

GRUPO EROSKI CRECE UN 20% EN RESULTADOS, ALCANZANDO LOS 129 MILLONES DE BENEFICIOS EN EL EJERCICIO 2004. *Las inversiones netas se elevaron a 357 millones de euros, con la apertura de 122 nuevos establecimientos.*

Madrid, 7 Abril 2005. Grupo Eroski ha incrementado sus resultados consolidados en un 20%, alcanzando los 129,92 millones de euros. Las razones que explican este logro son la ganancia de cuota de mercado y la mejora en los procesos de gestión interna. Los avances de Grupo Eroski provienen de una oferta más atractiva para el cliente que se mueve con creciente sensibilidad respecto al precio de los productos básicos. La respuesta eficiente de Grupo Eroski a esta demanda ha provocado una ganancia en notoriedad y aprecio de las marcas propias por parte del consumidor.

A la vez, es la consecuencia directa de la inversión realizada en la apertura de nuevas tiendas y en la modernización de la antigua red comercial.

La consecución de estos beneficios notables se produce en una coyuntura en la que el gasto destinado al consumo en los hogares ha tenido un crecimiento modesto, y las cuentas de los distribuidores crecen gracias a los nuevos hogares y a la ampliación de su oferta hacia consumos emergentes de los clientes.

Los resultados económicos presentan una progresión sobresaliente con respecto a un buen ejercicio precedente y se producen en un año en el que el Grupo ha realizado un formidable esfuerzo en inversiones netas de 375 millones de euros. El principal destino ha sido la apertura -de 122 nuevos establecimientos y la renovación de la red ya existente. De este modo, Grupo Eroski ha invertido 1.855 millones de euros en el período 2004-2000, manteniendo su estrategia de crecimiento de la red comercial, modernización de sus establecimientos, diversificación y especialización de la oferta.

La cifra de ventas consolidadas alcanzó los 5.582 millones de euros que se logran gracias al fuerte crecimiento del año a superficie comparable.

La ampliación de la red comercial se concretó en los 122 nuevos puntos de venta de Grupo Eroski que es el saldo neto de aperturas y cierres de tiendas: 8 hipermercados EROSKI, 20 supermercados EROSKI/center, 19 autoservicios franquiciados, 7 gasolineras, 32 oficinas de la Agencia de Viajes, 8 tiendas de deporte FORUM, 26 tiendas de perfumería IF, 1 tienda ocio-cultura abac y 1 establecimiento de Food Service.

Igualmente Grupo Eroski protagonizó otros hechos de gran valor cualitativo. Lanzó una tercera emisión de Aportaciones Financieras Subordinadas Eroski por importe de 200 millones de euros, que fue superada en su demanda. El comportamiento de este valor en el mercado AIAF ha mantenido una regularidad y cotización muy satisfactorias, que confirman la consistencia del producto. Esta excelente evolución permite esperar una respuesta favorable de los inversores con ocasión de próximas emisiones.

Asimismo, Alidis (Alianza Internacional de Distribuidores), sociedad que da cobertura al acuerdo entre Grupo Eroski y el grupo francés de los Mosqueteros se consolida con la previsible incorporación de un nuevo socio en este 2005. Las ventajas comerciales de esta alianza para los clientes vienen de la mano de una



oferta más rica y en mejores condiciones al negociar un mayor volumen de compras con fabricantes internacionales. Establecido en el acuerdo de la alianza, la facturación de ITM Ibérica, sociedad que agrupa a las tiendas de los Mosqueteros en España, pasó a ser gestionada desde la Central de Compras de Grupo Eroski.

En este mismo orden de acontecimientos cualitativos, Grupo Eroski llevó su compromiso con la salud y el bienestar del consumidor a un programa de formación e información sobre hábitos de vida equilibrada y sana. Bajo la marca Idea Sana Eroski desarrolló un programa expresado en módulos formativos y unas aplicaciones a las tiendas, en las que el consumidor encuentra información que le permite una elección más reflexiva. Consiste en un programa permanente, que en 2004 ofreció 1.075 actividades en más de 208 establecimientos, seguido por más de 22.500 personas en 15 Comunidades Autónomas.

