no financera inclosa en l'Informe de gestió i els comptes anuals serà, a més, revisada i aprovada pel Comitè d'Auditoria i el Consell Rector.	✓										
102-33	Comunicació de preocupacions crítiques	20-21		✓										
102-34	Natura i nombre de total de preocupacions crítiques		Informació confidencial. Les preocupacions crítiques notificades al Consell Rector són registrades en les actes de les sessions corresponents i no es publiquen fora de l'organització.	✓										
102-35	Polítiques de remuneració	70		✓										
102-36	Procés per determinar la remuneració	70		✓										
102-37	Involucració dels grups d'interès en la remuneració	70		✓										
102-38	Ràtio de compensació total anual	70, 144	La persona amb una remuneració més gran el 2017 va ser el president d'EROSKI S. Coop., Agustín Markaide.	✓										
102-39	Ràtio de l'increment percentual de la compensació total anual	70		✓										
5. Participació grups d'interès														
102-40	Llista dels grups d'interès	37		✓										
102-41	Acords de negociació col·lectiva	68		✓										
102-42	Identificació i selecció de grups d'interès	37		✓										
102-43	Enfocament per a la participació dels grups d'interès	20-21		✓										
102-44	Temes i preocupacions clau esmentats	38	S'utilitzen els mecanismes de comunicació específics de cada grup d'interès per donar resposta a les preocupacions que plantegen a l'organització, a més de canals genèrics com la pàgina web, la memòria anual o els comunicats de premsa. A més, les preocupacions clau es tenen en consideració en el disseny dels plans estratègics i de gestió.	✓										
6. Pràctiques per a l'elaboració d'informes														
102-45	Entitats incloses en estats financers consolidats		El llistat complet es troba a les pàgines 97 a 102 de l'Informe financer anual consolidat d'EROSKI, disponible en el web www.cnmv.es.	✓										
102-46	Definició dels continguts dels informes i les cobertures del tema	140-143		✓										
102-47	Llista dels temes materials	142		✓										

Tema material

Estàndard GRI	Contingut	Pàgina	Resposta Directa/Omissions	Verificació
102-48	Reexpressió de la informació	108	El 2016 es van donar dades de desplaçaments per carretera en viatges de feina únicament d'EROSKI S. Coop. Aquest any es donen dades de tot el Grup EROSKI. A la versió impresa de 2016, a la pàgina 102 hi havia una errada en el total de residus i el total de residus no perillosos. Són 47.798 tones i 47.760 tones, respectivament. En la informació no financera inclosa com a annex als comptes anuals consolidats d'EROSKI —disponibles a www.cnmv.es — es va utilitzar el valor de tots els ingressos ordinaris (operacions continuades i interrompudes, 4.848 milions d'euros) per als índexs d'energia i emissions. En aquesta memòria es fa servir la dada de 4.792.000, que correspon als ingressos ordinaris per operacions continuades. També s'ha actualitzat la dada d'aportacions d'acció social per a l'entorn, la cultura i l'esport (250 euros menys).	✓
102-49	Canvis en l'elaboració d'informes	140		✓
102-50	Període objecte de l'informe		Exercici 2017: d'1 de febrer de 2017 a 31 de gener de 2018	✓
102-51	Data de l'últim informe		Exercici 2016	✓
102-52	Cicle d'elaboració d'informes		Anual	✓
102-53	Punt de contacte per a preguntes sobre l'informe		sostenibilidad@eroski.es	✓
102-54	Declaració d'elaboració de l'informe de conformitat amb els estàndards GRI		Aquest informe s'ha elaborat de conformitat amb els estàndards GRI (opció essencial).	✓
102-55	Índex de continguts GRI	147-159		✓
102-56	Verificació externa	162		✓

Estàndards temàtics

GRI 200: Temes econòmics, versió 2016

GRI 201: Acompliment econòmic

103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	142		✓
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	146, 18, 19		✓
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	18, 19		✓
201-1	Valor econòmic directe generat i distribuït	18	Els comptes anuals consolidats del Grup EROSKI estan disponibles al web www.cnmv.es .	✓
201-4	Assistència financera rebuda del govern		La informació sobre les subvencions anuals rebudes està detallada a la nota 26, pàgina 88, del PDF dels comptes anuals consolidats d'EROSKI, disponibles a www.cnmv.es . A més, la nota 15 de la pàgina 60 del PDF conté informació sobre deduccions i bonificacions sobre els guanys.	✓

GRI 202: Presència en el mercat

103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	70		✓
202-1	Ràtio del sou de categoria inicial estàndard per sexe enfront del sou mínim local	70	Dades de 2016 per comparar	✓

Retribució base anual a Eroski S. Coop. per cada categoria laboral 2016

	Anual amb pagues extres (Euros)	Hora (1.837,5h de treball efectiu a l'any)	% d'increment respecte al salari mínim interprofessional a Espanya (707,6 euros)
Professionals	14.243	7,75	55%
Responsables	15.645	8,51	71%
Tècnics	23.449	12,76	156%
Caps	26.291	14,31	187%
Gestors	36.239	19,72	295%
Directius	44.948	24,46	390%

202-2	Proporció d'alts directius contractats de la comunitat local		Informació no disponible. No es registra el lloc de residència dels empleats abans de ser contractats per EROSKI, sinó el lloc de residència en el temps de durada del contracte.	✓
-------	--	--	---	---

GRI 203: Impactes econòmics indirectes

103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	142		✓
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	19		✓
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	19		✓
203-1	Inversions en infraestructures i serveis prestats	19		✓
203-2	Impactes econòmics indirectes significatius	19		✓

GRI 204: Pràctiques d'adquisició

103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	142		✓
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	86-97		✓
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	86-97		✓
204-1	Proporció de despesa en proveïdors locals	86, 144	Dades de 2016 per comparar	✓
			Empreses proveïdores comercials i de serveis	Més de 9.400
			Transaccions econòmiques	Més de 4.693 milions d'euros
			Articles diferents en l'últim exercici	Més de 117.000
			Despesa en proveïdors que corresponen a empreses situades en el territori espanyol	98%
			Proveïdors locals i regionals de la nostra cadena de subministrament comercial	Més del 50%

GRI 205: Anticorrupció

103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	142		✓
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	24-25		✓
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	24-25		✓
205-1	Operacions avaluades per a riscos relacionats amb la corrupció	24	Els riscos identificats en l'anàlisi no es poden reportar, ja que es tracta d'informació confidencial de l'organització.	✓
205-2	Comunicació i formació sobre polítiques i procediments anticorrupció		El 2018 es preveu llançar una comunicació massiva a tota la plantilla per donar a conèixer les eines de compliment (compliance) accessibles a través de la intranet.	✓
205-3	Casos de corrupció confirmats i mesures preses		No s'ha identificat cap cas de corrupció el 2017.	✓

GRI 300 Temes ambientals, versió 2016

Estàndard GRI	Contingut	Pàgina	Resposta Directa/Omissions	Verificació
GRI 301: Materials				
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	142		✓
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	100-101, 110, 111, 115		✓
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	100-102, 110, 111, 115		✓
301-1	Materials utilitzats per pes o volum	102	Les dades de materials d'envasos i productes inclosos en la memòria únicament corresponen als materials declarats als sistemes col·lectius de responsabilitat ampliada de productor (ECOEMBES, ECOTIC, ECOPILAS, SIGAUS i AMBILAMP). No es disposa d'informació centralitzada sobre la quantitat i el tipus de materials utilitzats en els més de 110.000 articles diferents comercialitzats, que també inclouen marques de fabricant.	✓

Dades de 2016 per comparar

Materials utilitzats en els productes i els envasos de marca pròpia declarats als sistemes col·lectius de responsabilitat ampliada del productor 2016

Envasos i embalatges

Tipus de material	Tones
No Renewable	1.449
Acer	294
Alumini	37
Altres	7
Plàstic	1.111
Renovable	1.670
Ceràmica	5
Paper/Cartró/Fusta/Suro	1.486
Vidre	179
Total	3.119

Tipus de material	Tones
Piles	100
Làmpades fluorescents compactes	0,001
Oil	4
Aparells elèctrics i electrònics	1.477

Paper consumit en publicitat i la seu social d'EROSKI 2016

	Tones
Fullets de publicitat*	4.949
Revistes**	369
Seu***	12
Total	5.330

* Tot el paper compta amb la certificació PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification schemes), que garanteix que prové de boscos gestionats de manera sostenible.
** Tot el paper compta amb la certificació FSC® (Forest Stewardship Council®), que garanteix una gestió forestal responsable.
*** Utilitzem un paper ecoeficient amb un gramatge menor que ha permès reduir un 9 % les tones de paper consumides el 2016.

