

Hurbileko esne marka propioaren 10. urteurrena

**TOKIKO ABELTZAINZARI HAMAR URTEZ EMANDAKO BABESA
OSPATUKO DU EROSKI-K; 215 MILIOI LITRO ESNE BAINO
GEHIAGO MERKATURATU DITU ORAIN ARTE**

- Hamar urteotan, tokiko 215 milioi litro esne baino gehiago saldu ditu EROSKI, eta luzera begirako lankidetzaren eredu egonkor bat ezarri du ekoizle sektorearekin.
- Gaur egun, EAEn, Galizian, Nafarroan eta Katalunian saltzen da marka propioko tokiko esnea, lurralde horietan bertan ekoizitakoa.
- EAEn pilatzen da proiektuaren bolumenik handiena, abian jarri zenetik tokiko esnearen %56 inguru merkaturatu baita bertan; segidan datoz Galizia, Nafarroa eta Katalunia.
- Proiektua sortu zenean, helburua zen lehen sektoreari laguntzea, eskualdean aberastasuna sortzea eta gertutasuna, kalitatea eta jatorria oinarri dituen eskaintza berezia egitea.
- EROSKI tokiko esnearen proposamena zabaldu egin du beste erreferentzia batzuekin, eta jarraitzen du hornitzaileekin batera alor hauek lantzen: iraunkortasuna, animalia ongizatea eta berrikuntza.

Elorrio, 2026ko irailaren 10a. - [EROSKI](#)k 10 urteak ospatuko ditu tokiko esnearekin egindako marka propioko eredu sortu zuenetik. Ekimena 2016an abiatu zen, helburu jakin batekin, lehen sektorea eta abeltzaien segida sustatzea eta kontsumitzaileei proposamen berezi bat egitea, oinarritzat hurbiltasuna, kalitatea eta jatorria hartuta.

Abian jarri zenetik, EROSKI **tokiko 215 milioi litro esne baino gehiago** merkaturatu ditu. Gaur egun, kooperatibak eusten dio eredu horri **EAEn, Galizian, Nafarroan eta Katalunian**. Hiru lurralde horietan ekoizitako esnea merkaturatzen du, hornitzaileekin dituen lankidetzaren harreman egonkorren bitartez.

Ekimena sortu zenean, gero eta indar handiagoa hartzen ari zen marka propioa. Orduan, EROSKI apustu egin zuen tokiko ustategiak babestuz marka garatzearen alde. Hala, lurraldeetan jarduera ekonomikoa sorrarazten laguntzeko tresna bihurtu zen marka, eta tokiko nekazaritzako elikagaien sektorerako estu loturiko proposamena eraiki zuen.

"Duela hamar urte erabaki genuen eredu jakin bat bultzatzea, zertarako eta marka propioaren aldeko gure apustua gure konpromiso historikoetako batekin uztartzeko: tokiko nekazaritzako elikagaien sektorea babestea. Hamar urteren buruan, 215 milioi litro

merkaturatuta, ikusten da kooperaziotik eraturiko proiektua egonkorra izan dela hasieratik eta luzera begirakoa. Hurbiletik lan eginda, ekoizle sektorearen egonkortasuna sustatzen dugu, eta bere ingurunera loturiko kalitatezko produktuak eskaintzen dizkiegu bezeroei, azpimarratu du **Asier Guridik, EROSKIren Tokiko Produktuetarako zuzendari komertzialak**.

Tokikoaren eredu bat lurraldez lurralde egokitzen dena

Proiektua 2016an abiatu zen, **Nafarroako, EAEko, Galiziako eta Kataluniako** EROSKI esne marka propioa merkaturatuta, eta proposamena lurralde bakoitzeko ekoizpenera egokitu zen. Balearretan, geroago jarri zen martxan, eta 2,9 milioi litro merkaturatu zituen guztira, nahiz eta, gaur egun, EROSKIk jada ez duen Balearretako esnerik merkaturatzen, ez baitago ereduari zerekin eutsi, ez baitago bertako esne ekoizpenik.

Hamar urte honetan, **EAEk biltzen du proiektuko bolumenik handiena, %56 inguru** EROSKIk merkaturatutako tokiko 215 milioi litro esne pasa horietatik. Ondoren dator **Galizia, %21 ingururekin; Nafarroa, %14 ingururekin; eta Katalunia, %7 ingururekin**. Balearretan historikoki saldutako bolumena, berriz, gainerako **%1a** izan da, gutxi gorabehera.

