

O GRUPO EROSKI INCREMENTA AS SÚAS VENDAS UN 2,9 % E OS SEUS RESULTADOS UN 10,6 % NO PRIMEIRO SEMESTRE DE 2025

- **O grupo demostrou un crecemento sólido durante o primeiro semestre e acadou unhas vendas brutas de 2949 millóns de euros e un resultado neto de 55,5 millóns.**
- **A empresa reforza o seu compromiso coas familias ao trasladar 202 millóns de euros de aforro aos consumidores, apostando por unha ampla gama coa súa marca propia e de fabricante e consolidando as promocións.**
- **Ademais, Eroski avanza na súa estratexia de expansión e dixitalización, con novas tendas e o lanzamento do seu Marketplace.**

Elorrio, 02 de outubro de 2025.– O Grupo [EROSKI](#) pechou o primeiro semestre do seu exercicio fiscal de 2025, do 1 de febreiro ao 31 de xullo de 2025, cun crecemento sólido da súa actividade e unha mellora das súas marxes operativas nun ambiente de consumo estabilizado.

Durante a primeira metade do exercicio, as vendas brutas do grupo acadaron os 2949 millóns de euros, o que supón un incremento do 2,9 % respecto ao mesmo período do ano anterior. Por outra parte, o beneficio neto situouse en 55,5 millóns de euros, un 10,6 % máis que no primeiro semestre de 2024. O EBITDA chegou a 157,5 millóns de euros, un 1,8 % superior ao que se rexistrou no mesmo período do exercicio anterior.

Un semestre marcado polo aforro, a marca propia e o produto local

O crecemento do Grupo EROSKI veu acompañado dunha intensa política promocional, que permitiu trasladar un **aforro de máis de 202 millóns de euros** ás familias consumidoras no semestre, consolidando así o seu posicionamento competitivo nun contexto no que o prezo segue a ser un factor clave para os fogares.

O aumento da participación da marca propia na cesta da compra reforzou a fidelidade da clientela, grazas a unha oferta diferencial en canto a calidade e prezo. A isto débese sumar a aposta por unha ampla gama coas marcas de fabricante e os produtos de proximidade, coa colaboración de máis de 2.000 produtores agroalimentarios, que busca fomentar o sector local e fortalecer a sustentabilidade da cadea de valor. Esta aposta verase reforzada coa próxima **sinatura dun convenio co Goberno Vasco** para impulsar o sector agroalimentario local e fortalecer a sustentabilidade da cadea de valor.

EROSKI: Dirección de comunicación corporativa

Patricia Martín Sanchidrián

Tel: 946 211 214 comunicacion@eroski.es

INCÓGNITO: Axencia de prensa
Silvia Peralta

Tel: 917 379 950

Expansión da rede comercial e avance na dixitalización

Durante este semestre, o Grupo EROSKI continuou coa ampliación e modernización da súa rede comercial coa apertura de 31 novos establecementos: 6 propios (4 supermercados, 1 cash & carry e 1 tenda Forum Sport) e 25 franquizados.

Entre os proxectos máis emblemáticos do semestre destaca a renovación integral da tenda insignia de **Caprabo en L'Illa Diagonal (Barcelona)**, que se converteu nun proxecto pioneiro en innovación e sustentabilidade, que reforza o posicionamento da empresa en Cataluña. O novo concepto de tenda representa un cambio profundo na forma de entender o supermercado: un espazo **acolledor, aberto, gastronómico e dixitalizado**, que está pensado para que a clientela **compre, descubra e goce**.

En paralelo, Eroski acelerou a súa estratexia dixital co **lanzamento do seu Marketplace**, que amplía a súa proposta comercial na canle en liña e reforza a experiencia de compra nun ecosistema dixital cada vez máis integrado. Esta iniciativa súmase aos investimentos en analítica avanzada e intelixencia artificial, que permiten unha maior segmentación promocional e unha xestión máis eficiente da relación coa clientela.

A **transformación dixital** tamén chegou ao ámbito operativo, con proxectos de modernización en loxística e nos sistemas de xestión da tenda, que reforzan a produtividade e a eficiencia. Estes investimentos, aliñados co plan de transformación tecnolóxica de 2024-2026 de máis de **100 millóns de euros**, consolidan un modelo comercial máis innovador, competitivo e adaptado ás novas formas de consumo.

Compromiso cooperativo e sustentabilidade

EROSKI mantén como eixes estratéxicos a saúde, a sustentabilidade e a creación de riqueza local. Durante o semestre, reforzou as iniciativas de apoio aos pequenos produtores, seguiu fomentando hábitos de alimentación saudables e consolidou o seu rol como o primeiro grupo de distribución cooperativo de España, con máis de 27 600 profesionais, dos cales máis de 9000 son persoas socias propietarias.

«Estes resultados reflicten a solidez do noso modelo de negocio e a confianza da nosa clientela. Consequimos incrementar as nosas vendas e beneficios nun ambiente esixente, combinando prezos competitivos cun compromiso firme coa alimentación saudable, a sustentabilidade e a riqueza local. O aforro que se trasladou ás familias, o impulso da nosa marca propia e a estreita colaboración cos produtores de proximidade son piares que reforzan o noso propósito cooperativo», indica **Rosa Carabel, CEO do Grupo EROSKI**.

Acerca de EROSKI

EROSKI é un dos grupos de distribución líderes no norte do mercado español (desde Galicia ata Baleares) cunha cota de mercado do 12,7 % nesa zona. É líder no País Vasco, Navarra e Galicia, e colíder nas Illas Baleares. A súa rede comercial, a finais do 2024, suma 1502 establecementos, entre supermercados, hipermercados, cash & carry e supermercados en liña, ademais de gasolinerías, tendas de deportes e outros negocios non alimentarios. Ademais, conta con máis de 6,4 millóns de socios clientes e máis de 27 600 persoas no seu cadro de persoal, das cales case 9000 son socias propietarias.

**EROSKI: Dirección de comunicación
corporativa**

Patricia Martín Sanchidrián

Tel: 946 211 214 comunicacion@eroski.es

INCÓGNITO: Axencia de prensa

Silvia Peralta

Tel: 917 379 950