

transformació social



Som un projecte col·lectiu obert a la societat

La transformació social forma part del nostre ADN cooperatiu. La missió d'EROSKI, des dels seus inicis, és contribuir a desenvolupar una societat millor, especialment en l'entorn directe. Per aconseguir-ho, treballem en quatre àmbits fonamentals: la informació al consumidor, la promoció d'hàbits de vida i alimentació saludables, el consum sostenible i l'acció solidària i la promoció assistencial dels qui ho necessiten.

La informació al consumidor és una constant i es desenvolupa en nombrosos canals en línia i tradicionals, perquè ningú no en quedi exclòs i el nostre missatge arribi a tots els públics. La revista *Consumer* és el millor aparador per comunicar tot el que és tendència en l'àmbit de l'alimentació, la cura de la salut, l'atenció als infants i el medi ambient, però també sobre els principals aspectes de l'economia domèstica que preocupen els socis i sòcies clients. A més, inclou receptes de cuina sanes i equilibrades, consells i recomanacions sobre hàbits de consum i qüestions de salut.

La promoció de la salut i la vida sana es materialitza en diversos programes i campanyes desenvolupats per EROSKI, com Ekilibria, que ofereix als socis i sòcies clients un assessor nutricional de manera gratuïta, o el Programa d'Educació, Alimentació i Hàbits Saludables, pel qual han passat més de 400.000 escolars de primària en els últims quatre anys i que suposa un autèntic compromís de la cooperativa amb l'educació nutricional des de la infància. Es tracta d'un programa ambiciós de formació que té com a objectiu fomentar hàbits de vida saludables per evitar malalties relacionades amb la mala alimentació, com l'obesitat, la diabetis i molts altres problemes cardiovasculars. EROSKI també disposa de la seva pròpia Escola d'Alimentació, encarregada de realitzar estudis i informes sobre hàbits alimentaris, tallers i cursos de formació encaminats a millorar els nostres menús.

La lluita contra el malbaratament alimentari és un altre dels grans motors de transformació social d'EROSKI. En col·laboració amb diverses organitzacions, com el Banc dels Aliments, EROSKI contribueix a allargar el cicle de vida dels productes, a fomentar nous comportaments socialment responsables i, en definitiva, a millorar la qualitat de vida de totes les persones que, d'alguna manera, es relacionen amb la cooperativa.

Com a cooperativa de consum, treballem per crear una societat millor, per promoure comportaments que afavoreixin el desenvolupament sostenible i el respecte pel medi ambient, i per impulsar hàbits de consum sans i equilibrats, que facin que tots els socis i sòcies se sentin implicats en una petita transformació social amb un gran impacte

Informació al consumidor



Revista EROSKI CONSUMER

Amb un tiratge de 1.200.000 exemplars, EROSKI Consumer és un canal de comunicació que pretén formar i informar el consumidor en temes associats amb l'alimentació, la seguretat alimentària, la salut, el medi ambient i la solidaritat, entre d'altres. A través de les guies de compra i els temes de recerca, es faciliten les dades necessàries per encertar a les decisions de compra.

De manera paral·lela, la revista publica diverses guies amb l'objectiu d'ajudar el consumidor a encertar en la compra. L'any passat van tractar temes com els guisats envasats, els olis de taula, les salses de tomàquet, els calamars, el pop i els calamarsets envasats, les llavors, les cerveses, el pa de motlle o els llagostins.

Els informes de recerca, d'altra banda, van tractar sobre assumptes com la despesa en alimentació, les deixalles marines, el consum responsable, els productes ecològics, els trastorns de l'alimentació, les vacunes, el sucre o l'economia de la llar, entre d'altres.

CONSUMER.ES

El nostre portal d'informació al consumidor CONSUMER.ES rep 60 milions de visites a l'any.

Alimentació, Nadó, Salut i Seguretat Alimentària i Mascotes són les seccions més visitades. Més de 260.000 persones estan inscrites als nostres butlletins informatius.



Alimentació saludable



L'Escola d'Alimentació d'EROSKI impulsa els hàbits saludables

EROSKI va posar en marxa fa quatre anys un programa pioner per impulsar els hàbits de vida saludables. El Programa Educatiu sobre Alimentació i Hàbits de Vida Saludables (PEAHS), impulsat per l'Escola d'Alimentació EROSKI, proposa sensibilitzar els nens d'entre 9 i 12 anys i tot el seu entorn familiar sobre la importància de seguir una alimentació equilibrada i un estil de vida saludable. Per això, amb la col·laboració de diversos experts, s'han elaborat diferents unitats didàctiques que s'ofereixen de franc a tots els centres educatius d'Espanya. L'any passat, 189.000 escolars de centres d'educació primària de tot Espanya van participar en les quatre edicions del programa. Des que es va posar en marxa, més de 400.000 escolars de prop de 2.800 centres han desenvolupat aquest programa, que representa un gran compromís amb l'entorn on és present i amb la transformació social per aconseguir hàbits sostenibles.