301-2	Entrades reciclades		Alguns dels nostres envasos de productes de marca EROSKI contenen materials reciclats (safates de carn i peix, oueres, etc.). Tanmateix, no es disposa d'informació centralitzada sobre la quantitat i el tipus de materials utilitzats en els més de 110.000 articles diferents comercialitzats, que també inclouen marques de fabricant.	✓
-------	---------------------	--	--	---

301-3	Productes reutilitzats i materials d'envasament	102, 144	Dades de 2016 per comparar	✓
Envasos logístics reutilitzats 2016				
Material		Unitats		
Palets reutilitzats		4.911.481		
Caixes plàstiques reutilitzades		42.889.880		

S'estima un 15 % de trencament en els palets i les caixes plàstiques que utilitzem, casos en què intentem reutilitzar-ne les peces en altres envasos logístics o reciclar-los.

GRI 302: Energia

103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	142		✓
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	100-101, 110, 116, 118		✓
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	100-101, 103, 110, 116, 118		✓
302-1	Consum energètic dintre de l'organització	103, 144	No s'ha venut energia durant el 2017.	✓

Dades de 2016 per comparar

Consum energètic 2016

Energia consumida	kWh	GJ
Total	877.675.027	3.159.630

Origen	Percentatge
Gas natural	2%
Dièsel	23%
Electricitat	76%

Estàndard GRI	Contingut	Pàgina	Resposta Directa/Omissions	Verificació																																														
302-2	Consum energètic fora de l'organització	103,144	+ 2.545.600kWh (9.164 GJ) estimats de consum de dièsel en desplaçaments per carretera en viatges de feina (consum d'energia fora de l'organització). Dades de 2016 per comparar Electricitat 2016 <table><tr><td>Electricitat</td><td>kWh</td><td>GJ</td></tr><tr><td>Total</td><td>664.021.803</td><td>2.390.478</td></tr><tr><td>Electricitat</td><td>Percentatge</td><td></td></tr><tr><td>Hipermercats</td><td>30%</td><td></td></tr><tr><td>Supermercats</td><td>56%</td><td></td></tr><tr><td>Plataformes</td><td>8%</td><td></td></tr><tr><td>Altres</td><td>6%</td><td></td></tr></table>	Electricitat	kWh	GJ	Total	664.021.803	2.390.478	Electricitat	Percentatge		Hipermercats	30%		Supermercats	56%		Plataformes	8%		Altres	6%		✓																									
Electricitat	kWh	GJ																																																
Total	664.021.803	2.390.478																																																
Electricitat	Percentatge																																																	
Hipermercats	30%																																																	
Supermercats	56%																																																	
Plataformes	8%																																																	
Altres	6%																																																	
302-3	Intensitat energètica	103,144	Dades de 2016 per comparar Ràtio d'intensitat energètica a EROSKI 2016 <table><tr><td>kWh/m2 superfície comercial *</td><td>575</td></tr><tr><td>kWh/€ vendes netes</td><td>0,16</td></tr></table> * El càlcul es fa segons els m² al final de l'exercici. Gas natural 2016 <table><tr><td>Gas natural</td><td>kWh</td><td>GJ</td></tr><tr><td>Total</td><td>13.467.780</td><td>48.484</td></tr><tr><td>Gas natural</td><td>Percentatge</td><td></td></tr><tr><td>intensitat energètica</td><td>67%</td><td></td></tr><tr><td>Supermercats</td><td>2,1%</td><td></td></tr><tr><td>Plataformes</td><td>30,1%</td><td></td></tr><tr><td>Altres</td><td>0,3%</td><td></td></tr></table> Dièsel 2016 <table><tr><td>Dièsel</td><td>kWh</td><td>GJ</td></tr><tr><td>Total</td><td>200.185.444</td><td>720.668</td></tr><tr><td>Dièsel</td><td>Percentatge</td><td></td></tr><tr><td>Compra en origen</td><td>35%</td><td></td></tr><tr><td>Distribució a botiga</td><td>65%</td><td></td></tr><tr><td>Plataformes</td><td>30,1%</td><td></td></tr><tr><td>Altres</td><td>0,3%</td><td></td></tr></table>	kWh/m2 superfície comercial *	575	kWh/€ vendes netes	0,16	Gas natural	kWh	GJ	Total	13.467.780	48.484	Gas natural	Percentatge		intensitat energètica	67%		Supermercats	2,1%		Plataformes	30,1%		Altres	0,3%		Dièsel	kWh	GJ	Total	200.185.444	720.668	Dièsel	Percentatge		Compra en origen	35%		Distribució a botiga	65%		Plataformes	30,1%		Altres	0,3%		✓
kWh/m2 superfície comercial *	575																																																	
kWh/€ vendes netes	0,16																																																	
Gas natural	kWh	GJ																																																
Total	13.467.780	48.484																																																
Gas natural	Percentatge																																																	
intensitat energètica	67%																																																	
Supermercats	2,1%																																																	
Plataformes	30,1%																																																	
Altres	0,3%																																																	
Dièsel	kWh	GJ																																																
Total	200.185.444	720.668																																																
Dièsel	Percentatge																																																	
Compra en origen	35%																																																	
Distribució a botiga	65%																																																	
Plataformes	30,1%																																																	
Altres	0,3%																																																	
302-4	Reducció del consum energètic	103,144		✓																																														
GRI 303: Aigua																																																		
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	100-101,110		✓																																														
303-1	Extracció d'aigua per font	105, 144	L'aigua que consumeixen les nostres botigues, plataformes i seus és servida per xarxes municipals de proveïment d'aigua potable, les quals gestionen directament la captació i potabilització de l'aigua distribuïda. Dades de 2016 per comparar Consum d'aigua 2016 <table><tr><td>Consum d'aigua</td><td>m³ estimats</td></tr><tr><td>Total</td><td>1.763.459 m³</td></tr></table> <table><tr><td>Ubicació</td><td>Percentatge</td></tr><tr><td>Supermercats</td><td>59%</td></tr><tr><td>Hipermercats</td><td>26%</td></tr><tr><td>Plataformes</td><td>9%</td></tr><tr><td>Altres negocis</td><td>6%</td></tr></table>	Consum d'aigua	m³ estimats	Total	1.763.459 m³	Ubicació	Percentatge	Supermercats	59%	Hipermercats	26%	Plataformes	9%	Altres negocis	6%	✓																																
Consum d'aigua	m³ estimats																																																	
Total	1.763.459 m³																																																	
Ubicació	Percentatge																																																	
Supermercats	59%																																																	
Hipermercats	26%																																																	
Plataformes	9%																																																	
Altres negocis	6%																																																	
303-2	Fonts d'aigua significativament afectades per l'extracció d'aigua		No hi ha constància de cap font significativament afectada per l'extracció d'aigua per al consum d'aigua d'EROSKI.	✓																																														
303-3	Aigua reciclada i reutilitzada		No es recicla ni es reutilitza aigua en l'organització.	✓																																														
GRI 304: Biodiversitat																																																		
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	142		✓																																														
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	100-101,110		✓																																														
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	100-101,110		✓																																														
304-1	Centres d'operacions en propietat, arrendats o gestionats ubicats dins o al costat d'àrees protegides o zones de gran valor per a la biodiversitat fora d'àrees protegides	106	S'està treballant per aportar informació sobre aquest indicador en les properes memòries.	✓																																														
304-2	Impactes significatius de les activitats, els productes i els serveis en la biodiversitat	111-113	No es disposa d'aquesta informació, més enllà dels productes amb segells de sostenibilitat ambiental.	✓																																														
304-3	Hàbitats protegits o restaurats		No s'ha restaurat ni protegit cap hàbitat en relació amb la nostra activitat.	✓																																														
304-4	Espècies que apareixen en la Llista Vermella de la UICN i en llistats nacionals de conservació els hàbitats de les quals es trobin en àrees afectades per les operacions		S'està treballant per aportar informació sobre aquest indicador en les properes memòries.	✓																																														

