

Desè aniversari de la llet de marca pròpia de proximitat

**EROSKI COMMEMORA UNA DÈCADA DE SUPORT A LA
RAMADERIA LOCAL AMB MÉS DE 215 MILIONS DE LITRES DE
LLET D'ORIGEN LOCAL COMERCIALITZATS**

- En aquesta dècada, EROSKI ha comercialitzat més de 215 milions de litres de llet d'origen local, consolidant un model de col·laboració estable i a llarg termini amb el sector productor.
- Actualment, la llet de marca pròpia d'origen local es comercialitza al País Basc, Galícia, Navarra i Catalunya, amb llet produïda a cadascun d'aquests territoris.
- El País Basc concentra el volum més gran del projecte, amb a prop del 56 % de la llet d'origen local comercialitzada des que es va posar en marxa, seguida de Galícia, Navarra i Catalunya.
- El projecte va néixer el 2016 amb l'objectiu de donar suport al sector primari, generar riquesa a l'entorn i oferir una proposta diferencial basada en la proximitat, la qualitat i l'origen.
- EROSKI ha ampliat la seva proposta de llet local amb noves referències i continua treballant amb els seus proveïdors en àmbits com la sostenibilitat, el benestar animal i la innovació.

Elorrio, 10 de setembre de 2026. – [EROSKI](#) commemora una dècada de desenvolupament del seu model de llet de marca pròpia d'origen local, una iniciativa que es va posar en marxa el 2016 amb l'objectiu de donar suport al sector primari, contribuir a la continuïtat de les explotacions ramaderes i oferir a les persones consumidores una proposta diferencial basada en la proximitat, la qualitat i l'origen.

Des que es va posar en marxa, EROSKI ha comercialitzat més de **215 milions de litres de llet d'origen local**. Actualment, la cooperativa manté aquest model al **País Basc, Galícia, Navarra i Catalunya**, on comercialitza llet produïda en cadascun d'aquests territoris mitjançant relacions de col·laboració estables amb els seus proveïdors.

La iniciativa va sorgir en un context de protagonisme creixent de la marca pròpia. EROSKI va apostar aleshores per vincular-ne el desenvolupament al suport a les explotacions locals, convertint-la també en una eina per contribuir a generar activitat econòmica als territoris i construir una proposta estretament vinculada al sector agroalimentari local.

**EROSKI – Responsable de Comunicació
Corporativa**

Patricia Martín Sanchidrián

Tel.: 946 211 214 comunicacion@eroski.es

INCÓGNITO – Agència de Premsa
Silvia Peralta

Tel.: 917 379 950

*«Fa deu anys vam decidir impulsar un model que ens permetés combinar la nostra aposta per la marca pròpia amb un dels nostres compromisos històrics: donar suport al sector agroalimentari local. Una dècada després, haver comercialitzat més de 215 milions de litres reflecteix la solidesa d'un projecte construït des de la cooperació i amb una visió a llarg termini. Treballar des de la proximitat ens permet contribuir a l'estabilitat del sector productor i oferir a la nostra clientela productes de qualitat vinculats al seu entorn», destaca **Asier Guridi, director Comercial de Productes Locals d'EROSKI.***

Un model local adaptat a cada territori

El projecte va començar el 2016 amb el llançament de la llet EROSKI d'origen local a **Galícia, el País Basc, Navarra i Catalunya**, adaptant la proposta a la realitat productiva de cada territori. A les Balears, la iniciativa es va posar en marxa posteriorment i va acumular 2,9 milions de litres comercialitzats, tot i que actualment EROSKI ja no comercialitza llet d'origen balear, ja que no hi ha cap producció local que permeti mantenir aquest model.

En el conjunt d'aquesta dècada, **el País Basc concentra el volum més gran del projecte, amb prop del 56 %** dels més de 215 milions de litres de llet d'origen local comercialitzats per EROSKI, seguida de **Galícia, amb aproximadament el 21 %; Navarra, amb prop del 14 %, i Catalunya, amb aproximadament el 7 %**. El volum comercialitzat històricament a les **Balears** representa aproximadament l'**1 %** restant.