El programa ha estat configurat per un Comitè Científic format per professionals de diverses disciplines: medicina i pediatria, nutrició i dietètica, psicopedagogia i pedagogia. A més, els continguts contenen les aportacions dels docents que hi han anat participant al llarg d'aquest temps, la qual cosa els converteix en un material imprescindible.

Entre les novetats d'enguany destaquen les visites a proveïdors, així com els tallers duts a terme gràcies a la col·laboració dels experts del Basque Culinary Centre. Els alumnes aprenen a fer una compra saludable, coneixen l'origen dels aliments i les seves propietats, i elaboren menús equilibrats.



Reconeixement a la millor campanya d'RSC

El Programa Educatiu en Alimentació i Hàbits de Vida Saludables (PEAHS) va rebre el premi OCARE 2017 de l'Observatori de la Comunicació i l'Acció de la Responsabilitat Empresarial. Concretament, la segona edició d'aquests premis reconeixia el programa com una de les millors accions de comunicació d'RSC desenvolupades el 2016 a Espanya.

Els premis OCARE 2017 tenen com a objectiu reconèixer les millors iniciatives i accions de la comunicació a l'entorn de la responsabilitat social corporativa (RSC) endegades a Espanya. OCARE va néixer el 2014, impulsat per la Universitat CEU San Pablo i la consultora Medialuna, per tal d'animar les empreses i les institucions a comunicar més i millor la seva RSC. L'equip directiu i el Consell Assessor estan conformats per reconeguts professionals de l'àmbit de la comunicació i la responsabilitat social corporativa.



Sostenibilitat



Més botigues ecosostenibles

El compromís d'EROSKI amb la transformació social es plasma també a les seves botigues. Les botigues de nova generació apliquen gran part de les mesures d'eficiència energètica desenvolupades de forma pionera en la primera botiga «zero emissions» desenvolupada per la cooperativa el 2012 i que va aconseguir reduir el consum energètic en un 60% respecte de la despesa energètica d'un supermercat convencional equivalent.

Actualment EROSKI promou, juntament amb cada remodelació de botiga, mesures d'eficiència energètica per maximitzar les possibilitats d'estalvi energètic atenent a les particularitats de cada emplaçament. Aquestes innovacions es concentren principalment en el disseny climàtic de l'establiment, les instal·lacions de fred, els sistemes d'il·luminació i la minimització de residus, on adquireix una gran rellevància el programa Malbaratament Zero, gràcies al qual els aliments retirats per a la venda però encara aptes per al consum són destinats a organitzacions solidàries de l'entorn proper de cadascuna de les botigues EROSKI.



Contra el malbaratament d'aliments

El compromís d'EROSKI contra el malbaratament d'aliments es manifesta a través del manteniment de diverses campanyes iniciades anys enrere i d'altres més recents. A més d'una estreta col·laboració amb el Banc dels Aliments, amb el qual fa vint anys que treballem, i altres organitzacions socials, EROSKI ha posat en marxa diverses campanyes per conscienciar la població sobre aquest tema.

- El programa Malbaratament Zero d'EROSKI va sorgir per aprofitar els excedents alimentaris de les botigues, als quals es dona una segona oportunitat a través de diverses associacions i organitzacions socials. El 2017, es van donar més de 4.755 tones d'aliments en perfecte estat i aptes per al consum.
- A més, gràcies a campanyes de recollida, com Operació Kilo o el Gran Recapte, EROSKI i els seus clients han donat 2.437 tones més d'aliments. La suma de totes dues iniciatives ascendeix a més de 7.000 tones d'aliments, incloent-hi els frescos, l'equivalent al consum d'aliments de 4.341 famílies al llarg de tot un any.
- EROSKI i Hispacoop (Confederació Espanyola de Cooperatives de Consumidors i Usuaris) també han unit forces per minimitzar l'impacte que el malbaratament alimentari té avui dia. La campanya forma part del projecte «Gestió de rebuigs, malbaratament alimentari i consum responsable», de l'Agència Espanyola de Consum, Seguretat Alimentària i Nutrició del Ministeri de Salut, Serveis Socials i Igualtat, per gestionar millor els aliments i els envasos,

MATÈRIES PRIMERES

24.689
tones reciclades



CARTRÓ
23.412
tones



PLÀSTIC
1.062
tones



POREX
215
tones

RESIDUS ORGÀNICS

4.078
tones reciclades



CARNIS
1.912
tones



DE PESCA
2.166
tones

ENVASOS LOGÍSTICS

47.314.554
envasos reutilitzats



PALETS
5.490.795
unitats



CAIXES PLÀSTIQUES
41.823.759
unitats

APARELLS ELÈCTRICS I ELECTRÒNICS*

1.559
tones reciclades



ENTITAT COL·LABORADORA
ecotic

PILES I ACUMULADORS D'ENERGIA

95
tones reciclades



ENTITAT COL·LABORADORA
ecopilas

LLUMS I FLUORESCENTS

13
tones reciclades



ENTITAT COL·LABORADORA
AMBILAMP

*AIRE CONDICIONAT, ELECTRODOMÈSTICS, TELEVISIÓ, PETIT ELECTRODOMÈSTIC, ETC.