Estàndard GRI	Contingut	Pàgina	Resposta Directa/Omissions	Verificació																															
GRI 305: Emissions																																			
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	142		✓																															
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	100-101, 108, 110, 111, 115, 117, 118, 119		✓																															
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	100-101, 108, 110, 111, 115, 117, 118, 119		✓																															
305-1	Emissions directes de GEH (Abast 1)	108, 109, 145	Tots els refrigerants consumits per EROSKI el 2016 per compensar fuites tenen un potencial d'esgotament de l'ozó nul (substàncies no incloses en els annexos A, B, C i E del Protocol de Montreal). Dades de 2016 per comparar Refrigerants consumits el 2016 <table><tr><td>Refrigerants</td><td>Tones</td></tr><tr><td>Total</td><td>41,5</td></tr></table> <table><tr><td>Ubicació</td><td>Percentatge</td></tr><tr><td>R-407F</td><td>31%</td></tr><tr><td>R-442A</td><td>31%</td></tr><tr><td>R-449A</td><td>15%</td></tr><tr><td>R-448A</td><td>10%</td></tr><tr><td>Altres</td><td>13%</td></tr></table> Emissions directes (Abast 1) 2016 <table><tr><td>Emissions directes (Abast 1)</td><td>† CO₂ eq./any</td><td>Percentatge</td></tr><tr><td>Total</td><td>128.231</td><td>100%</td></tr><tr><td>Gas natural</td><td>2.464</td><td>2%</td></tr><tr><td>Transport</td><td>53.752</td><td>42%</td></tr><tr><td>Refrigerants</td><td>72.015</td><td>56%</td></tr></table>	Refrigerants	Tones	Total	41,5	Ubicació	Percentatge	R-407F	31%	R-442A	31%	R-449A	15%	R-448A	10%	Altres	13%	Emissions directes (Abast 1)	† CO ₂ eq./any	Percentatge	Total	128.231	100%	Gas natural	2.464	2%	Transport	53.752	42%	Refrigerants	72.015	56%	✓
Refrigerants	Tones																																		
Total	41,5																																		
Ubicació	Percentatge																																		
R-407F	31%																																		
R-442A	31%																																		
R-449A	15%																																		
R-448A	10%																																		
Altres	13%																																		
Emissions directes (Abast 1)	† CO ₂ eq./any	Percentatge																																	
Total	128.231	100%																																	
Gas natural	2.464	2%																																	
Transport	53.752	42%																																	
Refrigerants	72.015	56%																																	
305-2	Emissions indirectes de GEH en generar energia (Abast 2)	108, 109, 145	Dades de 2016 per comparar Emissions indirectes (Abast 2) 2016 <table><tr><td>Emissions indirectes (Abast 2)</td><td>† CO₂ eq./any (mitjana Espanya)</td><td>† CO₂ eq./any (mix de comercialitzadores)</td><td>Percentatge</td></tr><tr><td>Total</td><td>239.048</td><td>215.143</td><td>100%</td></tr><tr><td>Hipermercats</td><td>71.248</td><td>64.123</td><td>30%</td></tr><tr><td>Supermercats</td><td>134.391</td><td>120.952</td><td>56%</td></tr><tr><td>Plataformes</td><td>19.216</td><td>17.294</td><td>8%</td></tr><tr><td>Altres negocis</td><td>14.193</td><td>12.774</td><td>6%</td></tr></table>	Emissions indirectes (Abast 2)	† CO ₂ eq./any (mitjana Espanya)	† CO ₂ eq./any (mix de comercialitzadores)	Percentatge	Total	239.048	215.143	100%	Hipermercats	71.248	64.123	30%	Supermercats	134.391	120.952	56%	Plataformes	19.216	17.294	8%	Altres negocis	14.193	12.774	6%	✓							
Emissions indirectes (Abast 2)	† CO ₂ eq./any (mitjana Espanya)	† CO ₂ eq./any (mix de comercialitzadores)	Percentatge																																
Total	239.048	215.143	100%																																
Hipermercats	71.248	64.123	30%																																
Supermercats	134.391	120.952	56%																																
Plataformes	19.216	17.294	8%																																
Altres negocis	14.193	12.774	6%																																
305-3	Altres emissions indirectes de GEH (Abast 3)	108, 109, 145	Dades de 2016 per comparar Altres emissions indirectes (Abast 3) 2016 <table><tr><td>Altres emissions indirectes (Abast 3)</td><td>† CO₂ eq./any</td><td>Percentatge</td></tr><tr><td>Total</td><td>12.660</td><td>100%</td></tr><tr><td>Viatges de treball (emissions combustió)</td><td>1.039</td><td>8%</td></tr><tr><td>Dièsel transport (del pou al tanc)</td><td>11.475</td><td>91%</td></tr><tr><td>Diesel viatges de treball (del pou al tanc)</td><td>146</td><td>1%</td></tr></table>	Altres emissions indirectes (Abast 3)	† CO ₂ eq./any	Percentatge	Total	12.660	100%	Viatges de treball (emissions combustió)	1.039	8%	Dièsel transport (del pou al tanc)	11.475	91%	Diesel viatges de treball (del pou al tanc)	146	1%	✓																
Altres emissions indirectes (Abast 3)	† CO ₂ eq./any	Percentatge																																	
Total	12.660	100%																																	
Viatges de treball (emissions combustió)	1.039	8%																																	
Dièsel transport (del pou al tanc)	11.475	91%																																	
Diesel viatges de treball (del pou al tanc)	146	1%																																	
305-4	Intensitat de les emissions de GEH	108, 109, 145	Dades de 2016 per comparar Intensitat de les emissions de GEH 2016 <table><tr><td>Tipus d'emissions</td><td>† CO₂ eq./€ vendes netes</td><td>† CO₂ eq./m² superfície comercial*</td></tr><tr><td>Total</td><td>67,3</td><td>231,8</td></tr><tr><td>Abast 1</td><td>24,3</td><td>83,7</td></tr><tr><td>Abast 2</td><td>40,7</td><td>140,3</td></tr><tr><td>Abast 3</td><td>2,4</td><td>8,3</td></tr></table> *El càlcul es fa segons els m² al final de l'exercici, que han disminuït al llarg del 2016 per desinversions a la xarxa	Tipus d'emissions	† CO ₂ eq./€ vendes netes	† CO ₂ eq./m² superfície comercial*	Total	67,3	231,8	Abast 1	24,3	83,7	Abast 2	40,7	140,3	Abast 3	2,4	8,3	✓																
Tipus d'emissions	† CO ₂ eq./€ vendes netes	† CO ₂ eq./m² superfície comercial*																																	
Total	67,3	231,8																																	
Abast 1	24,3	83,7																																	
Abast 2	40,7	140,3																																	
Abast 3	2,4	8,3																																	
305-5	Reducció de les emissions de GEH	109		✓																															
305-6	Emissions de substàncies que exhaureixen la capa d'ozó (SAO)	105		✓																															
GRI 306: Efluents i residus																																			
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	142-143		✓																															
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	100-101, 110, 145, 116, 121,		✓																															
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	100-101, 104, 105, 110, 117, 121, 145,		✓																															
306-1	Abocament total d'aigües en funció de la seva qualitat i destinació	105, 145		✓																															

