

GRUP EROSKI INCREMENTA LES SEVES VENDES UN 2,9 % I ELEVA UN 10,6 % EL SEU RESULTAT EN EL PRIMER SEMESTRE DEL 2025

- El Grup ha demostrat un creixement sòlid durant el primer semestre, la qual cosa els ha fet assolir unes vendes en brut de 2.949 milions d'euros i un resultat net de 55,5 milions.
- La companyia reforça el seu compromís amb les famílies traslladant 202 milions d'euros d'estalvi al consumidor, apostant per un assortit ampli amb la seva marca pròpia i marca fabricant, i consolidant les promocions.
- A més, Eroski avança en la seva estratègia d'expansió i digitalització, amb noves botigues i el llançament del seu Marketplace.

Elorrio, 2 d'octubre del 2025. – Grup [EROSKI](#) ha tancat el primer semestre del seu exercici fiscal del 2025, de l'1 de febrer al 31 de juliol del 2025, amb un creixement sòlid de la seva activitat i una millora dels seus marges operatius en un entorn de consum estabilitzat.

Durant la primera meitat de l'exercici, les vendes en brut del grup van assolir els 2.949 milions d'euros, la qual cosa suposa un increment del 2,9 % respecte al mateix període de l'any anterior. D'altra banda, el benefici net es va situar en 55,5 milions d'euros, un 10,6 % més que en el primer semestre del 2024. L'EBITDA es va elevar a 157,5 milions, un 1,8 % superior al registrat en el mateix període de l'exercici anterior.

Un semestre que ha estat marcat per l'estalvi, la marca pròpia i el producte local

El creixement del Grup EROSKI va acompanyar d'una intensa política promocional, que ha permès traslladar un **estalvi superior a 202 milions d'euros** a les famílies consumidores en el semestre, la qual cosa ha consolidat el seu posicionament competitiu en un context en què el preu continua sent un factor clau per a les famílies.

L'augment de la participació de la marca pròpia en la cistella de la compra ha reforçat la fidelització dels clients, gràcies a una oferta diferencial en qualitat i preu. A tot això hem de sumar l'aposta per un assortit ampli a través de les marques de fabricant, els productes de proximitat, amb la col·laboració de més de 2.000 productors agroalimentaris que busca impulsar el sector local i enfortir la sostenibilitat de la cadena de valor. Aquesta aposta es veurà reforçada amb la pròxima **firma d'un conveni amb el Govern Basc** per impulsar el sector agroalimentari local i enfortir la sostenibilitat de la cadena de valor.

Expansió de la xarxa comercial i avanç en la digitalització

Durant aquest semestre, el Grup EROSKI ha continuat l'ampliació i modernització de la seva xarxa comercial amb l'obertura de 31 establiments nous: 6 establiments propis (4 supermercats, 1 cash & carry i 1 botiga Forum Sport) i 25 establiments franquiciats.

Entre els projectes més emblemàtics del semestre destaquem la renovació integral de la botiga insígnia de **Caprabo a L'Illa Diagonal (Barcelona)**, que s'ha convertit en un projecte pioner en innovació i sostenibilitat, que reforça el posicionament de la companyia a Catalunya. El nou concepte de botiga representa un canvi profund en la forma d'entendre el supermercat: un espai **acollidor, obert, gastronòmic i digitalitzat**, que s'ha pensat perquè el client **compri, descobreixi i gaudeixi**.

En paral·lel, Eroski ha accelerat la seva estratègia digital amb el **llançament del seu Marketplace**, que amplia la proposta comercial en el canal en línia i reforça l'experiència de compra en un ecosistema digital cada cop més integrat. Aquesta iniciativa se suma a les inversions en analítica avançada i intel·ligència artificial, que permeten una segmentació promocional més gran i una gestió més eficient de la relació amb els clients.

La **transformació digital** també arriba a l'àmbit operatiu, amb projectes de modernització en logística i en els sistemes de gestió de botiga, que reforcen la productivitat i l'eficiència. Aquestes inversions, alineades amb el pla de transformació tecnològica 2024-2026 de més de **100 milions d'euros**, consoliden un model comercial més innovador, competitiu i adaptat a les noves formes de consum.

Compromís cooperatiu i sostenibilitat

EROSKI manté com a eixos estratègics la salut, la sostenibilitat i la creació de riquesa local. Durant el semestre, ha reforçat iniciatives de suport a petits productors, ha continuat la promoció d'hàbits d'alimentació saludable i ha consolidat el seu paper com a primer grup de distribució cooperatiu d'Espanya, amb més de 27.600 professionals, dels quals més de 9.000 són socis propietaris.

"Aquests resultats reflecteixen la solidesa del nostre model de negoci i la confiança de la nostra clientela. Hem aconseguit créixer en vendes i beneficis en un entorn exigent amb una combinació de competitivitat en preus i un compromís ferm cap a l'alimentació saludable, la sostenibilitat i la riquesa local. L'estalvi traslladat a les famílies, l'impuls de la nostra marca pròpia i l'estreta col·laboració amb els productors de proximitat són pilars que reforcen el nostre propòsit cooperatiu", assenyala Rosa Carabel, CEO del Grup EROSKI.

Sobre EROSKI

EROSKI és un dels grups de distribució líders del nord del mercat espanyol (des de Galícia fins a les Illes Balears) amb una quota de mercat del 12,7 % en aquesta zona: líder al País Basc, Navarra i Galícia, i colíder a les Illes Balears. La seva xarxa comercial, a final del 2024, s'eleva a 1.502 establiments (entre supermercats, hipermercats, cash & carry i supermercats en línia), a més de gasolineres, botigues d'esports i altres negocis no alimentaris. A més, compta amb més de 6,4 milions de Socis Clients i més de 27.600 persones integren la seva plantilla, de les quals prop de 9.000 són sòcies propietàries.