



Nota de premsa

PER NADAL, GASTEM UN 30 % MÉS QUE LA RESTA DE L'ANY EN MENJAR

- *Els productes de les categories nadalzenques representen el 43 % de la despesa total del mes de desembre, i els productes estrella són els dolços, les carns selectes i les begudes.*
- *La despesa mensual mitjana addicional serà de 120 € per llar al llarg del mes de desembre.*
- *Les famílies amb fills grans i les persones grans són les que més augmenten la despesa, amb un 31 % i un 38 % més respectivament.*
- *Extremadura encapçala la llista amb un increment del 43 % i la segueixen comunitats com Castella-la Manxa (+42 %) i Castella i Lleó (+39 %).*
- *EROSKI reforça la seva proposta comercial amb 22 milions d'euros en ofertes per ajudar les famílies a estalviar durant aquesta època de l'any.*

Madrid, 26 de novembre de 2024.- [EROSKI](#) fa públics els resultats del seu **Estudi d'hàbits de consum per Nadal**, els quals mostren un increment important en la despesa de les llars dels espanyols durant el mes de desembre. Segons aquest estudi, les famílies gastaran entre un 25 % i un 30 % més en alimentació que la resta de l'any. Això representa una despesa addicional de **120 euros de mitjana per llar**. Aquest increment ve donat per una freqüència de visites més elevada a les botigues (11 visites en comptes de les 10 visites de mitjana mensual habitual) i l'augment de la despesa en productes propis d'aquestes dates, sobretot les categories nadalzenques.

Comparativa per comunitats autònomes i tipologia de família

L'estudi també posa de manifest les diferències en la despesa addicional entre les comunitats autònomes. **Extremadura** lidera el creixement amb un increment del **43 %**, seguida de comunitats com **Castella-la Manxa (+42 %)** i **Castella i Lleó (+39 %)**.

Pel que fa la tipologia de famílies, les persones **grans o retirades** representen la tipologia de llar que gasta més per Nadal, amb un **increment del 38 %** en la seva despesa ja que solen ser els amfitrions durant les festes.

EROSKI

Comunicació corporativa
PATRICIA MARTÍN SANCHIDRIÁN

Tel.: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

SILVIA PERALTA

Tel.: 91 737 99 50

[Sala de premsa en línia](#)

Les **famílies madures amb fills grans** també mostren un augment important, del **31 %**, en les compres nadalenques.

En general, totes les tipologies de llar incrementen la seva despesa durant el mes de desembre, principalment en les dues categories següents, que són les que tenen un impacte més gran el seu pressupost.

Categories nadalenques: les protagonistes del carretó

Les **categories nadalenques representen el 43 % del total de les compres de desembre** i són, per tant, les protagonistes del carretó. Entre els productes amb més demanda i més increment d'actes de compra per botiga i dia durant el mes de desembre destaquen: **El torrons, els bombons i dolços nadalencs**, (x10); la **xarcuteria**, com ara els ibèrics (x3); **els caves, els vins i altres begudes** (x3); **el peix i el marisc fresc o congelat** (x2) i les **carns selectes** com el xai o la carn de boví (x2).

«Aquestes categories no només són essencials per a les celebracions; també promouen el dinamisme de sectors clau com l'alimentació, la xarcuteria o les begudes», comenta Beatriz Santos, directora comercial de Grupo EROSKI.

A més, els **hipermercats** es continuen consolidant com el canal preferit per a les compres de Nadal, amb un creixement del **4 % en vendes** i un tiquet mitjà un **20 % més elevat** que el tiquet mitjà de la resta de l'any. «Els hipermercats combinen conveniència, varietat i promocions atractives que responen a les necessitats de la nostra clientela, especialment durant aquesta època de l'any», continua Santos.

Inversions i promocions per a l'estalvi familiar

En resposta a les necessitats dels seus clients, **EROSKI invertirà 22 milions d'euros en promocions** especials aquestes festes. La campanya «**Los Ofertones de Navidad**» inclourà descomptes importants en més de 100 productes estrella, com ara el peix, la carn, les conserves, la fruita seca, els caves, els vins i els dolços. A més, hi haurà ofertes com per exemple un 70 % de dte. en la segona unitat en **2.000 productes**, vals personalitzats i promocions sorpresa.

Tendències i perspectives per al Nadal 2024

El **Banc d'Espanya** assenyala que la confiança del consumidor continua en augment, cosa que augura un període nadalenc amb més dinamisme en el consum. A més, s'observa una **tendència recent a endarrerir les compres nadalenques**: el **57 % es fan al desembre**, el 14 % a l'octubre i el 29 % al novembre. Aquest comportament afecta especialment les categories com ara els torrons, els

EROSKI

Comunicació corporativa
PATRICIA MARTÍN SANCHIDRIÁN

Tel.: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

SILVIA PERALTA

Tel.: 91 737 99 50

[Sala de premsa en línia](#)

bombons i els dolços de Nadal (més del 50 % de la despesa anual al desembre) escumosos (28 %) i joguines (31 %).

«Volem acompanyar la nostra clientela durant aquesta època tan especial, no només oferint un gran assortiment de qualitat, sinó també assegurant-nos que pot planificar i optimitzar les seves despeses i estalvis sense renunciar a la màgia de Nadal», conclou Beatriz Santos.

Amb aquesta estratègia, **EROSKI** reforça el seu paper amb un aliat clau per a les llars espanyoles oferint una experiència de compra completa que combina qualitat, estalvi i proximitat.

Sobre el **Grupo EROSKI**

EROSKI és el primer grup de distribució de caràcter cooperatiu d'Espanya i un dels líders del nord del mercat espanyol (des de Galícia fins a les Illes Balears) amb una quota de mercat del 12,8 % en aquesta zona: líder al País Basc, Navarra i Galícia, i colíder a les Illes Balears. La seva xarxa comercial, a final del 2023, s'eleva a 1.533 establiments (entre supermercats, hipermercats, cash & carry i supermercats en línia), a més de gasolineres, botigues d'esports i altres negocis no alimentaris. A més, té més 6,4 milions de socis clients i més de 27.400 persones sòcies cooperativistes i treballadores, de les quals prop de 9.000 són socis propietaris; i hi hem de sumar el col·lectiu de persones treballadores de les més de 620 botigues franquiciades.

Comentado [ME1]: No tengo claro si Grupo se traduce o no

EROSKI

Comunicació corporativa
PATRICIA MARTÍN SANCHIDRIÁN

Tel.: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

SILVIA PERALTA

Tel.: 91 737 99 50

[Sala de premsa en línia](#)