

Alimentació inclusiva**LA MARCA PRÒPIA GUANYA PROTAGONISME ENTRE LES LLARS QUE CONSUMEIXEN PRODUCTES SENSE GLUTEN PER LA SEVA COMBINACIÓ D'ESTALVI I CONFIANÇA**

- Les llars que compren productes sense gluten presenten una freqüència de compra un 70 % superior i dupliquen la despesa anual mitjana respecte al conjunt de la clientela.
- El 65 % d'aquestes llars tria productes sense gluten de marca pròpia EROSKI i prop de la meitat ho fa de manera exclusiva.
- EROSKI ofereix actualment 656 referències de marca pròpia aptes per a persones que segueixen una dieta sense gluten: 32 pertanyen a la seva marca específica «Sense Gluten» i 624 referències més de les seves marques pròpies incorporen el pictograma «Sense Gluten», que en garanteix l'aptitud per a aquest col·lectiu.

Elorrio, 10 de juliol de 2026 – La categoria de productes sense gluten continua consolidant-se a la cistella de la compra de moltes llars, impulsada per una conscienciació més gran sobre l'alimentació i per la necessitat d'oferir alternatives específiques a les persones que han de seguir una dieta sense gluten. En aquest context, les dades més recents d'[EROSKI](#) mostren que l'estalvi i la confiança s'han convertit en dos factors determinants per a les persones que incorporen aquest tipus de productes a la seva alimentació.

Tot i que els productes específics sense gluten representen una part reduïda de la despesa total en alimentació, són presents en el 8 % de les llars que compren a EROSKI i suposen aproximadament l'1 % de la seva despesa total en alimentació.

Es tracta, a més, d'un perfil de compra amb un elevat nivell de fidelització. Les llars que adquireixen aquest tipus de productes dupliquen la despesa anual mitjana, fan una freqüència de compra un 70 % superior i gasten un 15 % més en cada visita respecte al conjunt de la clientela de la cooperativa.

El perfil predominant correspon a famílies amb fills, en les quals la penetració arriba fins al 12 %, mentre que a les llars sènior el consum se situa per sota de la mitjana.

Les dades també reflecteixen que el consum es concentra en un nucli de compradors molt definit: aproximadament el 20 % de les llars que adquireixen productes específics sense gluten genera prop del 80 % de les vendes de la categoria. En aquestes llars, aquest tipus de productes ja representa al voltant del 3 % del conjunt de la seva cistella de la compra.

L'estalvi, un factor cada vegada més determinant

Per a les persones que han de seguir una dieta estricta sense gluten, el preu continua essent un dels principals condicionants de compra. En aquest sentit, la marca pròpia s'ha consolidat com una eina clau per facilitar l'accés a aquesta categoria.

Actualment, el 65 % de les llars compradores de productes sense gluten adquireix referències de marca pròpia EROSKI i prop de la meitat ho fa de manera exclusiva.

A la gamma específica de productes sense gluten, la marca pròpia EROSKI ofereix una diferència de preu d'entre un **25 % i un 30 %** respecte a les principals marques especialitzades, contribuint així a reduir el sobrecost que aquesta categoria ha suposat tradicionalment per a moltes famílies.

Una aposta per fer la categoria més accessible

EROSKI ofereix actualment **656** referències de marca pròpia aptes per a persones que segueixen una dieta sense gluten. D'aquestes, **32** formen part de la seva gamma específica «Sense Gluten» i **624** referències de les seves marques pròpies incorporen el pictograma «Sense Gluten», que garanteix que són aptes per a les persones que han de seguir aquest tipus d'alimentació.

Aquesta oferta és fruit d'una aposta sostinguda per desenvolupar una gamma cada vegada més àmplia i adaptada a les necessitats de les persones que han de seguir una dieta sense gluten. Durant els darrers anys, la cooperativa ha reforçat progressivament aquesta categoria ampliant-ne l'assortiment, millorant-ne la disponibilitat i desenvolupant noves referències que permeten donar resposta a les necessitats de les persones celiaques sense renunciar a la qualitat ni incrementar innecessàriament el cost de la cistella de la compra.

*«Per a les persones que han de seguir una dieta sense gluten, l'alimentació no és una elecció, sinó una necessitat. El nostre compromís és oferir una gamma cada vegada més àmplia de productes que combini qualitat, seguretat alimentària i un preu competitiu, de manera que qualsevol persona pugui fer la compra amb confiança, llibertat d'elecció i sense que el cost suposi una barrera afegida. La nostra oferta combina una gamma específica de productes sense gluten amb centenars de referències de les nostres marques pròpies identificades amb el pictograma «Sense Gluten», fet que ens permet oferir solucions per a pràcticament qualsevol moment de consum», assenyala **Beatriz Santos, directora comercial d'EROSKI.***

El desenvolupament d'una gamma específica sense gluten implica, a més, un important esforç en matèria de selecció d'ingredients, control de processos, traçabilitat i seguretat

alimentària per garantir que els productes compleixen els estàndards exigits per aquest col·lectiu.

Un compromís que va més enllà de l'assortiment

L'aposta d'EROSKI es complementa amb una estreta col·laboració amb les associacions de persones amb malaltia celíaca. Durant el 2025, la cooperativa va renovar els seus convenis amb les associacions del País Basc, La Rioja, Catalunya, Navarra i les Illes Balears, i en va subscriure de nous amb les de Galícia, Astúries i Castella i Lleó.

Gràcies a aquests convenis, **2.817 persones associades** es van poder beneficiar, entre altres avantatges, d'un **descompte del 20 %** en la compra de més de **300 referències específiques sense gluten**, una iniciativa amb la qual EROSKI vol contribuir a reduir l'esforç econòmic que suposa seguir una dieta sense gluten.

Per a EROSKI, el desenvolupament d'aquesta categoria respon a un compromís sostingut amb una alimentació inclusiva i accessible. Ampliar l'assortiment, oferir alternatives de qualitat, col·laborar amb les associacions de persones amb malaltia celíaca i contribuir a reduir l'esforç econòmic que suposa seguir una dieta sense gluten formen part del seu propòsit de facilitar una alimentació segura i adaptada a les necessitats de totes les persones consumidores.

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, essent líder al País Basc, Navarra i Galícia, i colíder a les Illes Balears. La seva xarxa comercial omnicanal, en finalitzar el 2025, està formada per 1.508 establiments, entre supermercats, hipermercats, centres cash & carry i supermercats en línia, a més d'òptiques, botigues d'esport i altres activitats no alimentàries. Així mateix, compta amb més de 6 milions de socis clients i més de 28.200 persones a la seva plantilla, de les quals més de 8.300 són sòcies propietàries.