El model manté com a principi que la llet d'origen local provingui del mateix territori on es comercialitza. Aquesta aposta implica treballar amb proveïdors de proximitat i establir relacions amb vocació de continuïtat que aportin estabilitat a totes dues parts. Per a EROSKI, la proximitat permet, a més, reforçar el teixit productiu de les regions on és present i avançar cap a un model que impulsa el desenvolupament econòmic local, afavoreix les cadenes de subministrament de proximitat i contribueix a reduir les distàncies logístiques.

Una dècada d'evolució de la marca pròpia

Durant aquests deu anys també ha evolucionat el paper de la marca pròpia en els hàbits de compra. Més enllà de la seva associació tradicional amb l'estalvi, ha guanyat rellevància com una proposta capaç d'aportar **qualitat, diferenciació i innovació**, ampliant la seva presència entre diferents perfils de persones consumidores.

En el cas de la llet local, EROSKI manté des de l'inici una gamma bàsica formada per les varietats **sencera, semidesnatada i desnatada en format de bric d'un litre**. L'oferta s'ha anat ampliant amb noves referències: **el 2023 va incorporar llet fresca de marca pròpia**

d'origen local al País Basc, en les varietats sencera i semidesnatada, i el **2025 va introduir aquesta proposta a Galícia**.

Aquesta evolució respon a l'aposta d'EROSKI per desenvolupar una marca pròpia competitiva i capaç d'adaptar-se a les noves necessitats de la seva clientela, mantenint alhora el vincle amb els productors i amb l'origen local.

Qualitat, benestar animal i sostenibilitat

La qualitat constitueix un dels principals criteris del model, tant en els processos productius com en el producte final. Per garantir-la, la cooperativa duu a terme auditories periòdiques i treballa conjuntament amb els seus proveïdors en àmbits com el benestar animal. Actualment, el **100 % de la llet de marca pròpia d'origen local està certificada d'acord amb l'estàndard Welfair®**.

A més, la cooperativa desenvolupa programes d'acompanyament en sostenibilitat en què participen més de 390 proveïdors, amb l'objectiu de facilitar-ne l'adaptació a les noves exigències reguladores i donar suport a la seva millora contínua en àmbits com el disseny ecològic d'envasos, la descarbonització o la prevenció del malbaratament alimentari. Aquestes iniciatives contribueixen a reforçar la competitivitat del teixit proveïdor i a avançar conjuntament cap a models de producció més eficients i responsables. En l'àmbit de la innovació, EROSKI comparteix amb els seus proveïdors el coneixement obtingut mitjançant l'escolta activa de les persones consumidores per identificar tendències i desenvolupar noves propostes adaptades a l'evolució del mercat.

Una mirada de futur per al sector lacti local

Després d'una dècada de trajectòria, EROSKI identifica la **rendibilitat de les explotacions, el relleu generacional i la sostenibilitat** entre els principals reptes del sector lacti. Donar continuïtat a la producció local requereix comptar amb explotacions competitives i contribuir a fer que l'activitat continuï sent atractiva per a les noves generacions.

En aquest context, la cooperativa manté l'ambició de continuar desenvolupant la llet d'origen local als territoris on opera, sempre que hi hagi un teixit productiu que ho permeti, així com d'incorporar progressivament noves referències locals a la seva proposta de **productes lactis**.

EROSKI continuarà apostant per la **cooperació entre la distribució, els productors i la resta d'agents de la cadena alimentària** per impulsar projectes amb vocació de permanència

que contribueixin al desenvolupament del sector agroalimentari local i permetin oferir a les persones consumidores una proposta basada en la proximitat, la qualitat i la confiança.

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, sent 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 la seva plantilla està formada per més de 28.200 persones, de les quals més de 8.300 són sòcies propietàries.