Economia circular

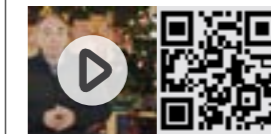
EROSKI treballa d'acord amb els principis de l'economia circular, que té l'objectiu de mantenir el valor dels productes i serveis el màxim temps possible per minimitzar el consum i el rebuig de matèries primeres, recursos i energia. Es tracta, en definitiva, de tancar el cicle del producte, seguint el model de la naturalesa i primant l'ecodisseny, el consum responsable i el desenvolupament sostenible.

El programa d'economia circular d'EROSKI estableix circuits de reciclatge per a diverses matèries primeres. Per fer-ho, desenvolupem processos de logística inversa, des de les botigues fins a les plataformes i els proveïdors, amb l'objectiu d'assegurar la reutilització i el reciclatge per minimitzar els rebuigs.

El 2017, hem reciclat més de 25.081 tones de residus (paper, cartró, envasos, porex, fusta i altres). A més a més, s'han reutilitzat 5.490.795 palets i 41.823.759 caixes de plàstic. Gràcies al foment de la bossa reutilitzable, hem evitat l'ús de 631 milions de bosses de plàstic.

Estrelles Solidàries

La campanya Estrelles Solidàries d'EROSKI, organitzada aquest any en col·laboració amb el Comitè Basc d'ACNUR (l'Agència de l'ONU per als Refugiats) i el Comitè Espanyol d'UNICEF (Fons de l'ONU per a la Infància), ha aconseguit aquest any recollir 72.000 euros. Durant tot el període de Nadal, els consumidors poden adquirir aquest guarniment per a l'arbre al preu simbòlic de dos euros a les línies de caixa de tota la xarxa de supermercats i hipermercats, i també a través del supermercat en línia. La idea parteix d'una treballadora que va proposar escriure-hi les millors experiències viscudes al llarg de tot l'any. L'import recollit es destinarà a projectes socials relacionats amb la infància.



Campanya solidària en col·laboració amb ACNUR i UNICEF

Per tercer any consecutiu, la campanya Estrelles Solidàries es desenvolupa a les botigues EROSKI durant el Nadal en col·laboració amb ACNUR i UNICEF.
<https://vimeo.com/243118868>

Amb l'Hora del Planeta

Com cada any, EROSKI es va sumar a la campanya l'Hora del Planeta, promoguda per WWF i amb el suport de les Nacions Unides, per conscienciar sobre la necessitat de lluitar contra el canvi climàtic. La idea parteix de la necessitat de conscienciar el món sobre la importància del medi ambient i la lluita contra el canvi climàtic.



Pacte Mundial

Un any més, hem consolidat la nostra pertinença al Pacte Mundial, una iniciativa internacional proposada per les Nacions Unides. L'objectiu és aconseguir un compromís voluntari de les entitats en responsabilitat social, per mitjà de la implantació dels principis basats en els drets humans, laborals i mediambientals. EROSKI és signant del pacte des que es va establir el 2002.



Gestió ètica i transparència

Codi ètic

El nostre codi ètic és l'eix de la gestió diària, que a la pràctica es correspon amb les línies d'actuació següents:

- 1 INCLOURE** la gestió ètica entre els objectius principals de la direcció.
- 2 ASSUMIR i CONTRIBUIR** a la millora contínua dels nivells de responsabilitat social recollits en la legislació.
- 3 VERIFICAR** a través d'indicadors la conducta ètica de l'organització per definir les àrees d'activitat que necessiten millores.
- 4 FIXAR OBJECTIUS** de millora en la gestió ètica, i elaborar i adoptar plans per aconseguir-los.
- 5 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.
- 6 INFORMAR** adequadament els proveïdors i subcontractistes sobre el codi ètic adoptat, i crear mecanismes per a la transferència del coneixement sobre la responsabilitat social.
- 7 ATENDRE** les parts interessades externes (consumidors, comunitats de veïns, Administració, clients, proveïdors, etc.) en tant que s'interessen pel nostre comportament social.
- 8 COMUNICAR** a la societat obertament i eficaçment el seu codi, les seves normes i el compliment dels seus objectius.