

GRUPO EROSKI ALCANZÓ LOS 143,3 MILLONES DE BENEFICIOS EN EL EJERCICIO 2005. *Las inversiones se elevaron a 298 millones de euros, con la apertura de 140 nuevos establecimientos.*

Madrid, 5 Abril 2006. GRUPO EROSKI ha logrado un ejercicio satisfactorio con una sólida progresión en resultados al alcanzar los 143,3 millones de euros. A ello han contribuido los avances cualitativos y cifras que confirman el acierto de la estrategia y un desempeño atinado de la profesión, además de la ganancia de cuota de mercado y la mejora en los procesos de gestión logística. La inversión mantiene una ejecutoria sostenida y la mejora de la red comercial resulta necesaria para acomodar el modelo a las necesidades actuales del cliente.

Los buenos beneficios obtenidos y su progresión sobre el año anterior confirman el dominio de la gestión en un momento en el que el consumo de los hogares españoles pasa por momentos de contención en el abastecimiento de la despensa. Este ajuste del presupuesto familiar ha promovido un estrechamiento de la competitividad y la oferta de buen precio, originando una mayor presión sobre el margen.

Las inversiones de 298 millones de euros mantienen constante la tendencia para el crecimiento de la red comercial de distribución alimentaria y de los negocios de diversificación, además de las nuevas plataformas en Málaga y Azuqueca de Henares (Guadalajara) y proyectos de nuevas instalaciones en Zaragoza y Palma de Mallorca. Las aperturas del Grupo fueron 140 nuevos establecimientos y ha renovado la red comercial para un desarrollo del modelo ajustado a las necesidades del cliente: mayor superficie de venta en los supermercados e incorporación de aparcamiento. El mayor número de aperturas se ha producido en los negocios de diversificación con 49 nuevas oficinas de EROSKI/viajes y 25 perfumerías If.

La red comercial alcanza los 1.826 establecimientos tras sumar las 140 aperturas: 5 hipermercados EROSKI, 15 supermercados EROSKI/center, 3 supermercados EROSKI/city, 28 autoservicios franquiciados, 7 gasolineras, 49 oficinas de EROSKI/viajes, 8 tiendas de deporte Forum Sport y 25 perfumerías If, a los que hay que sumar 4 centros comerciales y un parque comercial.

Las ventas consolidadas alcanzaron los 6.006 millones de euros con ganancia de cuota y progresión con tasas superiores a fechas recientes a condiciones constantes. Un posicionamiento más competitivo y una compra más económica para los clientes han presidido el ejercicio gracias a la reducción de los costes operativos y la consolidación de ahorros en la cadena de suministro.

GRUPO EROSKI ha protagonizado en ese logro competitivo dos acciones sobresalientes: la promoción de los productos EROSKI y la incorporación de un nuevo aliado en la Alianza Internacional de Distribuidores (ALIDIS), el líder alemán Edeka.

Los productos propios de la marca EROSKI han elevado su participación en las ventas de alimentación al 28%. Desde hace 15 meses presentamos sus productos como la marca de ahorro, el surtido más económico, manteniendo nuestra propuesta de alta calidad.

Por su parte, Alidis se fortalece con un tercer integrante, Edeka, el líder alemán de la distribución alimentaria, con un salto de gigante por el volumen aportado y la condición competitiva que añade el mercado alemán a la alianza. El Grupo enriquece la oferta y construye con los fabricantes soluciones de ganancia recíproca, a la vez que las colaboraciones estratégicas con fabricantes españoles del sector agroalimentario y de la marca EROSKI se fortalecen.

El programa Idea Sana EROSKI ha alcanzado su consolidación avalada por el millón de clientes del Grupo que han participado en alguna actividad. Realiza desde hace tres años propuestas ligadas a nuestra actividad con el fin de generar hábitos de vida saludables

relativos a la alimentación y nutrición, deporte y salud, medio ambiente y solidaridad. Se editan 2.400.000 ejemplares al año, 24.350 personas han participado en las Escuelas formativas, cientos de miles de padres han demandado la asesoría de nuestro equipo de pedagogos para la compra de juguetes y varios miles asistieron a las conferencias de salud y bienestar.

Los negocios de diversificación siguieron su plan de desarrollo con destacado número de aperturas: 49 oficinas de viaje, 25 perfumerías y 8 tiendas de deporte. Asimismo, han consolidado su modelo comercial con innovaciones de mayor participación del cliente en la compra, principalmente en EROSKI/viajes y Forum Sport.

La plantilla cierra con 30.716 trabajadores de los que 12.721 personas son propietarios, un incremento de 615 nuevos empleos y 423 propietarios más. Los trabajadores propietarios se han distribuido 57,5 millones de euros como parte de los beneficios. El mejor servicio y mayor satisfacción del cliente han motivado las más de 100.000 horas de formación impartidas en las tiendas durante el ejercicio.

GRUPO EROSKI registra avances pioneros en el ámbito sociolaboral, con la extensión de la excedencia con reserva del puesto a situaciones de conciliación de la vida familiar, o los permisos para atención de familiares, así como equiparación de los derechos laborales a las parejas de hecho.

El 10% de los beneficios anuales los gestiona Fundación EROSKI en iniciativas de información al consumidor, desarrollo sostenible y medio ambiente, y solidaridad. Sus acciones practican la responsabilidad social y el buen gobierno corporativo, con los trabajadores participando en la propiedad y los consumidores asociados, siendo sus representantes elegidos consejeros independientes en el Consejo de Administración en delegación paritaria desde hace 36 años. La presencia de la mujer en el Consejo es destacada y alcanza el 43%.

GRUPO EROSKI desarrolla su actividad en toda España. A cierre de ejercicio la red comercial la componen los siguientes establecimientos propios: 79 hipermercados **EROSKI**, 482 supermercados **EROSKI/center**, 150 supermercados **EROSKI/city**, 45 gasolineras, 20 cash & carry, 246 oficinas de la Agencia **EROSKI/viajes**, 39 tiendas de deporte **Forum Sport**, 197 perfumerías **If**, 2 tiendas de ocio y cultura **Abac**, 5 establecimientos de Food Service y 16 plataformas. Esta red propia se completa con 523 autoservicios Aliprox y otros franquiciados. En Francia, GRUPO EROSKI cuenta con 3 hipermercados, 18 supermercados y 17 gasolineras.

CIFRAS PRINCIPALES EJERCICIO 2005