Estàndard GRI	Contingut	Pàgina	Resposta Directa/Omissions	Verificació																																																																				
306-2	Residus per tipus i mètode de tractament	104, 145	Dades de 2016 per comparar Residus tractats 2016 <table><tr><td>Tipus de residu</td><td>Tones</td></tr><tr><td>Tractament</td><td></td></tr><tr><td>Total No perillós</td><td>47.759</td></tr><tr><td>Reciclage</td><td>39.236</td></tr><tr><td>Abocador</td><td>3.908</td></tr><tr><td>Valorització</td><td>4.615</td></tr><tr><td>Total Perillós</td><td>38</td></tr><tr><td>Reciclatge</td><td>38</td></tr><tr><td>Total</td><td>47.797</td></tr></table> Residus dipositats per clients a les nostres botigues per al seu reciclatge2016 <table><tr><td>Residu</td><td>Tipus de residu</td><td>Tones</td></tr><tr><td>Aparells elèctrics i electrònics</td><td>Perillós</td><td>1.529</td></tr><tr><td>Piles i acumuladors d'energia</td><td>Perillós</td><td>108</td></tr><tr><td>Làmpades i fluorescents</td><td>Perillós</td><td>16</td></tr><tr><td>Tèxtil</td><td>No perillós</td><td>637</td></tr><tr><td>Oli usat</td><td>Perillós</td><td>76</td></tr></table>	Tipus de residu	Tones	Tractament		Total No perillós	47.759	Reciclage	39.236	Abocador	3.908	Valorització	4.615	Total Perillós	38	Reciclatge	38	Total	47.797	Residu	Tipus de residu	Tones	Aparells elèctrics i electrònics	Perillós	1.529	Piles i acumuladors d'energia	Perillós	108	Làmpades i fluorescents	Perillós	16	Tèxtil	No perillós	637	Oli usat	Perillós	76	✓																																
Tipus de residu	Tones																																																																							
Tractament																																																																								
Total No perillós	47.759																																																																							
Reciclage	39.236																																																																							
Abocador	3.908																																																																							
Valorització	4.615																																																																							
Total Perillós	38																																																																							
Reciclatge	38																																																																							
Total	47.797																																																																							
Residu	Tipus de residu	Tones																																																																						
Aparells elèctrics i electrònics	Perillós	1.529																																																																						
Piles i acumuladors d'energia	Perillós	108																																																																						
Làmpades i fluorescents	Perillós	16																																																																						
Tèxtil	No perillós	637																																																																						
Oli usat	Perillós	76																																																																						
306-3	Vessaments significatius		Durant el 2017 no s'han produït vessaments significatius.	✓																																																																				
306-4	Transport de residus peril·losos		El transport i la gestió dels residus peril·losos es fa a través de gestors autoritzats. EROSKI no importa ni exporta directament residus peril·losos de o a l'estranger.	✓																																																																				
306-5	Cossos d'aigua afectats per vessaments d'aigua		No hi ha constància de vessaments que representin un cinc per cent o més del volum mitjà anual del cos d'aigua o que corresponguin a àrees especialment sensibles o protegides.	✓																																																																				
GRI 307: Compliment ambiental																																																																								
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	143		✓																																																																				
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	14, 99-100, 146		✓																																																																				
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	14, 99-100, 146		✓																																																																				
307-1	Incompliment de la legislació i normativa ambiental		No hi ha constància de multes ni sancions no monetàries significatives per l'incompliment de les lleis o les normatives en matèria de medi ambient el 2017. Es consideren sancions significatives les qualificades de «molt greus» per l'Administració que emet la sanció.	✓																																																																				
GRI 308: Avaluació ambiental de proveïdors																																																																								
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	87, 100-101, 110, 111, 146		✓																																																																				
308-1	Nous proveïdors que han passat filtres d'avaluació i selecció d'acord amb els criteris ambientals	111		✓																																																																				
GRI 400: Temes socials, versió 2016																																																																								
GRI 401: Ocupació																																																																								
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	143		✓																																																																				
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	54		✓																																																																				
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	54		✓																																																																				
401-1	Noves contractacions d'empleats i rotació de personal	59	Dades de 2016 per comparar Nombre i índex de contractacions 2016 <table><tr><td></td><td colspan="2">Nº personal nou</td><td>Taxa personal nou per edat</td></tr><tr><td></td><td>Dones</td><td>Homes</td><td></td></tr><tr><td>Nº nou personal <30 anys</td><td>400</td><td>131</td><td>1,6%</td></tr><tr><td>Nº nou personal >30 <50 anys</td><td>24</td><td>7</td><td>0,1%</td></tr><tr><td>Nº nou personal I >50 anys</td><td>177</td><td>78</td><td>0,7%</td></tr><tr><td>Total per sexe</td><td>601</td><td>216</td><td></td></tr><tr><td>Total</td><td colspan="2">817</td><td></td></tr><tr><td>Taxa personal nou per sexe</td><td>2,3%</td><td>3,0%</td><td></td></tr><tr><td>Taxa nou personal total</td><td colspan="2">2,5%</td><td></td></tr></table> Nombre i índex de rotacions (sortides de persones ocupades) 2016 <table><tr><td></td><td>Dones</td><td>Homes</td><td>Taxa personal nou per edat</td></tr><tr><td>< 30 anys</td><td>468</td><td>115</td><td>1,8%</td></tr><tr><td>>30 <50 anys</td><td>147</td><td>52</td><td>0,6%</td></tr><tr><td>>50 anys</td><td>38</td><td>34</td><td>0,2%</td></tr><tr><td>Total per sexe</td><td>653</td><td>201</td><td></td></tr><tr><td>Total</td><td colspan="2">854</td><td></td></tr><tr><td>Taxa rotació personal per sexe</td><td>2,5%</td><td>2,8%</td><td></td></tr><tr><td>Tasa rotació personal total</td><td colspan="2">2,6</td><td></td></tr></table>		Nº personal nou		Taxa personal nou per edat		Dones	Homes		Nº nou personal <30 anys	400	131	1,6%	Nº nou personal >30 <50 anys	24	7	0,1%	Nº nou personal I >50 anys	177	78	0,7%	Total per sexe	601	216		Total	817			Taxa personal nou per sexe	2,3%	3,0%		Taxa nou personal total	2,5%				Dones	Homes	Taxa personal nou per edat	< 30 anys	468	115	1,8%	>30 <50 anys	147	52	0,6%	>50 anys	38	34	0,2%	Total per sexe	653	201		Total	854			Taxa rotació personal per sexe	2,5%	2,8%		Tasa rotació personal total	2,6			✓
	Nº personal nou		Taxa personal nou per edat																																																																					
	Dones	Homes																																																																						
Nº nou personal <30 anys	400	131	1,6%																																																																					
Nº nou personal >30 <50 anys	24	7	0,1%																																																																					
Nº nou personal I >50 anys	177	78	0,7%																																																																					
Total per sexe	601	216																																																																						
Total	817																																																																							
Taxa personal nou per sexe	2,3%	3,0%																																																																						
Taxa nou personal total	2,5%																																																																							
	Dones	Homes	Taxa personal nou per edat																																																																					
< 30 anys	468	115	1,8%																																																																					
>30 <50 anys	147	52	0,6%																																																																					
>50 anys	38	34	0,2%																																																																					
Total per sexe	653	201																																																																						
Total	854																																																																							
Taxa rotació personal per sexe	2,5%	2,8%																																																																						
Tasa rotació personal total	2,6																																																																							
401-2	Beneficis per als empleats a temps complet que no es donen als empleats a temps parcial o temporals		No hi ha diferència en els beneficis oferts als empleats en funció del seu tipus de jornada.	✓																																																																				

