

Hurbileko esne marka propioaren 10. urteurrena

**EROSKI-K TOKIKO ESNEAREKIN SORTUTAKO MARKA
PROPIOAREN 10 URTEAK OSPATUKO DITU; 30 MILIOI LITRO
MERKATURATU DITU ORAIN ARTE NAFARROAN**

- Hamar urte honetan, EROSKIk Nafarroako 30 milioi litro esne merkaturatu ditu, eta 23 milioi eurotik gorako salmenta egin du.
- Nafarroako esneak bilakaera egonkorra izan du 2016an merkaturatu zenetik, eta EROSKIren tokiko esnearen proiektuan denda eta hilabete bakoitzeko salmenta handienetako bat erregistratzen du.
- Eskaintzen diren esneak osoa, erdigaingabetua eta gaingabetua dira, eta nafar kontsumitzaileek tokikoarekiko identifikazio handia erakusten dute.
- Proiektua sortu zenean, helburua zen lehen sektoreari laguntzea, lurraldean aberastasuna sortzea eta gertutasuna, kalitatea eta jatorria oinarri dituen eskaintza berezia egitea.

Iruñea, 2026ko irailaren 10a.– [EROSKI](#)k Nafarroako esnearekin egindako marka propioko ereduaren hamargarren urteurrena ospatuko du. Ekimena 2016an abiatu zen, helburu jakin batekin, lehen sektorea sustatzea, lurraldean jarduera ekonomikoa sorrarazten laguntzea eta kontsumitzaileei proposamen berezi bat egitea, oinarritzat hurbiltasuna, kalitatea eta jatorria hartuta.

Merkaturatu zenetik, EROSKIk **Nafarroako 30 bat milioi litro esne** merkaturatu ditu, eta **23 milioi euro** baino gehiagoko salmenta egin du. Hamar urteren buruan, Nafarroa bihurtu da indar handieneko lurraldeetako bat kooperatibaren tokiko esne proiektuaren barnean. Eskaintzak bilakaera egonkorra izan du 2016tik, eta dendako eta hilabeteko salmentarik handienetakoak erregistratzen ditu proiektu osoa aintzat harturik. Horrek erakusten du nafar kontsumitzaileak zinetan identifikatzen direla tokikoarekin.

Ekimena sortu zenean, gero eta indar handiagoa hartzen ari zen marka propioa. EROSKIk orduan egin zuen apustu tokiko ekoizpenaren alde; hala, bere eredu komertzialaren ardatzetako bat indartu zuen: bera dagoen lurraldeetako nekazaritzako elikagaien sektorearen ondoan lan egitea eta ingurunean aberastasuna sortzen laguntzea.

"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 urte honetan, Nafarroako esnearen bilakaerak erakusten du nolako sendotasuna duen hurbiltasunetik, kooperaziotik eta luzera begirako ikuspegitik egindako proposamen batek. Gure helburua da sektore produktibo lehiakor bat izatea eta, aldi berean, gure bezeroei bere lurraldera estu loturiko kalitatezko produktuak eskaintzea", azpimarratu du **Asier Guridik, EROSKIren Tokiko Produktuetarako zuzendari komertzialak.***

Lurraldean errotutako eredua

Proiektua 2016an abiatu zen Nafarroan, asmo batekin: EROSKIren markarekin lurraldean bertan ekoiztutako esnea eskaintzea. Geroztik, proposamenak ageriko egonkortasuna eduki du hamar urte honetan.

Gaur egun, EROSKIk eusten dio **Nafarroako, EAEko, Galiziako eta Kataluniako** esne marka propioaren ereduari, proposamena lurralde bakoitzeko ekoizpenera egokituta. Lau komunitate horietan guztietan, kooperatibak **tokiko 215 milioi litro esne baino gehiago merkaturatu ditu 2016tik hona, Nafarroako esnea esne guztiaren %14 delarik.**

Jatorriaren alde apustu egiteak esan nahi du hurbiltasunetik lan egitea eta ekoizle sektorearekin luzera begirako harremanak ezartzea. 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.

EROSKIk jarraitzen du autonomia erkidego bakoitzeko hornitzaile bakarrarekin lanean. Luzera begirako lankidetzak hitzarmen egonkorak ezartzen ditu, segurtasuna ematen diotenak bai kooperatibari eta bai abeltegiei. Harreman komertzial puntualak bilatu beharrean, helburua beti izan da proiektu partekatuak eratzea, inbertsioak planifikatzeko, ustiatzearen lehiakortasuna hobetzeko eta gure landa ingurunearentzat funtsezkoa den jarduerari jarraipena ematen laguntzeko. "*Marka propioaren kontsumoa eskualdeko zatitzeak bere konplexutasunak ditu, baina EROSKIk apustu argia egin du*", aitortu du **Asier Guridik.**

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 **kalitate, bereizgarri eta berrikuntza** emateko gaitasuna duen proposamen baten moduan, eta bere soslaia zabaltzeko kontsumitzaileen artean.

Nafarroako jatorria duen esnearen kasuan, EROSKIk ohiko kontsumoari loturiko proposamena egiten jarraitzen du —osoa, erdigaingabetua eta gaingabetua litro bateko brik formatuan—, erdigaingabetuak hamar urte honetan saldu denaren bolumen handiena hartzen duelarik; eta atzetik datoz osoa eta gaingabetua.

Bilakaera horretan, marka propio lehiakor bat garatzeko eta bezeroen beharretara egokitzeko EROSKIk egin duen apustua dago, aldi berean eutsiz ekoizlearen sektorearekin eta tokikoaren jatorriarekin duen loturari.

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, animalia-ongizatean. Gaur egun, **marka propioko tokiko esne guztia Welfair® estandarren 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 EROSKIk, eta, era berean, hornitzaileekin partekatzen du entzute horretatik jasotako ezagutza.

"Gure hornitzaileei lagun egiten diegu iraunkortasunaren arloan, araudiak dakartzan eskakizunetara egokitzen laguntzeko eta lehiakortasunari eusteko orduan. Horretaz gainera, kontsumitzaileei etengabe entzunez jaso dugun jakintza partekatzen dugu haiekin, eta merkatuko joeren arabera proposamen berriak garatzen ditugu", esan du **Asier Guridik**.

Tokiko esne sektorearen etorkizunari begira

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

Ilido horretan, EROSKI eusten dio Nafarroako esnearen aldeko apustuari, eta haren gogo da eredu hori garatzen jarraitzea bera dagoen lekuetan —betiere horretarako ekoizpen ehunik badago—, eta tokiko esneki erreferentzia berriak gehitzen joatea.

Kooperatibak jarraituko du lankidetzaren sustatzen banatzaileen, ekoizleen eta elikagai kateko gainerakoen artean, helburu jakin batekin: Nafarroako 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 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.