Ereduak jarraitzen du, printzipio gisa, eskualdean bertan merkaturatzen tokiko esnea. Horrek esan nahi du apustu egiten dela gertuko hornitzaileekin lan egiteko eta bi aldeei egonkortasuna emango dieten harreman iraunkorrak sortzeko. EROSKIrentzat, gainera, hurbiltasuna lantzeak modua ematen du bera dagoen eskualdeko ekoizpen ehuna indartzeko. Horrela, aurrera egin daiteke tokiko ekonomiaren garapena bultzatzeko eredu baterantz; era berean, hurbileko horniketa kateak sustatzen dira, eta distantzia logistikoa murrizten laguntzen da.

Marka propioaren bilakaera hamar urte honetan

Hamar urteotan, marka propioak ere bilakaera bat jasan du erosteko ohituretan. Aurreztearekin lotu izan bada ere, gero eta garrantzi handiagoa hartu du **kalitatea, bereizgarritasuna eta berrikuntza** emateko gaitasuna duen proposamen baten moduan, eta bere soslaia zabaldu du kontsumitzaileen artean.

Tokiko esnearen kasuan, EROSKIk beti eutsi dio oinarrizko gama berdinari: **osoa, erdigaingabetua eta gaingabetua litroko brik formatuan**. Eskaintza horri erreferentzia berriak gehituz joan da: **2023an, tokiko esne freskoa inkorporatu zuen marka propioan EAEn**, bere aldaera oso eta erdigaingabetuekin, eta **2025ean, Galiziara zabaldu zuen proposamena**.

Bilakaera horretan, marka propioa lehiakorra izateko eta bezeroen beharretara egokitzeko apustua dago EROSKIren aldetik, betiere ekoizleekin eta tokikoarekin duen lotura hori galdu gabe.

Kalitatea, animalia ongizatea eta iraunkortasuna

Kalitatea da ereduaren irizpide nagusietako bat, bai prozesu produktiboetan eta bai amaierako produktuan. Hura bermatzeko, kooperatibak ikuskaritzak egiten ditu aldian-aldian, eta hornitzaileekin batera lan egiten du zenbait alorretan; esaterako, animaliaaren ongizatean. Gaur egun, **marka propioko tokiko esne guztia Welfair® estandarraren ziurtagiriarekin dator.**

Horretaz gainera, kooperatibak lagun egiteko programak lantzen ditu iraunkortasunaren arloan. Programa horietan, 390 hornitzailek baino gehiagok parte hartzen dute, eta helburua da araudi eskakizun berrietara egokitzeko bidea erraztea, eta zenbait atal etengabe hobetzen laguntzea, hala nola ontzien ekodiseinua, deskarbonizazioa eta janaria alferrik ez galtzea. Ekimen horiei esker, hornitzaileen ehunaren lehiakortasuna hobetu ahal da eta elkarrekin aurreratu ekoizpen eredu eraginkorrago eta arduratsuagoetarantz. Berrikuntzaren arloan, kontsumitzaileei era aktiboan entzunez, besteak beste, joerak identifikatu eta merkatuaren bilakaerara egokituriko proposamen berriak garatzen ditu EROSKI, eta, era berean, hornitzaileekin partekatzen du entzute horretatik jasotako ezagutza.

Tokiko esne sektorearen etorkizunari begira

Hamar urte honetan, **ustategien errentagarritasuna, belaunaldi aldaketa eta iraunkortasuna** identifikatu ditu EROSKI esne sektorerako erronka nagusi gisa. Tokiko ekoizpenari jarraipena emango bazaio, ustategi lehiakorrak behar dira, eta jarduerak erakargarria izan behar du belaunaldi berrientzat.

Illo horretan, kooperatibaren gogoia da tokiko esnea garatzen jarraitzea bera dagoen lekuetan —betiere horretarako ekoizpen ehunik badago—, eta, aldi berean, tokiko esneki erreferentzia berriak gehitzen joatea.

EROSKI jarraituko du **lankidetzak sustatzen banatzaileen, ekoizleen eta elikagai kateko gainerakoen artean**, helburu jakin batekin: tokian tokiko nekazaritzako elikagaien sektorea garatzen laguntzea eta irauteko bokazioa duten proiektuak bultzatzea, bai eta kontsumitzaileei hurbiltasunean, kalitatean eta konfiantzan oinarrituriko proposamenak eskaintzea 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 jarduera 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.