Estàndard GRI	Contingut	Pàgina	Resposta Directa/Omissions	Verificació																																																		
401-3	Permís parental	73	Informació de persones que van tenir dret a un permís parental no disponible. Actualment no és factible extreure aquesta dada si les persones treballadores no van sol·licitar el permís ni han proporcionat la data de naixement del seu fill/a per a l'actualització de la retenció de l'IRPF en la nòmina. Dades de 2016 per comparar Distribució per gènere de permisos parentals 2016 <table><tr><td></td><td>Dones</td><td>Homes</td><td>Total</td></tr><tr><td>Nre. total de persones que s'han acollit al permís parental</td><td>675</td><td>243</td><td>918</td></tr><tr><td>Nre. total de persones que han tornat a la feina després d'acabar el permís parental</td><td>596</td><td>223</td><td>819</td></tr><tr><td>Taxa de tornada a la feina (% de persones que van tornar després d'haver finalitzat el seu permís)</td><td>82,4%</td><td>95,7%</td><td>85,7%</td></tr><tr><td>Nre. de persones que continuen a EROSKI 12 mesos després d'haver-se reincorporat després d'un permís parental el 2015</td><td>691</td><td>205</td><td>896</td></tr><tr><td>Taxa de retenció (% de persones que continuen a EROSKI 12 mesos després d'haver-se reincorporat després d'un permís el 2015)</td><td>82,0%</td><td>83,0%</td><td>82,2%</td></tr></table>		Dones	Homes	Total	Nre. total de persones que s'han acollit al permís parental	675	243	918	Nre. total de persones que han tornat a la feina després d'acabar el permís parental	596	223	819	Taxa de tornada a la feina (% de persones que van tornar després d'haver finalitzat el seu permís)	82,4%	95,7%	85,7%	Nre. de persones que continuen a EROSKI 12 mesos després d'haver-se reincorporat després d'un permís parental el 2015	691	205	896	Taxa de retenció (% de persones que continuen a EROSKI 12 mesos després d'haver-se reincorporat després d'un permís el 2015)	82,0%	83,0%	82,2%	✓																										
	Dones	Homes	Total																																																			
Nre. total de persones que s'han acollit al permís parental	675	243	918																																																			
Nre. total de persones que han tornat a la feina després d'acabar el permís parental	596	223	819																																																			
Taxa de tornada a la feina (% de persones que van tornar després d'haver finalitzat el seu permís)	82,4%	95,7%	85,7%																																																			
Nre. de persones que continuen a EROSKI 12 mesos després d'haver-se reincorporat després d'un permís parental el 2015	691	205	896																																																			
Taxa de retenció (% de persones que continuen a EROSKI 12 mesos després d'haver-se reincorporat després d'un permís el 2015)	82,0%	83,0%	82,2%																																																			
GRI 402: Relacions treballador-empresa																																																						
103-2	L'enfocament de la gestió i els seus components	62, 64, 79		✓																																																		
402-1	Terminis d'avís mínims sobre canvis operacionals		No hi ha un període de temps fix general especificat per a notificacions en cas de canvis operacionals, ja que aquest depèn del tipus de canvi que es produeixi. Tanmateix, en general, el temps de preavis és raonable i suficient.	✓																																																		
GRI 403: Salut i seguretat en el treball																																																						
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	143		✓																																																		
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	74-75		✓																																																		
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	74-75		✓																																																		
403-1	Representació dels treballadors en comitès formals treballador-empresa de salut i seguretat	74		✓																																																		
403-2	Tipus d'accidents i taxes de freqüència d'accidents, malalties professionals, dies perduts, absentisme i nombre de morts per accident laboral o malaltia professional	75, 144	Tots els empleats directes d'EROSKI operen a Espanya.No es disposa de dades d'accidents desglossades per sexe ni de la taxa de dies perduts, ja que les hores d'absència per malaltia comptabilitzades inclouen tant malalties professionals com comunes. Dades de 2016 per comparar Taxa d'accidents laborals 2016 <table><tr><td></td><td>Lleus</td><td>In itinere</td></tr><tr><td>Taxa d'accidents (nº accidents per cada milió d'hores treballades)</td><td>29,7</td><td>4,8</td></tr></table> <table><tr><td>Causas</td><td>Percentatge</td></tr><tr><td>sobreesforços</td><td>49,7%</td></tr><tr><td>caigudes de persones al mateix nivell</td><td>10,8%</td></tr><tr><td>talls</td><td>9,7%</td></tr><tr><td>altres causes</td><td>29,7%</td></tr></table> <table><tr><td>Agent material</td><td>Percentatge</td></tr><tr><td>caixes i objectes</td><td>45,2%</td></tr><tr><td>productes metàl·lics i eines</td><td>7,4%</td></tr><tr><td>carretons o similars</td><td>6,3%</td></tr><tr><td>altres agents materials</td><td>41%</td></tr></table> Taxa de malalties professionals 2016 <table><tr><td>Causas</td><td>Total</td></tr><tr><td>Taxa d'accidents (núm accidents per cada milió d'hores treballades)</td><td>1</td></tr></table> Taxa de formació en PRL 2016 <table><tr><td>hores de mitjana de formació per cada empleat</td><td>1,9</td></tr></table> <table><tr><td>Tipus de formació</td><td>Percentatge</td></tr><tr><td>Inicial</td><td>51,1%</td></tr><tr><td>Maneig d'equips de treball</td><td>24,2%</td></tr><tr><td>Emergències</td><td>5,7%</td></tr><tr><td>Altres programes formatius en PRL</td><td>18,9%</td></tr></table> Taxa d'absentisme 2016 <table><tr><td>percentatge d'hores d'absència per malaltia, malaltia laboral i accident laboral / hores teòriques de feina</td><td>% Absentisme</td></tr><tr><td>Dona</td><td>5,9%</td></tr><tr><td>Home</td><td>3,6%</td></tr><tr><td>Total</td><td>5,3%</td></tr></table>		Lleus	In itinere	Taxa d'accidents (nº accidents per cada milió d'hores treballades)	29,7	4,8	Causas	Percentatge	sobreesforços	49,7%	caigudes de persones al mateix nivell	10,8%	talls	9,7%	altres causes	29,7%	Agent material	Percentatge	caixes i objectes	45,2%	productes metàl·lics i eines	7,4%	carretons o similars	6,3%	altres agents materials	41%	Causas	Total	Taxa d'accidents (núm accidents per cada milió d'hores treballades)	1	hores de mitjana de formació per cada empleat	1,9	Tipus de formació	Percentatge	Inicial	51,1%	Maneig d'equips de treball	24,2%	Emergències	5,7%	Altres programes formatius en PRL	18,9%	percentatge d'hores d'absència per malaltia, malaltia laboral i accident laboral / hores teòriques de feina	% Absentisme	Dona	5,9%	Home	3,6%	Total	5,3%	✓
	Lleus	In itinere																																																				
Taxa d'accidents (nº accidents per cada milió d'hores treballades)	29,7	4,8																																																				
Causas	Percentatge																																																					
sobreesforços	49,7%																																																					
caigudes de persones al mateix nivell	10,8%																																																					
talls	9,7%																																																					
altres causes	29,7%																																																					
Agent material	Percentatge																																																					
caixes i objectes	45,2%																																																					
productes metàl·lics i eines	7,4%																																																					
carretons o similars	6,3%																																																					
altres agents materials	41%																																																					
Causas	Total																																																					
Taxa d'accidents (núm accidents per cada milió d'hores treballades)	1																																																					
hores de mitjana de formació per cada empleat	1,9																																																					
Tipus de formació	Percentatge																																																					
Inicial	51,1%																																																					
Maneig d'equips de treball	24,2%																																																					
Emergències	5,7%																																																					
Altres programes formatius en PRL	18,9%																																																					
percentatge d'hores d'absència per malaltia, malaltia laboral i accident laboral / hores teòriques de feina	% Absentisme																																																					
Dona	5,9%																																																					
Home	3,6%																																																					
Total	5,3%																																																					
403-3	Treballadors amb una alta incidència o un alt risc de malalties relacionades amb la seva activitat		Un 13 % dels treballadors tenen en la descripció del seu lloc tasques que poden comportar un risc ergonòmic important, com ara talls en xarcuteria o sobreesforços relacionats amb la manipulació de càrregues.	✓																																																		

