

**Reconeixement internacional a la marca pròpia****EROSKI ACONSEGUEIX CINC GUARDONS ALS PLMA SALUTE TO  
EXCELLENCE AWARDS 2026**

- **Els premis internacionals reconeixen la qualitat, la innovació, la presentació i la relació qualitat-preu de productes de marca pròpia d'EROSKI.**
- **Els productes premiats pertanyen a categories d'alimentació, frescos i de la llar, reflectint l'amplitud i la diferenciació de l'assortiment de marca pròpia de la cooperativa.**
- **La marca pròpia és una de les principals palanques d'estalvi per a les famílies i un eix estratègic de competitivitat i fidelització per a EROSKI.**

**Elorrio, 27 de maig de 2026.**- [EROSKI](#) ha estat reconeguda amb cinc premis als guardons internacionals "Salute to Excellence Awards 2026", organitzats per la Private Label Manufacturers Association (PLMA), un dels certàmens de referència mundial en l'àmbit de la marca pròpia i celebrat fa poc a Amsterdam.

Els productes guardonats han estat el **Torró d'Alacant SELEQTIA 300 g**, premiat en la categoria de postres; l'**Oli d'Oliva Verge Extra Spray EROSKI 200 ml**, en la categoria d'olis d'oliva; el **Vi Fino Hegemonía Mayor 0,75 l D.O. Montilla-Moriles**, reconegut com a "Best Value" en la categoria de vins dolços i generosos; l'**Ambientador per a armari en sobres Baby EROSKI**, en la categoria de cuina i llar; i el **Pop Cuit amb el seu suc EROSKI 250 g**, premiat en la categoria de peixos i mariscs.

El jurat internacional ha valorat aspectes com la qualitat del producte, el gust, la innovació, la presentació, l'embalatge i la relació qualitat-preu, i en va destacar especialment la qualitat percebuda, l'execució dels productes i l'atractiu de les seves propostes comercials. Amb aquests reconeixements, la cooperativa suma prop de 50 premis als PLMA Salute to Excellence Awards durant la darrera dècada.

La trajectòria d'EROSKI en aquests guardons reflecteix la seva aposta per una marca pròpia innovadora, diferencial i adaptada a les noves necessitats de les persones consumidores, amb propostes que combinen qualitat, conveniència i una competitiva relació qualitat-preu. En un context marcat per una major sensibilitat a la despesa i una compra més racional, la marca pròpia continua guanyant protagonisme a la cistella de la compra com una de les principals eines d'estalvi per a les famílies.

*“La marca pròpia és un eix estratègic per a EROSKI perquè ens permet oferir productes innovadors, de qualitat i a preus competitiu, adaptats a les necessitats reals de la nostra clientela. Aquest reconeixement internacional posa en valor la feina conjunta que fem amb els nostres proveïdors per desenvolupar propostes diferencials que aportin valor, qualitat i estalvi a les famílies”, destaca **Beatriz Santos, directora comercial d’EROSKI.***

La marca pròpia és un dels pilars estratègics del model comercial d’EROSKI i un element clau de diferenciació juntament amb l’aposta per l’alimentació saludable, els productes frescos i locals i la innovació orientada a millorar l’experiència de compra. A través d’aquesta proposta, la cooperativa té com a objectiu reforçar la fidelització i donar resposta a una clientela cada vegada més exigent i sensible al valor, la qualitat i l’estalvi.

#### **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 12,32 % en aquesta zona: líder al País Basc, Navarra i Galícia, i colíder a les Illes Balears. La seva xarxa comercial, a final del 2025, arriba als 1.508 establiments (entre supermercats, hipermercats, cash & carry i supermercats en línia), a més de benzineres, botigues d’esports i altres negocis no alimentaris. Així mateix, compta amb més de 6 milions de socis clients i més de 28.000 persones integren la seva plantilla, de les quals més de 8.300 són sòcies propietàries.