

Kontsumo ohiturak 'Eskolan hastean'**IRAILEAN, ESPAINIAKO ETXEETAN %7 IGOTZEN DA GASTUA
ESKOLAN HASTEN DIRENEAN**

- Eroskik 30 milioi euro bideratuko ditu sustapenetara, familiei eskola hasierako gastuetan laguntzeko.
- 2026ko otsailetik uztaiera, taldeak 208 bat milioi euro aurrezki transferitu dizkie familiei.
- Iraileko lehen astean, familiek gehiago gastatzen dute eskolako materialean, janarian eta higie produktuetan.
- Bezeroek gehiago erreparatzen diete prezioei eta sustapenei, eta erosketak gehiago planifikatzen dituzte.
- Garai honetan, eskola hasierarekin loturiko materiala dela eta, **34,5 eurora igotzen da gastua batez beste; oro har, 33 euro izaten da.**

Elorrio, 2026ko irailaren 3a.- [EROSKIk](#) aztertutako kontsumo datuek erakusten dute igoera esanguratsua izaten dutela Espainiako etxeek gastuetan eskolan hastean. Iraileko lehen astean, **bezero fidelen gastua %6,9 igo da** 2025eko asteko batezbestekoarekin alderatuta, etxe **124 euro** izanik. Etxe bakoitzak erositako unitate kopurua ere igo da (+%10,2), bai eta supermerkatu bakoitzari eginiko bisita maiztasuna ere (%2,4).

Ikasturte hasieran, eginahal handiagoa egiten dute erosketetan. Aldi horretan, batez beste **34,5 euro** gastatu dituzte; oro har, **33 euro** izaten da (+%4,5). Horietatik **16,8 euro** joaten da eskolako kategorietan, hain zuzen. Horretaz gainera, dendetara egiten diren bisita kopuruak **%2,4** igotzen dira. Horrek erakusten du familiek gastua doitu egiten dutela dena aldi bakarrean ez erosteko, eta sustapenak aprobetxatzen dituztela; ondorioz, astean edo hamabostean behin, armairua betetzeko izaten dira egiten dituzten lau bisitetatik hiru.

Kontsumo soslai eta portaera

Familia gazteei egiten zaizkien salmentak igotzen dira gehienbat (+1 puntu), haien ondotik datoz ume koskortuak dituztenei egiten zaizkienak (+0,4 puntu), eta, horren ondorioz, jaitsi egiten da erretiratuei egiten zaizkien ehunekoa. Kontsumoaren erpina **iraileko lehen aste horretan** izaten da. Urteko kontsumoarekin konparatuz gero, berriz, etxeek nahiago izaten

dute astelehenetan erosi; erosketa maiztasuna handitu egiten da egun horretan, eta kanal batetik bestera ia ez da alderik izaten.

Eskolan hastean nabarmentzen diren kanalak eta produktuak

Eroskiren bezeroen datuen arabera, hilabete honetan, **bereziki handitzen da hipermerkatuen partaidetza** eskolako kategorietan (+4,1 puntu), zeren eta handiagoak izaten baitira erosketaren zama eta eskaintza ikasturte hasierarekin loturiko kategorietan. Hurbileko supermerkatuek eta komenentziazko formatuek ere hazkuntza erritmo onari eusten diote (+1,8 puntu), horietan arinagoa eta hurbilagoa izaten delako erosketa, eta erosketa sarriagoak eta planifikatuagoak egiteko aukera ematen dutelako. Online kanalak ere gorakada bat erregistratzen du (+1,4 puntu); batez ere, gazteen artean, eskolako materialagatik, haurrentzako arropagatik, teknologiagatik eta *snacking* edo zizka-mizkengatik.

Honatx zein kategoriatan igotzen diren gehienbat salmentak:

- **Eskolako materiala** (+%115,5)
- **Haurrentzako arropa** (+%22,2)
- **Etxeko apainketa** (+%9,2)

"Eskola hasierakotzat" jotzen diren horiek eta beste batzuek (hala nola etxeko apainketa, zainketa pertsonala, *snacking* edo zizka-mizka eta gosariak) salmenten **%38,5 osatzen dute. Dena den, pisurik handiena elikagaien kategoriek hartzen dute oraindik ere: *snacking* edo zizka-mizkek (%20,8) eta gosaritarakoek (%10,3).**

Gainera, haurrentzako arropak, eskolako materialak eta teknologiak giltzarri dira, **bisita erakartzen dituztelako dendara, eta trafikoa ere bai online kanalera**. Erosketa horiek lotuta egon ohi dira beste elikadura kategoriatan batzuen erosketekin (esnekiak, opilak eta frutak), eta horrek indartu egiten du erosketa orokorra eskola hasiera honetan. Beraz, aldi honetan bateratu egiten dira sasoiko kategorien tiradizoa eta elikadurako oinarritzko produktuak, familiaren plangintzan eta aurrekontuan erabakigarri izaten jarraitzen dutenak.

