

Nazioarteko aitortza marka propioari**EROSKI-K BOST SARI IRABAZI DITU PLMA-REN 2026KO
SALUTE TO EXCELLENCE AWARDS SARIKETAN**

- EROSKIren marka propioko produktuen kalitatea, berrikuntza, aurkezpena eta prezio-kalitate erlazioa aitortu dute Nazioarteko sariketek.
- Saritutako produktuak elikagaien, freskoen eta etxekoan kategorietakoak dira. Horrek erakusten du kooperatibaren marka propioaren sorta zein zabala eta aniztuna den.
- Marka propioa da familiek aurrezteko duten euskarri nagusietako bat, eta ardatz estrategiko bat da EROSKIren lehiakortasun eta fideltasun arloetan.

Elorrio, 2026ko maiatzaren 27a.- [EROSKI](#)ri bost sari eman dizkiote nazioarteko "Salute to Excellence Awards 2026" sariketan. Private Label Manufacturers Association elkarteak antolatzen du, eta munduan marka propioaren alorrean ari direnen artean erreferentzietako bat da. Berriki egin dute Amsterdamen.

Produktu hauek dira saridunak: **Alacanteko SELEQTIA turroia (300 g)**, postreen kategorian saritua; **esprai erako EROSKI oliba olio birjina estra (200 ml)**, oliba olioaren kategorian, **Montilla-Moriles jatorri izeneko Hegemonia Mayor ardo fina (0,75 l)**, "best value" bezala aitortua ardo gozo eta oparoen kategorian; **EROSKI baby usaineko armairurako aire gozagarria** sukaldearen eta etxearen kategorian; eta **bere zukuan egositako EROSKI olagarroa (250 g)**, arrainen eta itsaskien kategorian saritua.

Nazioarteko epaimahaiak askotariko parametroak neurtu ditu, hala nola produktuaren kalitatea, zaporea, berrikuntza, aurkezpena, packaginga eta prezio-kalitate erlazioa. Bertan nabarmendu dituztenak: kalitatea, produktuen gauzapena eta proposamen komertzialen erakargarritasuna. Aitortza horiekin, kooperatibak dagoeneko 50 sari ditu PLMAren Salute to Excellence Awards sarien azken hamar urteetan.

EROSKIk sari horietan izan duen ibilbideak erakusten du nola egin duen apustu marka propio berritzaile eta bereizi baten alde eta nola egokitu den kontsumitzaileen behar berrietara, kalitatea, komenentzia eta prezio-kalitate erlazio lehiakorra proposatuta. Gastuarekiko sentsibilitate handiagoa dagoen eta erosketa arrazionalagoa egiten den testuinguru honetan, marka propioak gero eta garrantzi handiagoa hartzen jarraitzen du erosketa saskian, familiek dirua aurrezteko dituzten tresna nagusietako bat baita.

**EROSKI - Komunikazio Korporatiboko
zuzendaria**

Patricia Martin Sanchidrian

Tel: 946 211 214 comunicacion@eroski.es

INCÓGNITO - Prentsa bulegoa
Silvia Peralta

Tel: 917 379 950

"Marka propioa ardatz estrategiko bat da EROSKIrentzat, zeren eta aukera ematen du produktu berriztaile eta kalitatezkoak eskaintzeko prezio lehiakorretan eta gure bezeroen egiazko beharretara egokituta. Nazioarteko aitortza horrek balioan jartzen du proposamen bereziak garatzeko gure hornitzaileekin batera egiten den lana, balioa, kalitatea eta familien aurrezpena bultzatzeko", nabarmendu du **Beatriz Santosek, EROSKIko zuzendari komertzialak.**

Marka propioa giltzarria da EROSKIren eredu komertzialaren estrategietan. Elementu bereizgarri hori sustatzeaz batera, apustu egiten du elikadura osasungarriaren, produktu freskoen eta tokian tokikoen alde, bai eta erosketa esperientzia hobetzeko berrikuntzen alde ere. Proposamen horrekin, kooperatibaren helburua da fideltasuna indartzea, eta gero eta kontentagaitzagoak eta sentiberagoak diren bezeroei erantzun bat ematea.

EROSKIri buruz

EROSKI banaketa talde liderretako bat da Espainia iparraldeko merkatuan —Galiziatik Balearretara—, %12,32ko merkatu kuotarekin; eta liderra da Euskal Autonomia Erkidegoan, Nafarroan eta Galizian; lidergoan da halaber Balearretan ere. 2025aren amaieran, 1.508 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 milioi Bezero Bazkide baino gehiago ditu, eta 28.000 lagunek baino gehiagok osatzen dute langile taldea; horietatik 8.300, berriz, bazkide eta jabe dira.