Estàndard GRI	Contingut	Pàgina	Resposta Directa/Omissions	Verificació																																																																																																									
403-4	Temes de salut i seguretat tractats en acords formals amb sindicats	74		✓																																																																																																									
GRI 404: Formació i ensenyament																																																																																																													
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	76-78		✓																																																																																																									
404-1	Mitjana d'hores de formació a l'any per empleat	76, 144	Dades de 2016 per comparar Mitjana d'hores de formació dels empleats d'EROSKI per gènere i categoria professional 2016 <table><tr><td colspan="2">Hores de mitja per persona ocupada</td></tr><tr><td></td><td>Total</td></tr><tr><td>Directiu</td><td>32,9</td></tr><tr><td>Gestor</td><td>16,8</td></tr><tr><td>Cap</td><td>8,5</td></tr><tr><td>Professional</td><td>5,2</td></tr><tr><td>Responsable</td><td>11,3</td></tr><tr><td>Tècnic</td><td>13,8</td></tr></table>	Hores de mitja per persona ocupada			Total	Directiu	32,9	Gestor	16,8	Cap	8,5	Professional	5,2	Responsable	11,3	Tècnic	13,8	✓																																																																																									
Hores de mitja per persona ocupada																																																																																																													
	Total																																																																																																												
Directiu	32,9																																																																																																												
Gestor	16,8																																																																																																												
Cap	8,5																																																																																																												
Professional	5,2																																																																																																												
Responsable	11,3																																																																																																												
Tècnic	13,8																																																																																																												
404-2	Programes per millorar les aptituds dels empleats i programes d'ajuda a la transició	76-78		✓																																																																																																									
404-3	Percentatge d'empleats que reben avaluacions periòdiques de l'acompliment i el desenvolupament professional	77	Dades de 2016 per comparar Percentatge d'empleats amb avaluació periòdica de l'acompliment i el desenvolupament professional 2016 Durant el 2016, un total de 14.247 persones van ser avaluades (un 79% dones i un 21 % homes), xifra que correspon al 79% de les persones subjectes a avaluació, <table><tr><td>Categoria Professional</td><td>% Dona</td><td>% Home</td></tr><tr><td>Directiu</td><td>40%</td><td>36%</td></tr><tr><td>Gestor</td><td>39%</td><td>32%</td></tr><tr><td>Cap</td><td>59%</td><td>61%</td></tr><tr><td>Professional</td><td>40%</td><td>36%</td></tr><tr><td>Responsable</td><td>55%</td><td>52%</td></tr><tr><td>Tècnic</td><td>65%</td><td>73%</td></tr><tr><td>Total</td><td>79%</td><td>21%</td></tr></table>	Categoria Professional	% Dona	% Home	Directiu	40%	36%	Gestor	39%	32%	Cap	59%	61%	Professional	40%	36%	Responsable	55%	52%	Tècnic	65%	73%	Total	79%	21%	✓																																																																																	
Categoria Professional	% Dona	% Home																																																																																																											
Directiu	40%	36%																																																																																																											
Gestor	39%	32%																																																																																																											
Cap	59%	61%																																																																																																											
Professional	40%	36%																																																																																																											
Responsable	55%	52%																																																																																																											
Tècnic	65%	73%																																																																																																											
Total	79%	21%																																																																																																											
GRI 405: Diversitat o igualtat d'oportunitats																																																																																																													
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	143		✓																																																																																																									
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	71-73		✓																																																																																																									
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	71-73		✓																																																																																																									
405-1	Diversitat en òrgans de govern i empleats	72, 144	Dades de 2016 per comparar Distribució per gènere i franges d'edat de persones ocupades segons categoria professional 2016 <table><tr><td>Categoria laboral</td><td>Dona</td><td>Home</td></tr><tr><td>Directiu</td><td>35,1%</td><td>64,9%</td></tr><tr><td>Gestor</td><td>36,25</td><td>63,8%</td></tr><tr><td>Responsable</td><td>78,4%</td><td>21,6%</td></tr><tr><td>Tècnic</td><td>55,9%</td><td>44,1%</td></tr><tr><td>Professional</td><td>81,3%</td><td>18,7%</td></tr><tr><td>Cap</td><td>60,2%</td><td>39,8%</td></tr></table> <table><tr><td>Categoria laboral</td><td><30</td><td>>30<50</td><td>>50</td></tr><tr><td>Directiu</td><td>0%</td><td>75,7%</td><td>24,3%</td></tr><tr><td>Gestor</td><td>1,5%</td><td>63,8%</td><td>34,7%</td></tr><tr><td>Responsable</td><td>2,2%</td><td>78,1%</td><td>19,7%</td></tr><tr><td>Tècnic</td><td>2,1%</td><td>77,6%</td><td>20,3%</td></tr><tr><td>Professional</td><td>13,6%</td><td>70,5%</td><td>15,9%</td></tr><tr><td>Cap</td><td>1,8%</td><td>77,4%</td><td>20,8%</td></tr></table> Distribució per gènere i franges d'edat dels òrgans de govern 2016 <table><tr><td>Òrgan de Govern</td><td>Dona</td><td>Home</td></tr><tr><td>Assemblea General</td><td>75,5%</td><td>24,5%</td></tr><tr><td>Comissió Delegada</td><td>86,0%</td><td>14,0%</td></tr><tr><td>Consell Rector</td><td>41,7%</td><td>58,3%</td></tr><tr><td>Consell Social</td><td>81,3%</td><td>18,7%</td></tr></table> <table><tr><td>Òrgan de Govern</td><td><30 anys</td><td>30-50</td><td>>50 anys</td></tr><tr><td>Assemblea General</td><td>0,8%</td><td>73,5%</td><td>25,7%</td></tr><tr><td>Comissió Delegada</td><td>0,6%</td><td>71,9%</td><td>27,5%</td></tr><tr><td>Consell Rector</td><td>0,0%</td><td>75,0%</td><td>25,0%</td></tr><tr><td>Consell Social</td><td>0,0%</td><td>75,0%</td><td>25,0%</td></tr></table> Distribució de persones amb discapacitat ocupades segons categoria professional 2016 <table><tr><td></td><td>Nombre de persones ocupades</td><td>% respecte n° discapacitats</td></tr><tr><td></td><td>Total</td><td></td></tr><tr><td>Gestor</td><td>3</td><td>0,7%</td></tr><tr><td>Responsable</td><td>27</td><td>6,4%</td></tr><tr><td>Tècnic</td><td>8</td><td>1,9%</td></tr><tr><td>Professional</td><td>367</td><td>86,4%</td></tr><tr><td>Cap</td><td>20</td><td>4,7%</td></tr></table>	Categoria laboral	Dona	Home	Directiu	35,1%	64,9%	Gestor	36,25	63,8%	Responsable	78,4%	21,6%	Tècnic	55,9%	44,1%	Professional	81,3%	18,7%	Cap	60,2%	39,8%	Categoria laboral	<30	>30<50	>50	Directiu	0%	75,7%	24,3%	Gestor	1,5%	63,8%	34,7%	Responsable	2,2%	78,1%	19,7%	Tècnic	2,1%	77,6%	20,3%	Professional	13,6%	70,5%	15,9%	Cap	1,8%	77,4%	20,8%	Òrgan de Govern	Dona	Home	Assemblea General	75,5%	24,5%	Comissió Delegada	86,0%	14,0%	Consell Rector	41,7%	58,3%	Consell Social	81,3%	18,7%	Òrgan de Govern	<30 anys	30-50	>50 anys	Assemblea General	0,8%	73,5%	25,7%	Comissió Delegada	0,6%	71,9%	27,5%	Consell Rector	0,0%	75,0%	25,0%	Consell Social	0,0%	75,0%	25,0%		Nombre de persones ocupades	% respecte n° discapacitats		Total		Gestor	3	0,7%	Responsable	27	6,4%	Tècnic	8	1,9%	Professional	367	86,4%	Cap	20	4,7%	✓
Categoria laboral	Dona	Home																																																																																																											
Directiu	35,1%	64,9%																																																																																																											
Gestor	36,25	63,8%																																																																																																											
Responsable	78,4%	21,6%																																																																																																											
Tècnic	55,9%	44,1%																																																																																																											
Professional	81,3%	18,7%																																																																																																											
Cap	60,2%	39,8%																																																																																																											
Categoria laboral	<30	>30<50	>50																																																																																																										
Directiu	0%	75,7%	24,3%																																																																																																										
Gestor	1,5%	63,8%	34,7%																																																																																																										
Responsable	2,2%	78,1%	19,7%																																																																																																										
Tècnic	2,1%	77,6%	20,3%																																																																																																										
Professional	13,6%	70,5%	15,9%																																																																																																										
Cap	1,8%	77,4%	20,8%																																																																																																										
Òrgan de Govern	Dona	Home																																																																																																											
Assemblea General	75,5%	24,5%																																																																																																											
Comissió Delegada	86,0%	14,0%																																																																																																											
Consell Rector	41,7%	58,3%																																																																																																											
Consell Social	81,3%	18,7%																																																																																																											
Òrgan de Govern	<30 anys	30-50	>50 anys																																																																																																										
Assemblea General	0,8%	73,5%	25,7%																																																																																																										
Comissió Delegada	0,6%	71,9%	27,5%																																																																																																										
Consell Rector	0,0%	75,0%	25,0%																																																																																																										
Consell Social	0,0%	75,0%	25,0%																																																																																																										
	Nombre de persones ocupades	% respecte n° discapacitats																																																																																																											
	Total																																																																																																												
Gestor	3	0,7%																																																																																																											
Responsable	27	6,4%																																																																																																											
Tècnic	8	1,9%																																																																																																											
Professional	367	86,4%																																																																																																											
Cap	20	4,7%																																																																																																											
405-2	Ratio del salari base i de la remuneració de dones enfront d'homes		No hi ha diferència en el sou entre homes i dones per a un mateix lloc i categoria laboral. Tots els empleats directes d'EROSKI operen a Espanya	✓																																																																																																									