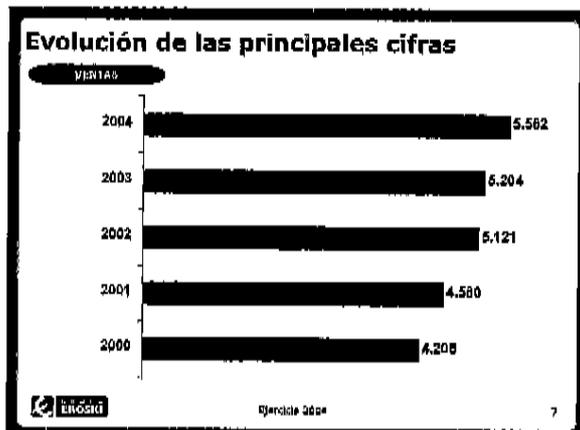
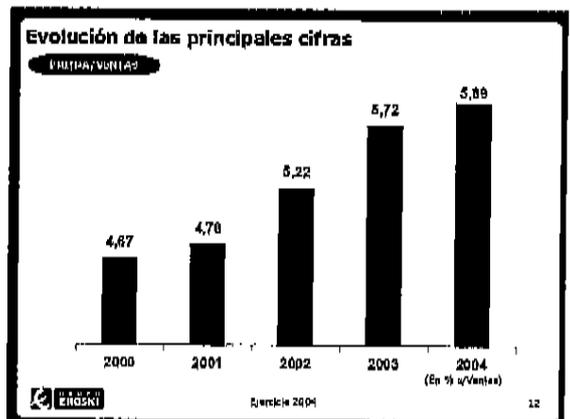
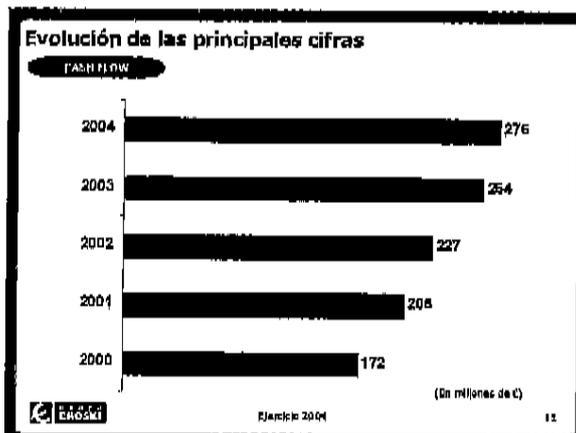
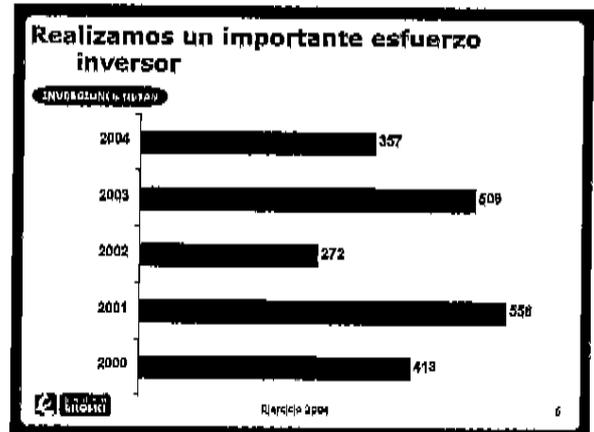
La estrategia de Diversificación del Grupo recibió un nuevo impulso en el ejercicio pasado. ←2004 supuso el lanzamiento de In Faradis, la enseña que unifica el nombre y el modelo de las tiendas de perfumería especializada en todo el territorio nacional. En septiembre se implanta un modelo de negocio diferente de ocio y cultura para todos, que presta especial interés en el ámbito de la familia, a través de una cadena de tiendas especializadas bajo el nombre de abac, con lo que se refuerzan los negocios principales.

En este ejercicio 2004, Grupo Eroski incorporó 909 nuevos empleos con la particularidad de su participación en la propiedad, en los resultados y en la gestión, como es seña de identidad de las personas trabajadoras de este Grupo. Fueron un total de 1.430 trabajadores que se incorporaron a la propiedad de la empresa, elevando la cifra a 12.298 personas, un 40% del total. La plantilla de Grupo Eroski finalizó el ejercicio con 30.101 personas trabajadoras.

Las iniciativas de Fundación Eroski se conciben y realizan desde un Grupo practicante de su responsabilidad social, participe de un buen gobierno corporativo con 36 años de vida, por el que los trabajadores son los propietarios y los consumidores asociados de modo paritario ejercen de consejeros independientes en el Consejo de Administración. El 10% de los beneficios anuales los gestiona Fundación Eroski en iniciativas de información al consumidor, desarrollo sostenible y medio ambiente, y solidaridad.

Grupo Eroski extiende su red comercial por toda España. A cierre de ejercicio la componen los siguientes establecimientos propios: 74 hipermercados **EROSKI**, 489 supermercados **EROSKI/center**, 157 supermercados **EROSKI/city**, 22 cash & carry, 208 oficinas de la Agencia de Viajes **EROSKI**, 38 gasolineras, 31 tiendas de deporte **FORUM**, 172 perfumerías **If**, 2 tiendas de ocio y cultura **abac**, 6 establecimientos de Food Service y 19 plataformas. Esta red propia se completa con 553 autoservicios Aliprox y otros franquiciados. En Francia, Grupo Eroski cuenta con 3 hipermercados, 18 supermercados y 17 gasolineras.

CIFRAS PRINCIPALES EJERCICIO 2004



Iosu Sanz, Director de Comunicación.-

Teléfono 917 862 558 - 946 211 250

www.grupoeroski.es
Sala de prensa

Email: iosusanz@eroski.es