

EROSKI TALDEAK %2,9 HANDITU DITU SALMENTAK, ETA %10,6 IGO DU BERE EMAITZA 2025EKO LEHEN SEIHILEKOAN

- Taldeak erakutsi du hazkuntza sendoa izan duela lehen seihilekoan: 2.949 milioi euroko salmenta gordinera iritsi da, eta 55,5 milioiko emaitza garbia izan du.
- Konpainiak indartu egin du familiekin duen konpromisoa, 202 milioi euroko aurrezpena helarazi baitie kontsumitzaileei. Horretarako, marka propioko eta fabrikatzaileen markako sorta zabal baten aldeko apustua egin du, eta sustapenak indartu ditu.
- Horretaz gainera, Eroski aurrera doa bere hedapen eta digitalizazio estrategian, denda gehiago ireki baititu eta bere 'marketplace'–a sortu.

Elorrio, 2025eko urriaren 2a.- [EROSKI](#) Taldeak itxi du 2025eko lehen seihilekoko zerga ekitaldia, 2025eko otsailaren 1etik uztailaren 31ra doana. Epe horretan, jarduerak hazkunde gogorra izan du, eta hobekuntza izan du marjina operatiboetan, kontsumoa egonkorra izan den testuinguru batean.

Ekitaldiaren lehen erdian, taldearen salmenta gordinak 2.949 milioi eurora iritsi dira; horrek esan nahi du %2,9 handitu dela aurreko urteko epe berarekin alderatuta. Etekin garbia, berriz, 55,5 milioi eurotan jarri da, 2024ko lehen seihilekoan baino %10,6 gehiago. EBITDA 157,5 milioi eurora igo da, %1,8 gehiago aurreko ekitaldiko epe berarekin alderatuta.

Aurrezkia, marka propioa eta tokiko produktua seihilekoaren ezaugarri

EROSKI Taldearen hazkuntza horretan, aipatzekoa da izan duen sustapen politika bizia; horri esker, **202 milioi euro baino gehiagoren aurrezpena** helarazi die kontsumitzaileei seihilekoan. Hala, indartu egin da bere posizionamendu lehiakorra, etxekoentzat prezioa ona izatea oraindik giltzarri den testuinguru honetan.

Marka propioak toki handiagoa du orain erosketa saskian, eta horrek bezeroen fidelizazioa areagotu du, marka propioaren eskaintza nabarmendu egiten baita kalitate eta prezio aldetik. Horretaz gainera, aipatzekoa da fabrikatzaile markaren bitartez produktu sorta zabal baten alde apustu egin izana, bai eta hurbileko produktuen bitartez ere nekazaritzako elikagaien 2.000 ekoizleren kolaborazioarekin; horren asmoa da tokian tokiko sektorea bultzatzea eta balio katearen iraunkortasuna indartzea. Eta apustua indartuta aterako da, Eusko Jaurlaritzarekin hurrengo **hitzarmena sinatzen denean**. Hitzarmenaren helburua da tokian tokiko nekazaritzako elikagaien sektorea bultzatzea eta balio katearen iraunkortasuna sendotzea.

Sare komertziala hedatuz eta digitalizazioan aurrera eginez

Seihileko honetan, EROSKI Taldeak jarraitu du bere sare komertziala zabaltzen eta modernizatzen, 31 saltoki berri ireki baititu: 6 propio (4 supermerkatu, cash & carry 1 eta Forum Sport denda 1) eta 25 frankiziatu.

Seihileko honetan, azpimarratzekoak izan dira proiektu jakin batzuk: osorik berritu izana Capraboren denda izarra dena **L'Illa Diagonalen (Bartzelona)**, zeina berrikuntzaren eta iraunkortasunaren arloko proiektu aintzidari bihurtu baita. Horrek are gehiago indartzen du konpainiak Katalunian duen posizionamendua. Dendaren kontzeptu berriak aldaketa sakona ekarriko du supermerkatua ulertzeko eran: espazio **abegikor, ireki, gastronomiko** eta **digitalizatua**, bezeroak **erosi, aurkitu** eta **goza** dezan pentsatua.

Aldi berean, Eroskik bizkortu egin du bere estrategia digitala **bere marketplace-a sortuta**. Horrek online kanalaren proposamen komertziala areagotuko du, eta erosketa esperientzia indartu; izan ere, ekosistema digitala gero eta integratuagoa dago. Ekimen horretaz gainera, inbertsioak egin dira analitika aurreratuan eta adimen artifizialean. Horiei esker, sustapenen segmentazio handiagoa egin daiteke, eta kudeaketa eraginkorragoa egin bezeroekin dagoen harremanean.

Eraldaketa digitala ere iritsi da arlo operatibora: modernizazio proiektuak ditugu logistikan eta dendaren kudeaketa sistemetan, eta horiek produktibitatea eta efizientzia areagotuko dute. Inbertsio horiek, 100 milioi eurotik gorako 2024-2026ko eraldaketa teknologikoaren planarekin lerrokatuta daudenek, kontsumo era berrietara egokituagoa dagoen eredu komertzial berritzaile eta lehiakorra sendotzen dute.

Konpromiso kooperatiboa eta iraunkortasuna

EROSKIk jarraitzen du ardatz estrategikoan izaten osasuna, iraunkortasuna eta tokiko aberastasuna. Seihileko honetan, ekoizle txikiei laguntzeko ekimenak areagotu ditu; jarraitu du elikadura osasungarria sustatzen, eta indartu egin du Espainiako lehen banaketa kooperatiba gisa duen rola, 27.600 profesional baino gehiago, zeinetatik 9.000 aldi berean diren bazkide eta jabe.

"Eraitza horiek erakusten dute gure negozio eredua sendo dagoela eta bezeroek konfiantza dutela gudan. Testuingurua zaila izanagatik, lortu dugu salmentak eta etekinak handitzea, elkarrekin konbinatuta bai prezioen lehiakortasuna eta bai elikadura osasungarri, iraunkor eta tokikoarekiko konpromiso sendoa. Gure kooperatibaren xedea indartzeko orduan,

funtsezko zutabe dira familiei helarazitako aurrezpena, gure markaren bultzada eta hurbileko ekoizleekiko lankidetza estua", adierazi du Rosa Carabelek, EROSKI Taldeko CEOak.

EROSKiri buruz

EROSKI banaketa talde liderretako bat da Espainia iparraldeko merkatuan —Galiziatik Balearretara—, %12,7ko merkatu kuotarekin; eta liderra da Euskal Autonomia Erkidegoan, Nafarroan eta Galizian; lidergoan da halaber Balearretan ere. 2024aren amaieran, 1.502 saltoki zituen bere sare komertzialean: besteak beste, supermerkatuak, hipermerkatuak, cash & carry-ak eta online supermerkatuak, baita gasolindegia, kirol dendak eta elikagaien arlokoak ez diren beste negozio batzuk ere. Horretaz gainera, 6,4 milioi Bezero Bazkide baino gehiago ditu, eta 27.600 lagunek baino gehiago osatzen dute langile taldea; horietatik 9.000, berriz, bazkide eta jabe dira.