Estàndard GRI	Contingut	Pàgina	Resposta Directa/Omissions	Verificació																
GRI 406: No discriminació																				
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	63,71, 80, 146		✓																
406-1	Casos de discriminació i accions correctives empreses		No s'han registrat casos de discriminació el 2017.	✓																
GRI 407: Llibertat d'associació i convenis col·lectius																				
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	63, 146		✓																
407-1	Operacions i proveïdors el dret a la llibertat d'associació i negociació col·lectiva dels quals podria estar en risc.		El 100% dels nostres proveïdors han d'acceptar els requeriments de l'Organització Internacional del Treball per mantenir una relació comercial amb EROSKI.	✓																
GRI 408: Treball infantil																				
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	63, 146		✓																
408-1	Operacions i proveïdors amb risc significatiu de casos de treball infantil		El 100% dels nostres proveïdors han d'acceptar els requeriments de l'Organització Internacional del Treball per mantenir una relació comercial amb EROSKI.	✓																
GRI 409: Treball forçós o obligatori																				
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	63, 146		✓																
409-1	Operacions i proveïdors amb risc significatiu de casos de treball forçós o obligatori		El 100 % dels nostres proveïdors han d'acceptar els requeriments de l'Organització Internacional del Treball per mantenir una relació comercial amb EROSKI.	✓																
GRI 410: Pràctiques en matèria de seguretat																				
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	63		✓																
410-1	Personal de seguretat capacitat en polítiques o procediments de drets humans		El servei de seguretat està subcontractat. Es desconeix la formació en matèria de drets humans rebuda pel personal de seguretat.	✓																
GRI 411: Drets dels pobles indígenes																				
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	63		✓																
411-1	Casos de violacions dels drets dels pobles indígenes		No hi ha constància de violació de drets dels pobles indígenes per part d'una empresa proveïdora d'EROSKI el 2017.	✓																
GRI 412: Avaluació dels drets humans																				
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	63, 87		✓																
412-1	Operacions sotmeses a revisions o avaluacions d'impacte sobre els drets humans	63	El 100% dels nostres proveïdors han d'acceptar els requeriments de l'Organització Internacional del Treball per mantenir una relació comercial amb EROSKI.	✓																
412-3	Acords i contractes d'inversió significatius amb clàusules sobre drets humans o sotmesos a avaluació de drets humans	63	El 100% dels nostres proveïdors han d'acceptar els requeriments de l'Organització Internacional del Treball per mantenir una relació comercial amb EROSKI.	✓																
GRI 413: Comunitats locals																				
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	119-137		✓																
413-1	Operacions amb participació de la comunitat local, avaluacions de l'impacte i programes de desenvolupament	119-137	Dades de 2016 per comparar Aportacions econòmiques en el camp de l'acció social 2016 <table><tr><td>Solidaritat alimentària</td><td>9.237.781€</td></tr><tr><td>Suport a famílies</td><td>805.279€</td></tr><tr><td>Cultura, oci i entorn local</td><td>730.962€</td></tr><tr><td>Cooperació internacional</td><td>335.272€</td></tr><tr><td>Capacitats diferents i malaltia</td><td>122.428€</td></tr><tr><td>Altres campanyes solidàries</td><td>51.832€</td></tr><tr><td>Voluntariat corporatiu</td><td>54.515€</td></tr><tr><td>TOTAL</td><td>11.338.069,70€</td></tr></table>	Solidaritat alimentària	9.237.781€	Suport a famílies	805.279€	Cultura, oci i entorn local	730.962€	Cooperació internacional	335.272€	Capacitats diferents i malaltia	122.428€	Altres campanyes solidàries	51.832€	Voluntariat corporatiu	54.515€	TOTAL	11.338.069,70€	✓
Solidaritat alimentària	9.237.781€																			
Suport a famílies	805.279€																			
Cultura, oci i entorn local	730.962€																			
Cooperació internacional	335.272€																			
Capacitats diferents i malaltia	122.428€																			
Altres campanyes solidàries	51.832€																			
Voluntariat corporatiu	54.515€																			
TOTAL	11.338.069,70€																			
413-2	Operacions amb impactes negatius significatius -reals o potencials- a les comunitats locals	19		✓																
GRI 414: Avaluació social dels proveïdors																				
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	63-146		✓																
414-1	Nous proveïdors que han passat filtres de selecció d'acord amb els criteris socials	63	El 100% dels nostres proveïdors han d'acceptar els requeriments de l'Organització Internacional del Treball per mantenir una relació comercial amb EROSKI.	✓																
GRI 415: Política pública																				
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	24-25		✓																
415-1	Contribució a partits i / o representants polítics		No s'ha fet cap contribució econòmica a cap partit polític el 2017.	✓																

Tema material

Estàndard GRI	Contingut	Pàgina	Resposta Directa/Omissions	Verificació
GRI 416: Salut i seguretat dels clients				
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	143		✓
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	42-57, 146		✓
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	42-57		✓
416-1	Avaluació dels impactes en la salut i seguretat de les categories de productes o serveis	42-43		✓
416-2	Casos d'incompliment relatius als impactes en la salut i seguretat de les categories de productes i serveis	42-43	Dades de 2016 per comparar	✓

Anàlisi per programa analític realitzats a EROSKI S. Coop. al 2016

	Nº analítiques realitzades en 2016
Programes analítics	114
Olis	25
Àcids grassos trans	42
Aflatoxines	77
Al·lèrgens	154
Bàsic	240
Campylobacter	173
Carburants	45
Comparatius frescos	1.542
Control de superfícies	138
Drogueria i cosmètica	465
Eroski prestacions	237
Gluten	39
Ou lactosa llet	40
Ous	111
Humitat pernils	55
Identificació d'espècies	29
Llançament	34
Llet	11
Listeria en formatge	1.093
Locals de risc	2.470
Manipulats	20
Microbiologia de vegetals	460
Microbiologia natur carn	8
Mel	19
Mol·luscs bivalves	1.002
No alimentació	33
Ogm	361
Patògens	194
Pesticides	14
Pesticides en congelats	24
Plus nutricional	108
Porció consumidor pesca	107
Preparats de carn	9
Química natur pesca	22
Reclamacions	159
Residus natur carn	123
Riscos emergents	165
Sannia	71
Seleqta	7
Sulfits en descongelats	6
Botiques de sushi	10.046
Total analítiques NO satisfactòries	1,4
% analítiques NO satisfactòries	

GRI 417: Màrqueting i etiquetatge				
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	142		✓
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	44-57		✓
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	44-57		✓
417-1	Requeriments per a la informació i l'etiquetatge de productes i serveis	44-45	EROSKI inclou en el 100% dels seus productes la informació d'etiquetatge obligatòria per la legislació existent. Per exemple, en aliments inclou la llista d'ingredients, al·lèrgens, informació nutricional, dates de consum preferent o caducitat, lot, condicions especials de conservació i utilització —si escau—, etc. A més, en els seus productes de marca pròpia inclou informació addicional, com el semàfor nutricional.	✓
417-2	Casos d'incompliment relatius als impactes en la salut i seguretat de les categories de productes i serveis	47	El 2017 es van registrar 42 reclamacions de clients per informació confusa o incorrecta de preus. No s'han registrat multes significatives en aquest àmbit. Es considera una multa significativa la qualificada com a «molt greu» per l'Administració que genera la sanció.	✓
417-3	Casos d'incompliments relacionats amb comunicacions de màrqueting		El 2017 es van registrar 99 reclamacions relacionades amb ofertes i promocions. No s'han registrat multes significatives en aquest àmbit. Es considera una multa significativa la qualificada com a «molt greu» per l'Administració que genera la sanció.	✓
GRI 418: Privacitat del client				
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	142		✓
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	58		✓
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	58		✓

Tema material

Estàndard GRI	Contingut	Pàgina	Resposta Directa/Omissions	Verificació
418-1	Reclamacions fonamentades relatives a violacions de la privacitat del client i pèrdua de dades del client		No hi ha hagut cap fuga de dades de clients durant l'exercici	✓
GRI 419: Cumpliment socioeconòmic				
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	124		✓
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	14, 63		✓
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	14, 63		✓
419-1	Incompliment de les lleis i normatives en els àmbits social i econòmic		L'any 2017 no hi ha hagut multes ni sancions no monetàries significatives per l'incompliment de les lleis o normatives en matèria socioeconòmica. Es considera una multa significativa la qualificada com a «molt greu» per l'Administració que genera la sanció.	✓

Continguts propis d'EROSKI

Productes més saludables i equilibrats				
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	143		✓
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	40-46, 146		✓
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	43-46		✓
E-1	Greixos, sucres i sal eliminats de productes de marca pròpia	44		✓
E-2	Productes de marca pròpia reformulats per ser més saludables i equilibrats	44		✓
Informació i formació persones consumidores				
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	143		✓
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	47-57, 96-97, 122-123		✓
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	51, 55, 57, 96-97, 122-123		✓
E-3	Escolars i col·legis participants en l'Escola d'Alimentació de la FUNDACIÓ EROSKI	55		✓
E-4	Lectors d'EROSKI CONSUMER (Edició impresa i digital)	57		✓
E-5	Campanyes de sensibilització sobre salut, productes locals, solidaritat i medi ambient	51, 96-97, 122-123, 145		✓
Malbaratament alimentari				
103-1	Explicació del tema material i la seva cobertura	143		✓
103-2	L'enfocament de gestió i els seus components	114, 123		✓
103-3	Avaluació de l'enfocament de gestió	114, 123		✓
E-6	Aliments aptes per al consum donats a persones en risc d'exclusió social	123		✓
E-7	Tones de fruites i hortalisses «lletges» comercialitzades	114		✓

Estàndards GRI en relació amb els Principis del Pacte Mundial

La taula següent mostra els indicadors GRI d'aquest informe que ofereixen una informació més rellevant sobre el compliment dels 10 principis del Pacte Mundial, a més de la con-

tinguda en els enfocaments de gestió de cada aspecte GRI. Seguint l'índex de la taula, es pot avaluar el grau d'avenç d'EROSKI respecte als esmentats principis.