Iraileko eskaintzak eta sustapenak

2026ko otsailetik uztailera, EROSKIk **208 bat milioi euro aurrezki** transferitu dizkie familiei sustapenetan, eskaintzetan eta beste abantaila batzuetan, hori baita haren apustua, hau da, erosketen saskian aurrezten laguntzea.

Testuinguru horretan, eskolan hastean izaten dute familiek gastu erpinik handienetako bat uda ondotik. Eginahal hori arintzeko, EROSKIk irailean **30 milioi euro** bideratuko ditu sustapenetara, deskontuetara eta eskaintza berezietara; aste horietako **salmenten %21** da hori. Kategoria giltzarriei dagokienez, sustapenen arloko salmentetan, %75 teknologia izaten da, eta %45etik gora eskolako materiala; garbiketako produktuak, berriz, %37 pasa ere izaten dira.

Honelakoak izan ohi dira familientzako aurrezpen kanpainak: **2x1, 3x2, bigarren unitatea %50era eta %70era**, kupoi pertsonalizatuak eta zozketak. Nabarmenezkoa da **"kupoizale amorratuak"** izaten direla **kontsumitzaileen %26,9**; dirua aurrezteko joera nabaria izaten dute, eta **+8,9 puntu areagotu da joera hori 2025eko urteko batezbestekoarekin alderatuta**. Gainera, **Eroski Clubi eta Urrezko txartelari** esker, abantaila gehigarriak izan ditzakete fidelizatuta dauden bezeroek irailean. Horretaz gainera, eskura dute **interesik gabeko finantzaketa Eroskiren txartelarekin**, zeinaren erabilera **%10** igotzen baita hilabete horretan. Horrela, arinago ekin diezaiokeite iraileko aldapari.

"Iraila zuretzat ere bada"

EROSKIk iraileko kanpainaren osagarri, ekimen bat jarriko du abian: **"Iraila zuretzat ere bada"**. Ekimen horrekin, asmoa da laguntzea ez bakarrik eguneroko arduetara itzultzeak dakarren eginahal ekonomikoan, baizik eta baita hurbiltasunetik laguntzea gogorarazten ere aldi hau egokia izan daitekeela ardatza zeuregan jartzeko.

Irailaren 9an eta 10ean, kooperatibak *street marketing* delako ekintza bat gauzatuko du **Bilbon, Donostian eta Gasteizen**: EROSKIren saltokietatik hurbil jende ugari ibiltzen den tokietan, egun horretarako diseinaturiko koadernoak banatuko ditu. **Indautxun izango da Bilboko ekintza; Amaran Donostiakoa; eta Gasteiz hiribidean Gasteizkoan; irailaren 9an izango da Bilbon (12:00-14:00) eta Donostian (17:00-19:00); eta irailaren 10ean Gasteizen (17:00-19:00).**

Koadernoek, egun horietako zereginak antolatzeko ez ezik, balioko dute norberetzat tarte bat gordetzeko hainbeste zerrendaren, betebeharren eta familia antolamenduren artean. Asmoa da gogoraraztea egunerokora itzultzeak balio dezakeela lehen utzitako proiektu, ohitura eta une txikiei berriz heltzeko.

Beatriz Santos EROSKiko zuzendari komertzialak dioenez: *"Eskolan hasten direnean, aste gutxian erosketa erabaki esanguratsu asko pilatzen dira familientzat. Gure helburua da balioa duen proposamen batekin lagun egitea, aurrezkia, kalitatea eta beren beharretara egokitzen den eskaintza zabala konbinatuta; horrela, erosketa orekatsua eta eskuragarria eratzen laguntzen diegu. Baina, lagun egiteko, ondoan egon behar da jendea bere*

eguneroko arduetara itzultzen denean, gogorarazteko, betebeharraren guztien artean, inportantea dela tarte bat hartzea norberetzat ere".

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 optikak, kirol dendak eta elikagaien arlokoak ez diren beste jarduerak batzuk ere. Horretaz gainera, 6 milioi Bezero Bazkide baino gehiago ditu, eta 28.200 lagunek baino gehiagok osatzen dute langile taldea; horietatik 8.300, berriz, bazkide eta jabe dira.

**** Iturria: Eroskiren barne datuak.**

**EROSKI – Komunikazio Korporatiboko
arduraduna**

Patricia Martín Sanchidrián

Tel: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

INCÓGNITO – Prentsa bulegoa

Silvia Peralta

Tel: 917 379 950