	Estàndards GRI més rellevants	Principis del Pacte Mundial
Drets humans	1. Les empreses han de donar suport i respectar la protecció dels drets humans fonamentals, reconeguts internacionalment, dins del seu àmbit d'influència.	Pràctiques en matèria de seguretat: 410-1 Drets dels pobles indígenes: 411-1 Avaluació dels drets humans: 412-1 Comunitats locals: 413-1, 413-2
	2. Les empreses s'han d'assegurar que les seves empreses no són còmplices en la vulneració dels drets humans.	Avaluació dels drets humans: 412-3 Avaluació social dels proveïdors: 414-1
Normes laborals	3. Les empreses han de donar suport a la llibertat d'afiliació i el reconeixement efectiu del dret a la negociació col·lectiva.	Acords de negociació col·lectiva: 102-41 Relacions treballador-empresa: 402-1 Llibertat d'associació i convenis col·lectius: 407-1
	4. Les empreses han de donar suport a l'eliminació de tota forma de treball forçós o realitzat sota coacció.	Treball forçós o obligatori: 409-1
	5. Les empreses han de donar suport a l'erradicació del treball infantil.	Treball infantil: 408-1
Medi ambient	6. Les empreses han de donar suport a l'abolició de les pràctiques de discriminació en l'ocupació i l'ocupació.	Informació sobre empleats i treballadors: 102-8 Presència en el mercat: 202-1, 202-2 Ocupació: 401-1, 401-3 Formació i ensenyament: 404-1, 404-3 Diversitat i igualtat d'oportunitats: 405-1, 405-2 No discriminació: 406-1
	7. Les empreses han de mantenir un enfocament preventiu que afavoreixi el medi ambient.	Materials: 301-1, 301-2, 301-3 Energia: 302-1, 302-2, 302-3, 302-4 Aigua: 303-1 Emissions: 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 305-6 Efluents i residus: 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5
	8. Les empreses han de fomentar les iniciatives que promoguin una major responsabilitat ambiental.	Materials: 301-1, 301-2, 301-3 Energia: 302-1, 302-2, 302-3, 302-4 Emissions: 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 305-6 Efluents i residus: 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5 Acompliment ambiental: 307-1 Avaluació ambiental de proveïdors: 308-1
Anticorrupció	9. Les empreses han d'afavorir el desenvolupament i la difusió de les tecnologies respectuoses amb el medi ambient.	Energia: 302-4 Emissions: 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 305-6 Efluents i residus: 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5
	10. Les empreses han de treballar contra la corrupció en totes les seves formes, incloses l'extorsió i el suborn.	Valors, principis, estàndards i normes de conducta: 102-16 Anticorrupció: 205-1, 205-2, 205-3 Política pública: 415-1

Taula de continguts dels Objectius de Desenvolupament Sostenible

La taula següent mostra els indicadors GRI d'aquest informe que ofereixen una informació més rellevant sobre el compliment dels Objectius de Desenvolupament Sostenible, a més

de la continguda en els enfocaments de gestió de cada aspecte GRI. Seguint l'índex de la taula, es poden avaluar les accions d'EROSKI respecte als ODS.

ODS	Estàndard GRI	
	Fi de la pobresa	Presència en el mercat: 202-1 Impactes econòmics indirectes: 203-2 Comunitats locals: 413-2
	Fam zero	Acompliment econòmic: 201-1 Impactes econòmics indirectes: 203-1, 203-2 Drets dels pobles indígenes: 411-1 Comunitats locals: 413-2
	Salut i benestar	Impactes econòmics indirectes: 203-2 Emissions: 305-1, 305-2, 305-3, 305-6 Efluents i residus: 306-1, 306-2, 306-3, 306-4 Salut i seguretat a la feina: 403-2, 403-3
	Educació de qualitat	Coneixements col·lectius del màxim òrgan de govern: 102-27 Formació i ensenyament: 404-1
	Igualtat de gènere	Composició del màxim òrgan de govern i els seus comitès: 102-22 Nomenament i selecció del màxim òrgan de govern: 102-24 Acompliment econòmic: 201-1 Presència en el mercat: 202-1 Impactes econòmics indirectes: 203-1 Ocupació: 401-1, 401-3 Formació i ensenyament: 404-1, 404-3 Diversitat i igualtat d'oportunitats: 405-1, 405-2 No discriminació: 406-1 Avaluació social dels proveïdors: 414-1
	Aigua neta i sanejament	Aigua: 303-1, 303-2, 303-3 Biodiversitat: 304-1, 304-2, 304-3, 304-4 Efluents i residus: 306-1, 306-2, 306-3, 306-5
	Energia assequible i no contaminant	Acompliment econòmic: 201-1 Impactes econòmics indirectes: 203-1 Energia: 302-1, 302-2, 302-3, 302-4
	Treball decent i creixement econòmic	Perfil de l'organització: 102-8 Participació grups d'interès: 102-41 Acompliment econòmic: 201-1 Presència en el mercat: 202-1, 202-2 Impactes econòmics indirectes: 203-2 Materials: 301-1, 301-2, 301-3 Energia: 302-1, 302-2, 302-3, 302-4 Aigua: 303-3 Ocupació: 401-1, 401-3 Relacions treballador-empresa: 402-1 Salut i seguretat a la feina: 403-1, 403-2, 403-3, 403-4 Formació i ensenyament 404-1, 404-2, 404-3 Diversitat i igualtat d'oportunitats: 405-1, 405-2 No discriminació: 406-1 Llibertat d'associació i convenis col·lectius: 407-1 Treball infantil: 408-1 Treball forçós o obligatori: 409-1 Avaluació social dels proveïdors: 414-1
	Indústria, innovació i infraestructura	Acompliment econòmic: 201-1 Impactes econòmics indirectes: 203-1
	Reducció de les desigualtats	Impactes econòmics indirectes: 203-2 Diversitat i igualtat d'oportunitats: 405-2
	Ciutats i comunitats sostenibles	Impactes econòmics indirectes: 203-1
	Producció i consum responsable	Pràctiques d'adquisició: 204-1 Materials: 301-1, 301-2 Energia: 302-1, 302-2, 302-3, 302-4 Aigua: 303-3 Emissions: 305, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 305-6 Efluents i residus: 306, 306-1, 306-2, 306-3, 306-4 Compliment ambiental: 307 Màrqueting i etiquetatge: 417-1
	Acció pel clima	Energia: 302-1, 302-2, 302-3, 302-4 Emissions: 305, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 305-6 Efluents i residus: 306 Compliment ambiental: 307
	Vida submarina	Biodiversitat: 304-1, 304-2, 304-3, 304-4 Emissions: 305, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5 Efluents i residus: 306, 306-1, 306-3 Compliment ambiental: 307
	Vida d'ecosistemes terrestres	Biodiversitat: 304-1, 304-2, 304-3, 304-4 Emissions: 305, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5 Efluents i residus: 306, 306-3, 306-5 Compliment ambiental: 307
	Pau, justícia i institucions sòlides	Ètica: 102-16 Governança: 102-21, 102-22, 102-23, 102-24, 102-25, 102-29, 102-37 Anticorrupció: 205-1, 205-2, 205-3 Compliment ambiental: 307-1 No discriminació: 406-1 Treball infantil: 408-1 Pràctiques en matèria de seguretat: 410-1 Avaluació social dels proveïdors: 414-1 Política pública: 415-1 Salut i seguretat dels clients: 416-2 Màrqueting i etiquetatge: 417-1, 417-2 Privacitat del client: 418-1 Compliment socioeconòmic: 419-1
	Aliances per assolir els objectius	Impactes econòmics indirectes: 203-2

Informe de revisió independent d'acord amb els estàndards GRI

AENOR

VERIFICACIÓN DE LA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD

VMS-2018/0024

AENOR ha verificado la Memoria de la organización

Grupo Eroski

TITULADA: Memoria de Sostenibilidad 2017.

Conforme con: Estándares GRI

Opción GRI aplicada: Esencial

Proceso de Verificación: Para conceder este Documento de Verificación, AENOR ha comprobado la adecuación de la memoria a lo requerido por GRI y ha trazado los datos e información contenidos en dicha memoria.

Fecha de emisión: 2018-06-28



Rafael GARCÍA MEIRO
Director General

AENOR INTERNACIONAL, SAU
Génova, 6. 28004 Madrid. España
Tel. 91 432 60 00.- www.aenor.com

Original Electrónico

Aquesta Memòria de Sostenibilitat ha estat elaborada d'acord amb els estàndards de Global Reporting Initiative 2016, opció essencial.

El contingut de la Memòria ha estat verificat per AENOR.

Per a qualsevol dubte o suggeriment sobre aquesta Memòria, contacta amb: sostenibilidad@eroski.es.

Impresa en paper amb segell FSC® (Forest Stewardship Council®), que garanteix la seva procedència de boscos gestionats responsablement.





GRUPO
EROSKI